

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

***«ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ, НАУКИ  
ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»***

6 ЖОВТНЯ 2023 РОКУ

КИЇВ 2023

УДК [001+339.15]-044.27(100)(06)

М 34

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету управління та бізнес-дизайну Київського національного університету технологій та дизайну*

*(протокол № 3 від 20.09.2023)*

М 34            Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, 6 жовтня 2023 р. Київ : КНУТД, 2023. 226 с.

ISBN 978-617-7763-24-5

У збірнику наведено матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації».

Матеріали публікуються в авторській редакції.

*За достовірність викладених фактів, цитат та інших відомостей відповідальність несуть автори*

УДК [001+339.15]-044.27(100)(06)

ISBN 978-617-7763-24-5

© Київський національний університет  
технологій та дизайну, 2023

*Платформа 1. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В КООРДИНАТАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ*

УДК 330

T. Iefymenko, President, Dr. Sc. (Economics), Prof., SESE «The Academy of Financial Management»  
efimenko@afu.kiev.ua

**UKRAINE'S ECONOMIC SPACE RESILIENCE: GOVERNANCE AND PERFORMANCE**

Amid global shocks caused by recession, disruptions in international supply chains during the Russian aggression against Ukraine, there is a transition from globalization to polypolar nationally oriented socio-economic systems (SES). Russia provokes upheavals in Europe and the entire world: socio-economic, migration, energy, food, etc. Despite all the difficulties of the wartime, the strategic goal of Ukraine as an aspirant country for EU membership is to strengthen its own national and civilization identity as well as statehood after the victory over the aggressor. The updated vision of the economic transformation of post-war Ukraine should be considered in the context of the development of *spatial economics* [1], taking into account geopolitical and geoeconomic risks of global and national trends of fragmentation, uncertainty, institutional fragility, etc.

Thus, in Ukraine the policy of deep structural changes in both economic and society space, the nation's ability to realize the integration and reproductive potential, should take into account the features of the economic and political structure of the society along with the constant various manifestations of conflictogenity [2].

Weakening, even degradation of statehood, processes of deinstitutionalization, chaosization of interstate relations [3] due to the collapse of the system of values threaten the spread of the state of anomie (from the French 'anomie' - lack of law, organization [4]), as well as the destruction of the established world order. As history experience proves, in connection with globalization, the strengthening of regionalization processes becomes a conflict-causing factor. At the same time, for the implementation of strategic tasks of enhanced development of a particular region, integration of society is necessary. Integration is an important process for shaping and development of social systems. In the ethno-political aspect, it is advisable to position not the isolated development of peoples, but the strengthening of the civil nation, its voluntary integration. Therefore, common values, religious harmony, mutual respect and equality become priorities. The support of such values should be facilitated by the state socio-economic and information policy, and in addition, the activity of ethnic elites, scientific and professional communities, and various non-governmental organizations.

The aggravation of dynamic threats in the conditions of the new economic reality, uncertainty regarding the intensification of instability of states, the reduction of their potential to overcome multifaceted difficulties regarding the possibilities of full implementation of the policy of sustainable development is accompanied by the risks of falling into the so-called fragility trap [5]. This refers to a high level of fragility, vulnerability of the functioning of institutions of all branches of government, authorities, local self-government bodies, etc., which has not changed over a long period of time. Therefore, the directions of post-war innovative development of Ukraine should be identified on the broad basis of ensuring national security, creative views of the international community, supranational concepts, scientific hypotheses, projects. In turn, their practical implementation should be based on sources of investment of both tangible and intangible assets: own or leased technological equipment, results of national research and development, achievements of global science and new technologies in the form of licenses, know-how, technical documentation, etc. In emergency, crisis conditions, the improvement of administrative, economic, socio-political governance methods should occur within the framework of strategies of managed changes [6]. After all, the sources of crisis phenomena are closely related to a wide spectrum of phenomena of political instability, geopolitical tensions: expansion of military geopolitical challenges and new geoeconomic realities of fragmentation of economic relations; the spread of uncertainty phenomena, unpredictable financial and price market factors, the spontaneous impact of which leads to large-scale cyclical shocks; growing threats of crisis phenomena - financial and economic, ecological, food, migration, institutional; increase in negative risks of insufficient resilience and sustainability potential of SES; increasing problems related to the achievement of the Sustainable Development Goals.

**References**

1. Isard, W. (2021). *Location and Space-economy; A General Theory Relating to Industrial Location, Market Areas, Land Use, Trade, and Urban Structure*. Hassell Street Press.
2. Elman, M. F., Gerard, C., Golan, G., & Kriesberg, L. (2019). *Overcoming Intractable Conflicts: New Approaches to Constructive Transformations*. Rowman & Littlefield Publishers.
3. Haass, R. N. (2015). *Foreign Policy Begins at Home: The Case for Putting America's House in Order*. New York: Basic Books.
4. Ясь, О. В. (2003). Аномія. In *Енциклопедія історії України*, т. 1, с. 92. Київ: Наукова думка.
5. Turning Points of State Fragility. (2001). *WP/21/133*. [Online]. Available: <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WP/2021/English/wpia2021133-print-pdf.ashx>.
6. Drucker, P. F. (2001). *Management Challenges for the 21st Century*. New York: HarperBusiness.

## MAIN CONCEPTS OF HIGHER EDUCATION AND SCIENCE INNOVATICS

Academic capitalism, which is based on university entrepreneurship and also on the commercialization of R&D results of research institutes and laboratories, has created optimal opportunities for the development of innovative activities in the field of higher education and science (HE&S). HE&S innovatics studies the economic, scientific, technical, organizational, and educational aspects of innovative activity both in the entire sphere of higher education and science and in its structural elements – higher educational institutions, scientific institutions, and research organizations. In another words, the objects of study in HE&S innovatics are the sphere (field, industry) of higher education and science, and its components – higher educational establishments (universities, institutions, colleges) and scientific-research institutions.

The subject of study in the innovatics of higher education and science is – the educational (training) process; the upbringing of students; fundamental and applied R&D, creating and implementing of new techniques and technologies, an educational or scientific service, and all items that belong to these activities.

### 1. Concepts of HE&S Innovatics

The concepts of innovation and entrepreneurship are among Schumpeter's most outstanding contributions to economic theory. And, of course, one of the most important themes in Schumpeter's writings was the role of innovation or “new combinations” and entrepreneurship in economic growth. In the "Theory of economic development" [1] and further work [2-3], Schumpeter described the development as the historical process of structural changes, substantially driven by innovation which was divided into five types [31]

1. Launch of a new product or a new species of already known product.
2. Application of new methods of production or sales of a product (not yet proven in the industry).
3. Opening of a new market (the market for which a branch of the industry was not yet represented).
4. Acquiring new sources of supply of raw material or semi-finished goods.
5. New industry structure such as the creation or destruction of a monopoly position.

Thus, for Schumpeter, innovations are novel combinations of knowledge, resources, etc. subject to attempts at commercialization – it is essentially the process through which new ideas are generated and put into commercial practice.

The theoretical foundations of innovation proposed by J. Schumpeter are also fundamental for HE&S innovatics theory. Also, Everett M. Rogers made a great contribution to the development of the theory of diffusion of innovations [4-5].

Considering works, devoted to the theory of innovation, it would be desirable to note the following publications. The Oslo Manual [6] is one of the universally used guidelines for collecting and analyzing innovation performances. The article [7] examines innovative business models developed by entrepreneurs outside of higher education institutions (in the field of educational technologies). The main elements of innovative business models in the field of “edtech” startups in the field of higher education are analyzed and the most original teaching and learning practices are identified.

In the publication [8] are shown that: a) the student’s vision of the landscape of higher education contributes to institutional support for management and quality assurance; b) innovation is not simply based on technology but on the use of new technologies to more fully and effectively achieve the goals of (higher) education for all.

The works [9-11] present the theoretical and practical foundations of innovatics.

The article [12] is devoted to clarifying the concept of “higher education innovatics” and considering the examples of the use of the term “innovatics” in other areas and cases of application – in the formation of the modern theory of innovatics; in pedagogical innovatics; and also in the innovatics as a new toolbox of skills for innovative production managers.

This article briefly presents the main formalized concepts, theoretical foundations, and models of innovation in the field of HE&S. It is important to note that fundamental theoretical, methodological, applied, and practical foundations and concepts of the science of “innovation” can be used to a greater or lesser extent in the study of HE&S.

The theory and practical implementation of HE&S innovatics can include the following main sections of innovative activity in the sphere of innovatics of higher education [12]:

- ❖ The concept of HE&S innovation activity.
- ❖ Theoretical bases of HE&S innovation activity.
- ❖ Models and modeling of innovative processes.
- ❖ Organization and management of innovation activities.
- ❖ State regulation of innovation activity.
- ❖ Commercialization of the results of scientific, technical, and creative activities and management of the innovative.

- ❖ Innovation project management.
- ❖ Investment management in innovative projects.
- ❖ Human resource management in the process of innovative development of the sphere of higher education and science as an integral part of the socio-economic system.
- ❖ Risk management in innovation.
- ❖ Technical marketing (marketing in the early stages of a product or technology life cycle).
- ❖ Logistics of innovative processes.
- ❖ Innovative methods of environmental protection, ecological and resource-saving technologies.
- ❖ Intellectual property management.

Let's consider the definition of key concepts of the HE&S innovation activity. We will carry out our consideration using as a base definitions and concepts from the Eurostat Dictionary of Science and Technology [13].

It should be noted that the HE&S innovation framework is a fundamental set of theories, practices and tools that help higher education and research institutions generate ideas, evaluate them and turn the best ideas into added value in the sphere of academic business (in the field of educational and research activities).

#### 1). HE&S innovation activity.

HE&S innovation activities are all scientific, technological, pedagogical, psychological, organizational, environmental, life-protection and resource-saving, financial and commercial steps which actually, or are intended to, lead to the implementation of innovations in the field of higher education and science. Some HE&S innovation activities are themselves innovative; others are not novel activities but are necessary for the implementation of innovations. HE&S innovation also include research and development (R&D) innovations that are directly related to the development of a specific innovation.

A common feature of a HE&S innovation is that its results must have been implemented. A new product or improved HE&S innovative product is executed when it is introduced to the educational and scientific market. New (innovative) product, processes, marketing methods or organizational methods in HE&S are implemented when they are brought into actual use in the universities, colleges, institutions, and educational and R&D firm's operations.

HE&S innovation activities vary greatly in their nature from one educational or scientific establishment to another. Some establishments engage in well-defined innovation projects, such as the development and introduction of a new innovative product, whereas others primarily make continuous improvements to their products, processes and operations. Both types of establishments can be innovative: an innovation can consist of the implementation of a single significant change, or of a series of smaller incremental changes that together constitute a significant change.

#### 2). HE&S product.

HE&S product consists of the result of scientific research or university studying/education, and/or educational or scientific service. It also includes scientific and applied research, technical and educational pedagogical characteristics, necessary components and materials, embedded software, user-friendliness, methodological issues, and other functional characteristics.

The product may use knowledge or technology or may be based on applications or combinations of existing knowledge or technology.

The term "HE&S product" is used to cover both the results of research and scientific and pedagogical services and include the introduction and use of R&D results and scientific and pedagogical services on the educational and scientific market.

#### 3). HE&S new (innovative) product.

A new (innovative) HE&S product is an R&D result or an educational or scientific service that differs significantly in terms of its characteristics or purpose from products previously produced by the educational, or scientific establishment.

Developing a new use for a HE&S product with only minor changes in its technical characteristics is a product innovation.

An HE&S novel product is a new or improved product not, only new for the establishment, but also for the educational and scientific market.

#### 4). HE&S innovation.

HE&S innovation is the use of new educational or scientific ideas, products, or methods that have not been used before. For the Community Innovation Survey (CIS), an innovation is defined as a new or significantly improved product (good or service) introduced to the market or the introduction of a new or significantly improved process in an enterprise [14].

HE&S innovations are based on the results of new educational, scientific, or technological developments, new combinations of technologies, or the use of other knowledge obtained by the institution. Innovations can be developed by an innovative educational or scientific institution or another establishment. However, the pure sale of innovations entirely produced and developed by other institutions is not considered an innovative activity of the establishment, nor is the introduction of products with purely aesthetic changes.

The innovation must be new to the institution concerned: for product innovation it need not be new to the market, and for process innovation the institution need not necessarily be the first to introduce the process.

Establishments that carry out innovative activities cover all types of innovators, including educational or scientific product and process innovators, as well as those establishments that carry out only ongoing and/or

discontinued innovation activities. The share of institutions that carry out innovative activities is also called the propensity (tendency) to innovate.

HE&S product innovation is the introduction to the market of a new or significantly improved educational or scientific product or service.

A HE&S process innovation is the introduction of a new or significantly improved educational or scientific process, distribution method, or support activity for R&D results or services.

5). Research and development (R&D).

Research and experimental development, is carried out in the HE&S field by universities, colleges, and scientific institutions using the newest research methods, techniques, and technologies. R&D is innovative because it leads to new discoveries and advances in basic and applied research. R&D carries out new design developments and improves existing outcomes. According to Commission Implementing Regulation (EU) "Research and experimental development (R&D) includes creative and systematic work carried out with the aim of increasing the stock of knowledge – including knowledge about humanity, culture, and society – and developing new applications of existing knowledge" [15].

6). HE&S product innovation.

HE&S product innovation is the implementation of the results of scientific research or educational or scientific services that are new or significantly improved in terms of their characteristics or intended use. This includes significant improvements in technical characteristics, components and materials, embedded software, user-friendliness, methodological or pedagogical issues, and other functional characteristics.

Product innovations may use new knowledge or technology or may be based on new applications or combinations of existing knowledge or technology. The term "HE&S product" is used to cover both the results of research and scientific and pedagogical services. HE&S product innovations include both the introduction of new R&D results and scientific and pedagogical services, as well as significant improvements in the functional or user characteristics of existing R&D results and educational services on the educational and scientific market.

7). HE&S process innovation.

HE&S process innovation is the implementation of new or significantly improved R&D results or delivery of novel methods in educational and scientific activity. This includes significant changes in R&D, techniques and technologies, education and research methods, equipment, software, etc.

Process innovations can be intended to decrease unit costs of production or delivery of R&D results and education activity, to increase quality, or to produce or deliver new or significantly improved products.

Process innovations include new or significantly improved methods for the creation and provision of services in the sphere of HE&S. They can involve significant changes in the techniques and technologies, education and research methods, equipment, and software, used in services-oriented institutions or in the procedures or techniques that are employed to deliver services.

Process innovations also cover new or significantly improved techniques, equipment, and software in ancillary support activities, such as management, marketing, accounting, computing, advertising, students and personal recruiting, purchasing, and maintenance. The implementation of new or significantly improved information and communication technology (ICT) is a process innovation if it is intended to improve the efficiency and/or quality of ancillary support of establishment activity and scientific and educational process organization..

8). HE&S marketing innovation.

HE&S marketing innovation is the introduction of a new method of marketing, which involves significant changes in the institution's organization of scientific research, design and development, and educational and upbringing activities in order to obtain competitive and high-quality results that can interest users. It is important to highlight and disseminate the innovative achievements of a scientific institution or educational establishment; design materials regarding the achievements and advantages of the institution's activity in the market of educational and scientific services, high level of employment of graduates; innovative advertising and positive feedback from employers; informing potential users about further development of the institution, etc.

It is necessary to apply the latest approach HE&S to the further promotion of the establishment to the international educational and scientific markets and innovative methods of pricing in the institution.

Marketing innovations are aimed at better meeting customer needs, opening or capturing new markets, and repositioning HE&S of the institution's product on the markets with the aim of increasing student recruitment and strengthening the material and financial condition of the establishment.

A distinctive feature of a marketing innovation compared to other changes in an institution's marketing tools is the introduction of a marketing method that the institution has not used before. It should be part of a new marketing concept or strategy that represents a significant departure from the establishment's existing marketing methods. A new marketing method may be developed by the innovator institution or adopted by other institutions or establishments. New marketing techniques can be applied to both new and existing HE&S products.

9). HE&S organizational innovation.

An organizational innovation is the implementation of a new organizational method in the educational establishment or scientific institution business practices, workplace organization, or external relations.

Organizational innovations can be intended to increase the establishment or an institution's performance by reducing administrative costs or transaction costs, improving working and study conditions, expanding professors' scientific potential and professional internships, flexible system of bonuses for high-performance, and improving

workplace satisfaction (and thus labor productivity), gaining access to non-tradable assets (such as non-codified external knowledge) or reducing costs of supplies.

The distinguishing feature of an organizational innovation compared to other organizational changes in an educational establishment or scientific institution is the implementation of an organizational method (in business practices, workplace organization, or external relations) that has not been used before in the firm and is the result of strategic decisions taken by management.

10). Innovatively active educational organization or scientific institution.

An innovatively active educational organization or scientific institution is one that conducted innovative activities during the period under review, including those that continued or ceased such activities.

Educational organizations or scientific institutions that carried out innovative activities during the period under review, regardless of whether this activity led to the introduction of innovation, are innovatively active.

11). Innovating educational organization or scientific institution.

Innovating educational organization or scientific institution is one that has introduced new or improved products or services on the educational and scientific market or new or improved processes. Educational organization or scientific institution can have innovation activity without introducing an innovation on the market (it may either have unsuccessful, or not yet completed, innovation projects).

## **2. The innovation process.**

An innovation process is a set of steps between an idea's conception and its implementation. It is a streamlined process that is managed in a way that reflects a company's structure and innovation goals.

A process innovation is the implementation of a new or significantly improved production or delivery method. This includes significant changes in techniques, equipment and/or software.

The innovation process begins with a felt need for change and culminates in its successful implementation. Key process stages include the generation of ideas, the development of the most promising, and their acceptance by relevant parties.

That is why an innovative process is the translation of an idea into goods or services that create value. In business, innovative processes can help products or services seem more appealing to customers and may increase an organization's competitive advantage.

As a rule, there are six stages in the process of innovation: generating ideas, capturing ideas, beginning innovation, developing a business-effectiveness strategy, applying business improvement, and decline.

Running a successful innovation process in the following ten steps [16]: Step 1: Define innovation. Step 2: Define the goals. Step 3: Assemble your team. Step 4: Secure the budget. Step 5: Create diverse teams. Step 6: Select collaboration tools. Step 7: Don't be afraid to take risks. Step 8: Implement incrementally. Step 9: Evaluate and improve. Step 10: Work on your culture of innovation.

## **References**

1. Schumpeter, J.A. (1934). The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle, Harvard Economic Studies. – Vol. 46. – Harvard College, Cambridge, MA.
2. Schumpeter, J. A. (1939). Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. – New York and London, McGraw – Hill Book Company Inc.
3. Schumpeter, JA (1943). Capitalism, Socialism and Democracy. – (2003 edition). – New York: Routledge. ISBN: 0-203-20205-8
4. Rogers, E.M. (1995). Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications. In: Stoetzer, M.W., Mahler, A. (eds) Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation. Schriftenreihe des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste. – Vol. 17. – Springer: Berlin, Heidelberg.  
DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-79868-9\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-79868-9_2)
5. Rogers, Everett (2003). Diffusion of Innovations. – 5th Edition. – Simon and Schuster. ISBN 978-0-7432-5823-4
6. Asfaw, B.A. (2021). Oslo manual 3rd edition. DOI: 10.13140/RG.2.2.17397.50400
7. Jäger, M., Falk, S., & Lenz, T. (2021). Innovative Business Models for Higher Education: An Exploratory Analysis on Education Technology Start-Ups in Selected Countries. (IHF Working Paper, 1). München: Bayerisches Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung (IHF). URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-75996-7>
8. Orr, D., Luebecke, M., Schmidt, J.P., Ebner, M., Wannemacher, K., Ebner, M., & Dohmen, D. (2020). Higher Education Landscape 2030. A Trend Analysis Based on the AHEAD International Horizon Scanning. Springer Cham. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-44897-4>
9. Romanovskyi, O., & Romanovska, Yu. (2020). Higher education innovatics as the newest interdisciplinary direction of higher school and higher education science. Interdisciplinary Studies of Complex Systems, 2020(17), 83–101. DOI: <https://doi.org/10.37659/2663-5070-2019-3-67-84>
10. Romanovskyi, O., Romanovska, Yu., Romanovska, O., & El Makhdi, M. (2021). Higher education innovatics: Management of innovation in the sphere of higher education and science. Social Transformation and Education, 2(2), 47–76. DOI: <https://doi.org/10.54480/jste.v2i2.37>
11. Romanovskyi, O., Romanovska, Yu., Romanovska, O., & El Makhdi, M. (2021). Development of the theory and practice of higher education innovatics. International Journal of Entrepreneurial Research, 4(2), 28–41.

DOI: <https://doi.org/10.31580/ijer.v4i2.2070>

12. Romanovskiy, O., Romanovska, Yu., Romanovska, O., & El Makhdi, M. (2022). Clarification of the Concept of Innovatics of Higher Education. *Business, Economics, Sustainability, Leadership and Innovations*, 2022(9), 77–82. DOI: <https://doi.org/10.37659/2663-5070-2022-9-77-82>

13. Science\_and\_technology. Eurostat statistical glossary.

URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Science\\_and\\_technology\\_glossary](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Science_and_technology_glossary) (Retrieved 29 August 2023).

14. Innovation. Eurostat statistical glossary.

URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Innovation> (Retrieved 29 August 2023).

15. Commission Implementing Regulation (EU) 2020/1197 of 30 July 2020, Appendix IV, page 99). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R1197&rid=1> (Retrieved 30 August 2023).

16. 10 Steps of an Innovation Process. StartSmart CEE. URL: <https://startsmartcee.org/10-steps-of-an-innovation-process/> (Retrieved 31 August 2023).

УДК 334.723+378.014

А. Касич<sup>1</sup>, М. Вохозка<sup>2</sup>, І. Холявко

[kasich.alla@gmail.com](mailto:kasich.alla@gmail.com)

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

<sup>2</sup>Інститут технологій та бізнесу у Чеське Будейовіце, Чеське Будейовіце, Чехія

## **ПРИВАТНО-ДЕРЖАВНЕ ПАРТНЕРСТВО В ОСВІТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ВІДПОВІДНО ВИМОГ INDUSTRY 5.0**

Цифрові трансформації та вже окреслений перехід до Industry 5.0 вимагає від працівників не лише сучасних знань, а й інновацій та креативного мислення, здатності до перекваліфікації та адаптації, слідування за цифровими трансформаціями у професійній діяльності, тобто модернізації [1]. Індустрія 5.0 ліквідує певні робочі місця, разом з тим створює навіть нові професії з вимогами щодо нових навичок. Узгодження цих процесів знаходиться в площині перетину інтересів як самого працівника і його роботодавця, так і освітніх закладів та держави в цілому.

Перед освітою стоять завдання і підготовки фахівців для перспективних вимог ринку, і адаптації персоналу до кваліфікаційних потреб сучасного етапу технологічного розвитку.

Концепція «Освіта впродовж всього життя» є реальністю і всі учасники процесу мають адаптуватись до цих умов.

У Європейській програмі навичок [2] співпраця зацікавлених сторін, державні та приватні інвестиції вказані як важливі фактори для підтримки доступного підвищення кваліфікації та перекваліфікації працівників протягом усього життя.

Значний потенціал реагування на зазначені виклики мають ДПП у сфері освіти, які зосереджуються на формуванні комплексного підходу до розвитку навичок.

Основні тенденції розвитку ДПП досліджено в дослідженнях міжнародних інститутів [2-5], зарубіжних та українських вчених [6-8]. Аналітики досліджують перспективні тенденції розвитку ринку праці та вимоги щодо ключових навичок [2]; роль ПДП у реалізації сучасної політики у сфері освіти [6, 7]. Значення ПДП для розвитку інноваційно-інвестиційної політики України розкрито в праці [8].

Метою дослідження є систематизація умов, чинників та форм ДПП у сфері освіти.

Розвиток освіти в багатьох країнах відбувається на основі державного чи приватного фінансування. І хоча держава залишається основним фінансистом приватна освіта знаходить поширення. Тобто в багатьох країнах це два конкуруючих напрями освіти.

Тенденція формування ДПП в сфері освіти сформувалась на початку 1990-х років в таких країнах як Данія, Бельгія, Нідерланди. В останні роки в країнах ЄС зростає кількість ДПП у сфері освіти [4]. Якщо порівнювати з іншими секторами, в яких створювались ДПП, то освіта стала об'єктом лише в останні роки. В останні роки в багатьох країнах активно досліджують ДПП в сфері освіти як спосіб зміцнення та укріплення своїх освітніх систем.

Так, в США створена організація «Партнерство для навичок 21 століття», яка об'єднала бізнес-спільноту, лідерів освіти та політиків, щоб визначити потужне бачення освіти 21-го століття та забезпечити, щоб учні виходили зі шкіл із навичками, необхідними для того, щоб бути ефективними громадянами, працівниками та лідерами 21-го століття.

Партнерство в освіті можна вважати інноваційним підходом щодо пропонування освіти для всіх, що особливо важливо з точки зору відкриття нових освітніх можливостей для найбільш уразливих верств населення.



Зважаючи на виклики, які стоять перед освітою все більше урядів, міжнародних організацій вважають, що завдяки партнерству з приватним сектором країни можуть покращити свої освітні системи та зробити їх більш ефективним та гнучкими.

ДПП в сфері освіти дозволяє встановити горизонтальні відносини між державним та приватним сектором. Роль державного сектору полягає у визначенні пріоритетів, цілей та результатів, а також створення умов для досягнення результатів. Уряди різних країн всі частіше розглядають ДПП як спосіб покращити якість, доступ або економічну ефективність системи освіти.

Відповідальність приватного сектору ДПП в освіті полягає в досягненні бізнес-цілей ДПП на умовах, які пропонують державному сектору цінність за гроші. Протягом наступних 5-10 років найважливішим для підприємства стане інноваційний та інтелектуальний потенціал. Відповідно населення, робоча сила та підприємства повинні розвивати свої навички, щоб генерувати та комерціалізувати ідеї майбутнього.

В основі участі приватного сектора в освітніх партнерствах лежить філософія корпоративної соціальної відповідальності і очікувані ефекти ДПП базуються на:

- поєднанні переваг державної та приватної форм освіти;
- створенні конкуренції на ринку освітніх послуг для інших учасників;
- забезпеченні гнучкості освітньої діяльності, здійснюваної в рамках ДПП.

Предмет укладання ДПП в сфері освіти є:

- управління закладами освіти;
- постачання освітніх послуг;
- підготовка фахівців для закладів освіти;
- субсидії закладам освіти чи ваучери стипендії учням/студентам;
- надання будівель та інших ресурсів;
- інновації та дослідження.

ДПП в сфері освіти розрізняють в залежності від залучених учасників [9]:

- а) партнерства між університетами та промисловістю;
- б) державні (включаючи лабораторії) партнерства між промисловістю;
- в) партнерства між науково-дослідними інститутами та промисловістю;
- г) поєднання вищезазначеного, наприклад, партнерство, що об'єднує численні державні дослідницькі інститути один з одним і з промисловістю (ОЕСР, без дати).

У кількох країнах ОЕСР промислове партнерство з дослідницькими інститутами є більш поширеним, ніж партнерство з університетами чи лабораторіями.

Фактично відбувається формування багатостороннього партнерства в освіті (Multi-Stakeholder Partnerships in Education (MSPEs)).

Ряд компаній виходять з освітніми ініціативами та формують корпоративні університети. Залучення таких компаній до ДПП дозволить поєднати інтереси держави та бізнесу не лише в частині традиційних питань ДПП (розподіл ресурсів, ризиків та відповідальності), а й враховувати реальні вимоги бізнесу в освітньому процесі.

Оцінюючи перспективи розвитку ДПП у сфері освіти слід вказати такі ключові чинники [7, 9]:

1. В багатьох країнах, що розвиваються, рівень охоплення населення освітою залишається низьким.
2. Низька якість освіти в багатьох країнах та загальна дискусія щодо якості в суспільстві;
3. Стрімкий перехід до Industry 4.0-Industry 5.0 та пріоритизація знань та компетенцій, що відповідають вимогам сучасного ринку праці.
4. Бюджетні обмеження, що впливає на спроможність урядів фінансувати університетські дослідження.
5. Створення умов для набуття молодими людьми та дорослими навичок, необхідних для працевлаштування.

Беручи до уваги якість знань як основний критерій освіти слід вказати що створення ДПП у сфері освіти сприятиме:

- збільшення вибору та різноманітність навчальних закладів, що може призвести до конкуренції та заохочуватиме обидва сектори вносити зміни, спрямовані на забезпечення високої якості освіти;
- підвищенню рівня підзвітності, оскільки це може призвести до посилення загальносистемної підзвітності;
- підвищенню рівня автономії закладів державних за рахунок участі приватних компаній, що сприятиме підвищенню якості освіти в цілому.

Загалом, розвиток ДПП у сфері освіти слід вважати важливою складовою державної політики у сфері сталого розвитку, оскільки через такі партнерства держава може адресно підтримувати освіту бідних, стимулювати нові форми інновацій, враховувати потреби громадян тих чи інших регіонів, сприяти розвитку певних освітніх напрямів, наприклад STEM тощо.

#### Список літератури

1. Kasych A., Vochozka M. Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. Revista ESPACIOS. 2019. Vol. 40 (N° 24).
2. The European Skills Agenda for Sustainable Competitiveness, Social Fairness and Resilience <https://ec.europa.eu/migrant-integration/sites/default/files/2020-07/SkillsAgenda.pdf>.
3. Public-Private Partnerships for Skills Development. European Training Foundation, 2020. [https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-01/ppps\\_for\\_skills\\_development\\_volume\\_ii.pdf](https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-01/ppps_for_skills_development_volume_ii.pdf).

4. Market update Review of the European public-private partnership market in 2022. European Investment Bank. 2023. 20 p.
5. Private Participation in Infrastructure (PPI). World Bank Group. URL.: <https://ppi.worldbank.org/en/snapshots/country/ukraine>.
6. Verger A., Moschetti M. Public-private partnerships as an education policy approach: multiple meanings, risks and challenges. 2017. Education research and foresight. Working papers. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247327>.
7. Patrinos H., Barrera-Osorio F., Guaqurta J. (2009). The role and impact of PPPs in education. [ppp.worldbank.org](http://ppp.worldbank.org).
8. Касич А.О. Зміст та завдання державної інноваційно-інвестиційної політики України Схід. 2005. № 6 (72). С. 3–9.
9. Public Private Partnerships in Education A report by Education International September 2009. 187p. <https://campaignforeducation.org/images/downloads/f1/1090/public-private-partnerships.pdf>

УДК 352+005.6

С. Бондаренко

sm.bondarenko4610@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Потреба у компетентних фахівцях, здатних забезпечити сталий розвиток економіки, змушує заклади вищої освіти формувати та використовувати сучасні інструменти управління, які дозволять їм надавати якісні освітні послуги і забезпечувати конкурентні переваги на ринку освітніх послуг. Система управління якістю (СУЯ), яка відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001: 2015, є одним з найбільш дієвих інструментів для підвищення якості освітніх послуг, вдосконалення управління діяльністю закладів вищої освіти та досягнення ними сталого розвитку.

В міжнародному стандарті ISO 9000: 2015 наведено наступне визначення системи управління якістю «Система управління якістю – це частина системи управління стосовно якості» [3].

Рой Трікер [7] розглядає систему управління якістю як систему, що містить усі речі, які використовуються для регулювання, контролю та покращення якості продуктів та послуг, тобто для забезпечення високоефективного управління якістю.

У міжнародному стандарті ISO 9001: 2015 зазначено, що запровадити систему управління якістю – стратегічне рішення організації, яке може допомогти поліпшити її загальну дієвість та забезпечити міцну основу для ініціатив щодо сталого розвитку [4]. СУЯ охоплює усі процеси, що протікають в закладах вищої освіти, від яких залежить якість освітніх послуг.

До переваг для закладів вищої освіти, які запровадили систему управління якістю відповідно до вимог ISO 9001: 2015 можна віднести:

- здатність надавати якісні освітні послуги, які задовольняють вимоги здобувачів вищої освіти;
- створення можливостей для підвищення задоволеності стейкхолдерів;
- забезпечення результативності та узгодженості управлінських рішень закладу вищої освіти;
- врахування ризиків і можливостей, пов'язаних з екосередовищем і цілями закладу вищої освіти та ін.

Найбільш важливі етапи формування системи управління якістю в закладах вищої освіти такі:

1. Удосконалення організаційної структури управління організацією;
2. Виділення необхідних ресурсів;
3. Ідентифікація бізнес-процесів;
4. Розробка документації СУЯ;
5. Формування та виконання плану заходів по приведенню діяльності закладу вищої освіти у відповідність до вимог міжнародного стандарту ISO 9001: 2015;
6. Проведення внутрішніх аудитів СУЯ;
7. Сертифікація системи управління якістю.

Формування системи управління якістю, яка відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001: 2015, є складною і тривалою роботою, яку неможливо виконати без створення в закладі вищої освіти відповідної організаційної структури, тому доцільно створити координаційну раду з якості та відділ управління якістю або ввести посаду менеджера (фахівця) з управління якістю.

Для формування системи управління якістю виділяються ресурси: матеріальні, фінансові, трудові. Важливим етапом формування СУЯ є ідентифікація процесів закладу вищої освіти. Вимогою міжнародного стандарту ISO 9001: 2015 є підхід до діяльності суб'єкта освітньої діяльності як сукупності взаємопов'язаних процесів. Управління будь-яким процесом відбувається у вигляді безперервного замкнутого циклу Е. Демінга

PDCA «плануй – виконуй – перевіряй – дій». Процесний підхід надає можливість забезпечувати процеси необхідними ресурсами, ефективно управляти ними, визначати та реалізовувати можливості для їх удосконалення.

Для формування системи управління якістю особливо важливими є питання розробки документації СУЯ та підтримання її в актуальному стані. Документацію системи управління якістю складають такі документи: політика з якості, настанови з якості, процедури, робочі/посадові інструкції та інша документація. Стандарт ISO 9001: 2015 забезпечує раціональний підхід до розробки документації СУЯ за рахунок оптимізації обсягу документації, необхідної для демонстрації результативності планування, функціонування і управління процесами, а також впровадження і постійного поліпшення СУЯ.

У процесі створення системи управління якістю в закладі вищої освіти необхідно визначити фактичний стан існуючої системи управління закладом вищої освіти і оцінити, наскільки виконуються вимоги міжнародного стандарту ISO 9001: 2015. Якщо в процесі аналізу виявляється невідповідність діяльності вимогам міжнародного стандарту до системи управління якістю, то невідповідність фіксується і для кожного такого факту має бути запланований захід з приведення діяльності закладу вищої освіти у відповідність з вимогами стандарту.

Впровадивши систему управління якістю, керівництво організації повинне постійно цікавитися, як вона функціонує, де відбуваються збої в системі, і проводити оцінку її результативності. Результати внутрішніх аудитів надають таку інформацію.

Сертифікація – завершальний етап створення системи управління якістю. Результати сертифікації оформляються сертифікатом, який направляється закладу вищої освіти.

Питанням формування і функціонування систем управління якістю в закладах освіти приділяють велику увагу у всьому світі. На рис. 1 наведено інформацію про кількість впроваджених і сертифікованих систем управління якістю в закладах освіти в країнах світу за 2018-2020 р.р. Лідером у створенні та сертифікації систем управління якістю в закладах освіти є Німеччина, де у 2018 році було сертифіковано 1917, у 2019 – 2718 та у 2020 році – 2012 систем управління якістю.

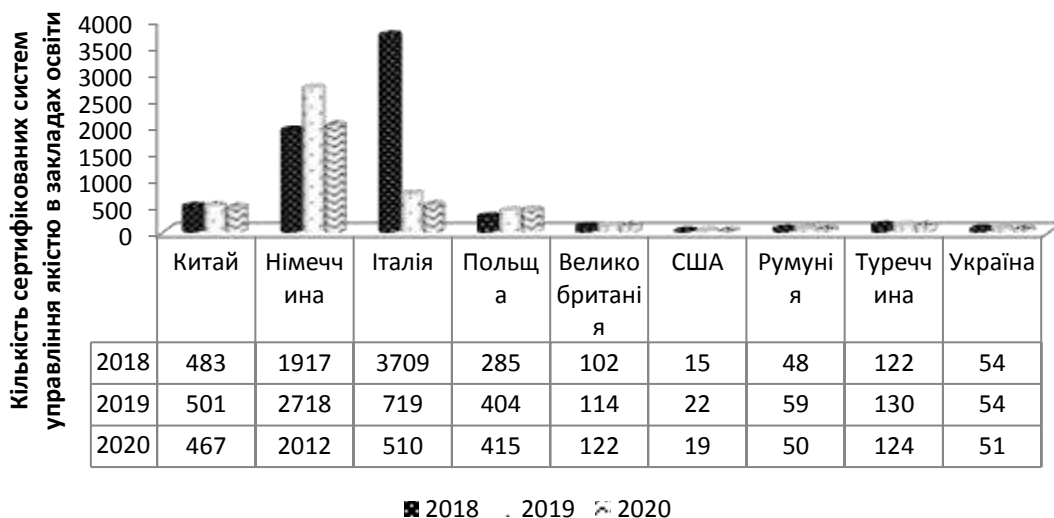


Рис. 1. Дані про кількість сертифікованих систем управління якістю в закладах освіти в країнах світу за 2018-2020 р.р. Джерело [6]

В Україні протягом 2018-2020 р.р. системи управління якістю сертифікували біля 54 закладів освіти щорічно. Україна має меншу кількість сертифікатів у порівнянні з її найближчими сусідами – Польщею та Туреччиною. Румунські заклади освіти отримали приблизно однакову кількість сертифікатів на СУЯ із ЗВО України.

Отже, система управління якістю, яка відповідає вимогам ISO 9001: 2015, є інструментом, який дозволяє закладам вищої освіти надавати якісні освітні послуги, найбільш повно задовольняти вимоги здобувачів вищої освіти, вдосконалювати управління діяльністю та досягати сталого розвитку. Система управління якістю потрібна як інструмент підвищення результативності й ефективності діяльності закладів вищої освіти та досягнення ними цілей сталого розвитку. Формування системи управління якістю передбачає внесення змін до організаційної структури управління закладом вищої освіти, розробку документації СУЯ, впровадження заходів по приведенню діяльності закладу вищої освіти у відповідність до вимог міжнародного стандарту ISO 9001: 2015, проведення внутрішніх аудитів, сертифікацію СУЯ.

#### Список літератури

1. Бондаренко С. М. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі. *Економіст*. 2004. №12. С. 35 – 38.

2. Бондаренко С.М., Леус А.Ю. Оцінка рівня якості продукції на підприємстві. *Ефективна економіка* 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5527>
3. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. (ISO 9000:2015 IDT). [чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 45 с.
4. ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги. (ISO 9001:2015 IDT). [чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 21 с.
5. Касич А.О., Харькова Ж.В. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2. С. 79-85.
6. Фінансово-інвестиційні детермінанти регіонального розвитку: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг.ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2012. - 393 с.
7. International Organization for Standardization. URL: <https://www.iso.org/home.html> (дата звернення 25.09.2023).
8. Kasych A., Vochozka M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. *Revista ESPACIOS*. Vol. 40 (N 24) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>
9. Tricker R. (2020) *Quality management systems. A Practical Guide to Standards implementation*. Routledge. Taylor and Francis Group. London and New York. 259 p.

УДК 316.6

Т. Цалко, С. Невмержицька

lozzeika@gmail.com, vsminfoSN@gmail.com

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## **ЦІЛЬОВІ АСПЕКТИ І ЗАВДАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ОСВІТЯН ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ТА В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД**

Діяльність учителя можна розглядати з погляду найважливіших психологічних категорій – особистість учителя (цінності, цілі, мотиви діяльності), педагогічна діяльність і педагогічне спілкування, а саме – ставлення і психологічний клімат).

Основу кожної особистості становить її структура, тобто порівняно стійкий зв'язок і взаємодія всіх її складових як цілісного утворення. Структура особистості досить стійка в часі та має потенціал повільних змін. Спрямованість педагогічної діяльності, мотивація, уявлення про себе як педагога, стосунки з колегами, батьками та учнями тісно пов'язані з особливостями зовнішнього оточення, зокрема під час війни в Україні. Основні чинники, які характеризуються високим ризиком, небезпекою і впливають на особистість педагога в Україні, на поточну його діяльність, це: повітряні тривоги, близькість (або її ймовірність) до лінії фронту, відключення електроенергії, заняття онлайн чи офлайн, зниження мотивації, нервові зриви у дітей, негативний інформаційний потік тощо.

Психодинамічна теорія особистості розглядає сформовану в онтогенезі структуру особистості в тісному зв'язку з внутрішньоособистісними конфліктами, невротичними формами поведінки, захисними механізмами, позицією самовизначення, зокрема й у ставленні зі світом об'єктів.

Освітня фундація GoGlobal провела опитування та збрала перелік основних викликів освіти, які можуть стати цьогоріч кризовими, якщо не вжити термінових заходів [1].

Аналіз опитування освітян по всій країні свідчить про наявність у дітей стресу чи психологічної травми. Так, 24% учнів мають ознаки тривожності та стурбованості. Брак мотивації до навчання прослідковується у 22% учнів. Частими проявами цього є апатія та байдужість, а також розгубленість і неухважність. Серед інших важливих проявів – у нинішніх умовах діти швидко подорослішали і стали більш серйозними. Це серйозне питання, що потребує негайної реакції як з боку батьків, педагогів, так і з боку держави, зокрема системи охорони здоров'я та системи освіти.

Упродовж року було проведено неформальне опитування педагогів різних рівнів навчальних закладів (від шкіл до закладів вищої освіти) у вигляді інтерв'ю. Основні проблеми, які турбують кожного педагога в сучасній Україні умовно можна класифікувати за такими групами проблем (рис. 1).

Вчителі розповідають, що після напружених педагогічних ситуацій, з якими їм, як і всім сучасним педагогам, доводиться часто стикатися під час війни в Україні, вони почуваються розбитими, пригніченими, у них знижується працездатність, вони частіше втрачають самовладання, контроль над своїми емоціями. Кожен другий з опитаних (52%) постійно перебуває у стресі, переживає за безпеку своїх рідних, учнів. 81% опитаних вважають, що перебувають у стані стресу і 40% з них потребують допомоги професіоналів із питань психологічного здоров'я.

Отже, кожному вчителю постійно доводиться перебувати в стані підвищеного нервового збудження, піклуючись про життя і безпеку кожного свого учня, забезпечуючи належне викладання і реалізацію своїх педагогічних завдань. Це надзвичайно виснажує і призводить до негативних наслідків щодо фізичного і психологічного здоров'я. Необхідність весь час стримувати спалахи гніву, роздратування, тривоги, відчаю

підвищують внутрішнє емоційне напруження, що згубно позначається на здоров'ї. Такі захворювання, як гіпертонія, астма, виразка шлунку стають професійними захворюваннями вчителів.

Основні проблеми педагогів, виявлені під час опитування					
Безпека	Стабільність	Послаблення когнітивних процесів в учнів	Планування	Організація роботи на уроці	Фізична втома
Ніхто не відчуває себе в безпеці, але вчитель має створювати цю умовну «безпечну бульбашку» для учнів. Це вимагає значної роботи над собою та поповнення власних ресурсів.	Невпевненість у завтрашньому дні, невідомість перспектив щодо безпеки, спокійного графіка роботи, перспектив професійного розвитку, перспектив щодо розв'язання конфлікту в найближчий період часу.	Вчителі мусять приділяти час на уроці вправам для підтримки та стабілізації емоційного стану учнів. Також має попит особистісно орієнтований підхід до учнів, який зараз організувати ще складніше, і він вимагає ще більше ресурсів від вчителя.	Вчителям важко планувати урок, адже не зрозуміло скільки учнів будуть присутні на уроці. Не завжди можна розраховувати на можливість використання технічних засобів навчання. Тож педагоги зазвичай готуються до декількох сценаріїв.	Вчителям, що працюють у звичному форматі, потрібно паралельно працювати з учнями у класі та з учнями, які приєдналися дистанційно. Або ж вчителі мають проводити урок двічі, працювати у дві зміни, надавати учням додаткові матеріали, які також потрібно підготувати.	Нічні повітряні тривоги, напруження під час денної роботи, навантаження після занять під час підготовки у двох форматах – онлайн і офлайн. Усе це неймовірно виснажує, призводить до фізичної втоми.

Рис. 1. Основні проблеми педагогів, виявлені під час опитування  
Джерело: розроблено авторами

Психологічна підтримка педагогів мусить бути спрямована на збереження і зміцнення психологічного здоров'я, сприяння професійному розвитку та особистісному зростанню. Одним із чинників розвитку емоційного вигорання та професійних деформацій у педагогічній професії є індивідуально-психологічні властивості особистості [2].

За результатами опитування освітньої фундації GoGlobal визначено основні професійні потреби вчителів (рис. 2) та ознаки прояви стресу та інші зміни в портреті учня (рис. 3) [1].

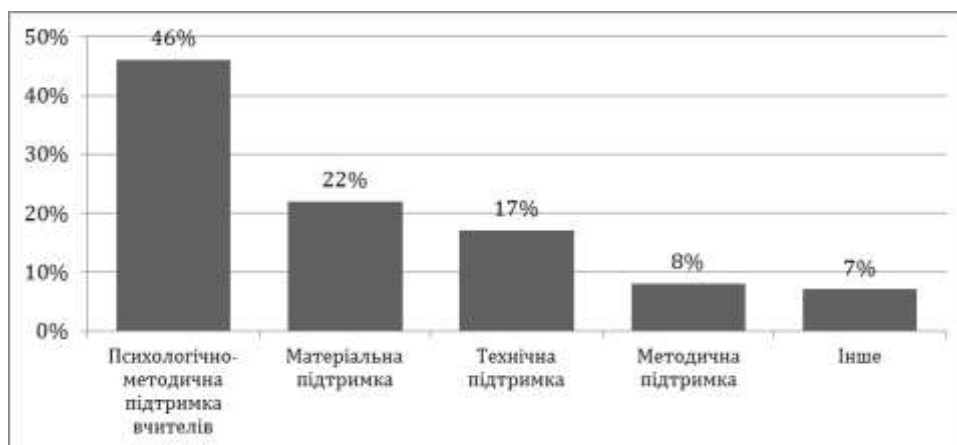


Рис. 2. Основні професійні потреби вчителів.  
Джерело: розроблено авторами на основі [1]



Рис. 3. Ознаки прояву стресу та інші зміни у портреті учня. Джерело: [1]

Для надання ефективної психологічної підтримки важливо розуміти обумовленість деяких психологічних проблем педагога в професійній сфері його особистісною структурою. Таке розуміння дає змогу здійснювати своєчасну профілактику можливих конфліктів і негативних емоційних станів з урахуванням слабких сторін характеру, а також визначати оптимальний шлях подальшого особистісного розвитку й розкриття потенціалу особистості на основі її сильних рис. Для діагностики структури особистості психолог може використовувати такі методики, як СМІЛ (ММРІ), Діагностичний тест особистісних розладів (В. П. Дворженко), Опитувальник особистісних акцентуацій (Леонгард - Шмишек), Операціоналізовану психодинамічну діагностику (ОПД - 2).

**Висновки.** Психологічна підтримка професійної діяльності педагога в умовах воєнної та післявоєнної освіти стала гострою необхідністю [1, 2]. Це завдання цілком може вирішувати Психологічна служба закладу освіти, створення якої в закладах освіти є вкрай необхідним державним завданням. Сьогодні Психологічна служба вже працює в школах, і її головна мета – підвищення ефективності діяльності учнів та захист їхнього соціального і психічного здоров'я. Але роль Психологічної служби в освітньому процесі під час воєнного стану й у майбутній післявоєнний період в Україні дещо потребує коригування і трансформації, бо підтримки потребують і педагоги закладів освіти усіх рівнів.

Основними пріоритетними завданнями Психологічної служби по відношенню до педагогічного складу закладів освіти всіх рівнів мають стати:

- створення структурного підрозділу, який у своїй діяльності забезпечуватиме соціальний і психологічний супровід навчально-виховного процесу в закладі освіти;
- виявлення причин труднощів у здійсненні трудової діяльності педагога, професійному розвитку, соціально-психологічній адаптації [4, 5];
- своєчасне попередження відхилень у поведінці педагогічного працівника, міжособистісних стосунках, запобігання конфліктним ситуаціям в освітньому процесі;
- емоційна підтримка педагогів, формування у них професійно значущих особистісних якостей у рамках системи психологічної підтримки професійної діяльності педагогів в умовах воєнної і післявоєнної освіти;
- консультування і формування психологічної та соціальної компетентності учасників освітнього процесу;
- розробка колективних та індивідуальних програм психологічної підтримки із впровадження інтерактивних методів у професійну педагогічну освіту, зокрема й у психологічну підтримку педагогів, оскільки вони за своєю суттю відповідають цілям і змісту психологічної підтримки;
- здійснення діяльності, спрямованої на досягнення взаєморозуміння, співпраці між окремими особами, колективами, соціальними групами, організаціями, державними органами управління.

#### Список літератури

1. Коврига Т. Освітній фронт. Що робити з вигоранням учителів і відсутністю мотивації у дітей. [Електронний ресурс]. 22 лютого 2023. <https://life.nv.ua/ukr/kids/osvita-pid-chas-viyni-vigoryannya-vchiteliv-ividsutnist-motivaciji-vchitisa-u-ditey-shcho-robiti-50305871.html>
2. Слюсаревський М. М., Григоровська Л. В. Психологічна підтримка учасників освітнього процесу в умовах війни. Вісник НАПН України, 2022, 4(1). С. 1-7.
3. Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2014. - 318 с.
4. Цалко Т. Р. Електронний кампус в інноваційній моделі smart-освіти / Т. Р. Цалко // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 127-130. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24053>

5. Цалко Т. Р. Дослідження проблем і розробка рекомендацій щодо вдосконалення освітнього процесу в умовах пандемії / Т. Р. Цалко, С. М. Невмержицька // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 8 жовтня 2021 року. – Київ: КНУТД, 2021. – С. 67-68.

6. Цалко Т. Р. Особливості побудови індивідуальної траєкторії навчання в умовах воєнного стану / Т. Р. Цалко, С. М. Невмержицька // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації": тези доповідей, м. Київ, 7 жовтня 2022 року. – Київ: КНУТД, 2022. – С. 114-115. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20244>

УДК 316.62:330.16:355.01(477.6)

О. Вартанова

e.vartanova9207@gmail.com

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## УПРАВЛІННЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯМ ПЕРСОНАЛУ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Актуальність управління благополуччя у закладах вищої освіти та забезпечення фізичного, фінансового, психологічного, соціального добробуту працівників відповідає глобальній концепції психологізації процесів управління та зумовлена наступними причинами:

виникнення психічних розладів відбувається саме в студентському віці (18-24 р.) – щонайменше 10%, 75% психічних розладів починаються у віці до 24 років;

психічні розлади можуть мати виражений негативний вплив на навчання, соціальне життя, професійну траєкторію розвитку молодих людей, вони інвалідізують та забирають життя;

пандемія COVID-19 і війна в Україні дуже негативно вплинули на психічне здоров'я і благополуччя як молоді, так і науково-педагогічних співробітників ЗВО;

значна частка співробітників ЗВО знаходяться на різних стадіях професійного вигорання (за даними [1] 60% педагогічних працівників мають сформовану стадію "резистенції", яка виявляється в протистоянні негативним подіям та внаслідок цього – у виснаженні психічних ресурсів, що призводить до неадекватних (зазвичай, занижених) емоційних реакцій, негативного ставлення до усіх суб'єктів педагогічного процесу, до погіршення якості, а часом навіть до припинення виконання професійних обов'язків);

ставлення до життя та психологічні стани істотно впливають на економічну поведінку, прийняття економічних рішень (за даними [2], на економічну поведінку молоді впливають включеність до життя, втома від життя, хвилювання за майбутнє);

студентський вік 18-24 років є критично важливим з точки зору можливості ефективних превенцій і терапевтичних втручань у сфері психічного здоров'я.

Актуалізація наведених аргументів може бути посилена результатами проведених авторських досліджень щодо впливу професійного стресу, професійного вигорання та ставлення до життя на економічну поведінку студентів та співробітників закладів вищої освіти у березні-жовтні 2023 р. Вибірка дослідження становила 111 осіб, віком від 18 до «49 і більше» років, переважна більшість яких є студентами та співробітниками закладів вищої освіти. Метою дослідження було визначення факторів професійного стресу, стадій професійного вигорання, ставлення до життя та їх вплив на економічну поведінку респондентів. 86,6% респондентів є співробітниками або студентами закладів вищої освіти. Переважний вік респондентів становить 18-24 р., 14,4% мають вік 49 і більше років, 10,8% – 34-38 р., в цілому можна зробити висновок, що частка студентів (віком 18-24 р.) в представленому дослідженні становить 62,2%. 87,8% респондентів на час дослідження знаходилися в Україні. Дані щодо віку респондентів подано на рис.1.

Вкажіть ваш вік

111 ответов

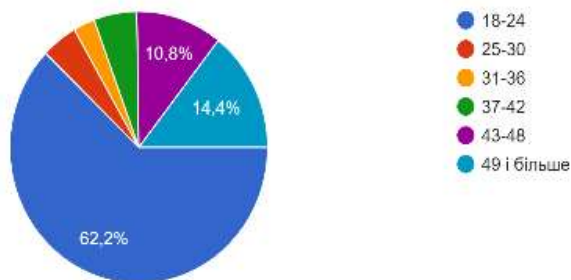


Рис. 1. Дані щодо віку респондентів

Дані щодо суб'єктивного рівня доходів респондентів подано на рис. 2.

До якої категорії людей за рівнем доходу Ви можете себе віднести?

111 ответов

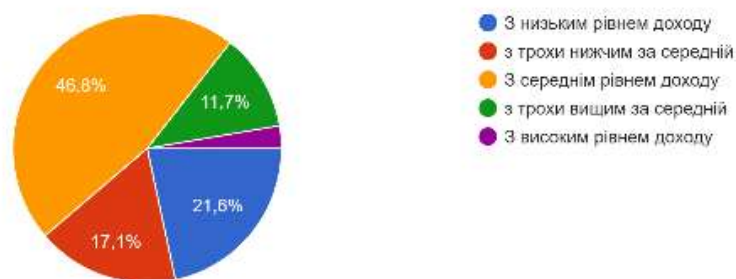


Рис. 2. Дані щодо суб'єктивного рівня доходів респондентів

Як видно з даних рис. 2, більшість респондентів (46,8%) оцінює свій рівень доходу як середній, 21,6% – як низький, 17,1% – трохи нижче за середній, 11,7% – трохи вище за середній і лише 2,8% – як високий рівень доходу. В той самий час за даними дослідження, 11,7% респондентів визнають, що після сплати усіх обов'язкових витрат у них залишається більше 50% доходів (майже нічого не залишається у 17,1% опитаних).

Результати проведених досліджень щодо впливу професійного стресу і вигорання співробітників закладів вищої освіти подано у табл. 1.

Таблиця 1

Результати проведених досліджень щодо впливу професійного стресу і вигорання співробітників ЗВО

Стадія професійного вигорання	Несформована фаза		Фаза в стадії формування		Сформована фаза	
	№	%	№	%	№	%
Стадія напруження	47	42,3	19	17,1	38	34,2
Стадія резистенції	26	23,5	46	41,4	43	38,7
Стадія виснаження	38	34,2	46	41,5	30	27,1
Усього	111	100	111	100	111	100

Як видно з даних табл. 1, 42,3% опитаних мають несформовану фазу напруження, а 34,2% - сформовану фазу напруження. Ця фаза професійного вигорання свідчить про наявність нервової (тривожної) напруги в персоналу, до чого призводить тривалий стрес, токсичне робоче середовище, нестабільна обстановка, високі професійні вимоги, складність й інтенсивність роботи. Проявами фази напруги є переживання психотравмуючих обставин, незадоволеність собою, "загнаність у клітку", тривога та депресія.

38,7% респондентів мають сформовану фазу резистенції (у 23,5% опитаних така фаза є несформованою, у 41,4% – знаходиться в стадії формування). Фаза професійного вигорання "резистенція" (опір) характеризується тим, що людина намагається захистити себе від несприятливого впливу факторів професійного стресу, токсичних стосунків, надмірного напруження. Сформована фаза резистенції призводить до виснаження життєвих ресурсів людини, неадекватного емоційного реагування, дезорієнтації та деперсоналізації, економії емоцій, редукції професійних обов'язків.

За результатами оцінювання, більшість опитуваних (41,5%) мають виснаження у стадії формування (34,2% – несформовану стадію, а 27,1% – сформовану стадію виснаження). Фаза професійного вигорання "виснаження" – це збіднення психічних ресурсів людини, зниження емоційного тону, що настає внаслідок того, що виявлений опір тривалому стресу виявився неефективним. Ця стадія є дуже небезпечною для здоров'я людини, її психоемоційного стану, продуктивності та ефективності роботи та призводить до стійкого емоційного дефіциту, емоційна відстороненість ("емоційне онеміння"), особистісної відстороненості (деперсоналізація), психосоматичних та психовегетативних порушень.

З позицій корпоративного управління наслідки професійного вигорання співробітників є вкрай небезпечними: призводять до низької продуктивності та високої плинності кадрів, особливо високопрофесійних, виникнення психосоматичних та психовегетативних порушень, у тому числі депресій, зростання кількості хвороб та порушення трудової дисципліни, що призводить до прямих фінансових втрат компаній. Працівники, які мають сформовану стадію виснаження, більше не можуть якісно виконувати професійні завдання та змушені змінювати сферу діяльності та професію.

Проблема професійного вигорання та емоційного виснаження у світі сьогодні перебуває в топах психологічних проблем людства і включена до МКБ-10 та МКБ-11 як "перевтома". Результатом вигорання співробітників і порушення корпоративного благополуччя є спад рівня залученості співробітників та їх мотивації, що неминуче позначається на продуктивності праці та ефективності роботи співробітників в



цілому.

Для превенції та подолання наслідків професійного вигорання співробітників необхідно формування системи управління благополуччям персоналу, під якою ми розуміємо систему заходів корпоративної стратегії, спрямованих на плекання благополуччя співробітників (фізичне здоров'я, психологічний комфорт, фінансовий добробут, соціальна взаємодія), а через них – членів команди, колективу та усіх співробітників компанії.

Необхідність та доцільність управління благополуччям ЗВО зумовлене тим, що:

ЗВО формує особистість – кожен має цінувати, берегти, плекати своє психічне здоров'я та турбуватися про здоров'я інших;

ЗВО є оптимальним середовищем для превентивних та промотивних втручань: психологічна стійкість, особистісний зріст, соціальна та емоційна компетентність, процвітання;

ЗВО – середовище життя молоді, де послуги мають бути доступними, а якщо особа сама не звертається за допомогою, є шанс, що хтось побачить, підтримає і скерує.

Завданнями управління благополуччям ЗВО на трьох рівнях (особистісний, груповий і корпоративний) є плекання психічного здоров'я і благополуччя співробітників, їх резильєнтності та особистісного розвитку, розвиток соціальних навичок та навичок побудови спільноти, що дає змогу забезпечити вплив на продуктивність і результативність роботи співробітників, їх залученість і лояльність.

Таким чином, формування системи управління благополуччям персоналу у закладах вищої освіти передбачає реалізацію організаційно-управлінських, соціально-психологічних та освітньо-просвітницьких заходів, метою яких є плекання психологічної стійкості усіх суб'єктів освітнього процесу, попередження вигорання, підвищення ефективності освітнього процесу, формування корпоративної системи Well-being.

### Список літератури

1. Емоційне вигорання педагогічних працівників.  
URL: [https://idubgd.edu.ua/sites/default/files/8\\_konferezii/emociyne\\_vigorannya.pdf](https://idubgd.edu.ua/sites/default/files/8_konferezii/emociyne_vigorannya.pdf) (дата звернення: 27.09.2023 р.)
2. Вартанова О.В. Well-being у корпоративному управлінні: ключові моделі та вплив на економічну поведінку. Економіка та соціум. 2022. № 45.  
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1909>
3. Мирончук Н.М. Професійне вигорання викладача вищої школи: чинники, ознаки, способи протидії. Теоретичні і методичні засади розвитку і самовдосконалення особистості педагога-новатора в контексті модернізації нової української школи: зб. наук.-метод. праць; за ред. О.А. Дубасенюк. Житомир: Вид-во Євенок О.О., 2017. С. 62-67.
4. Kasych A., Vochozka M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. Revista ESPACIOS. Vol. 40 (N 24) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>

УДК 378.001.26:355.48001

О.Тарасенко, О. Батрак

[tarik.ak2018@gmail.com](mailto:tarik.ak2018@gmail.com), [olgabatrak84@ukr.net](mailto:olgabatrak84@ukr.net)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ

Протягом останніх років кардинально змінилися умови функціонування ЗВО України, що стало наслідком поглиблення глобальних та національних проблем, які особливо загострилися в умовах військової агресії РФ проти України. Враховуючи особливості процесів реформування освітньої сфери на сучасному етапі перед системою вищої освіти України постають нові завдання, які передбачають розширення спектра напрямів діяльності та підвищення ролі вищої освіти в житті суспільства. З огляду на це проблематика якості та ефективності процесів функціонування університетів України, підвищення їх економічного потенціалу стає пріоритетною для держави.

Мета дослідження полягає в розкритті сутності та дослідженні чинників формування потенціалу ЗВО України в умовах війни та на етапі післявоєнного відновлення України.

Для досягнення мети вважаємо за доцільне дослідити основні фактори, що формують поточний і перспективний рівень потенціалу ЗВО на сучасному етапі. Узагальнення наукових праць [1-3], дозволило виокремити групи підходів до розуміння сутності поняття «потенціал» в контексті складних соціоекономічних систем, на яких доцільно базуватись при дослідженні поняття «потенціал ЗВО» [4]. Перша група охоплює підходи, що ґрунтуються на концепті використаних ресурсів для забезпечення діяльності ЗВО на ринку, що включає: ресурсний; виробничий; імовірнісний. Другу групу підходів до трактування сутності поняття «потенціал» можна умовно назвати функціональною, до неї віднесено функціональний і діяльнісний підходи. У рамках третьої групи підходів потенціал переважно трактується як можливість досягнення певних цілей, а саме: цільовий; результативний; стратегічний.

Потенціал українських ЗВО підтверджується високими позиціями у QS World University Rankings, до якого у 2020 році увійшло 6 українських університетів [5], а у 2023 році вже 11 [6]. Підтвердженням висновку про потенційні можливості ЗВО є також позиції України у світових рейтингах конкурентоспроможності країн. За даними «The Global Competitiveness Report 2019» [7], Україна посіла 85 місце (56,99 бала) в загальному рейтингу з поміж 141 країни. У контексті дослідження слід звернути увагу на високий рівень усіх складових субіндексу «Навички», що мають діапазон 4,0-4,5 при максимальному значенні 7. Ці показники характеризують навички як наявної, так і майбутньої робочої сили. Отже, формування людського капіталу є результатом ефективної системи освіти, що може виступити ключовим драйвером післявоєнного відновлення країни.

Позитивним також є вплив розвитку системи освіти й на формування інвестиційного потенціалу країни. Відповідно до рейтингу України за Глобальним індексом інновацій (GII) [8] на останню звітну дату Україна посіла четверте місце в групі країн з рівнем доходів нижче середнього та 34 місце серед європейських країн. Аналіз складових зазначеного рейтингу свідчить, що освітня складова в субіндексі «Людський капітал та дослідження» є сильною стороною освітньої системи України.

Зважаючи на надважливу роль людського капіталу, при формуванні державної освітньої політики слід сконцентрувати зусилля на збереженні та посиленні сильних сторін – розвитку системи освіти і підвищенні рівня її потенціалу на основі ефективного врахування всіх формуютьорюючих факторів зовнішнього і внутрішнього впливу. Внутрішні фактори, що формують потенціал ЗВО в умовах війни, систематизовано з виокремленням таких груп [4, 9, 10]: (1) фінансові (зміни у фінансуванні ЗВО в умовах війни, а також зменшення надходжень через: відтік іноземних студентів; відтермінування оплати за навчання та примусове надання студентам академічної відпустки; зміни у формуванні державного замовлення); (2) матеріальні та нематеріальні (пошкодження та руйнування інфраструктури, приміщень ЗВО, втрата ними освітнього й дослідницького обладнання, інші); (3) інформаційні (втрати інформаційних активів, в тому числі через кібератаки); (4) кадрові (значні втрати кадрового складу ЗВО); (5) просторово-часові (брак часу і ресурсів у викладачів для виконання своїх освітніх і наукових обов'язків в умовах війни; стрес та психологічний тиск, що впливає на ефективність і здатність виконувати свої обов'язки).

Значний вплив на потенціал ЗВО, особливо в Україні, відіграє зовнішнє середовище, включаючи економічний, політичний і соціальний аспекти розвитку країни. До факторів зовнішнього середовища за характером їх впливу на потенціал ЗВО в умовах війни запропоновано віднести [4, 9, 10]: (1) економічні – недофінансування освітньої сфери через економічну нестабільність та дефіцитність державного бюджету; (2) політичні – сповільнення або призупинення реалізації реформ в системі вищої освіти, спрямованих на покращення якості, забезпечення рівного доступу до освіти та приведення освіти у відповідність до міжнародних стандартів; (3) соціальні – демографічні зміни внаслідок збільшення кількості внутрішньо переміщених осіб і зовнішніх мігрантів. Зростання освітніх розривів через перешкоди для отримання освіти, зокрема для внутрішньо переміщених осіб, біженців або осіб, що проживають на прифронтових територіях або в зоні бойових дій; (4) нормативно-правові – законодавчо-нормативне забезпечення діяльності ЗВО в умовах воєнного стану (вжиття заходів для забезпечення захисту учасників освітнього процесу, працівників і майна закладів освіти; евакуації учасників освітнього процесу; забезпечення особливих умов навчання для окремих категорій). Призупинення дії актів, якими запроваджено індикативну собівартість та формули розподілу видатків державного бюджету між ЗВО.

Наразі функціонування ЗВО та формування їх потенціалу в Україні здійснюється в умовах невизначеності та ризиковості зовнішнього середовища, особливо в умовах повномасштабної військової агресії з боку РФ. Це має вкрай негативний вплив на внутрішні фактори, що визначають потенціал ЗВО, та спричиняє високий рівень невизначеності в усіх напрямках його діяльності.

На думку експертів, ЗВО України найближчим часом будуть змушені зосередитись у сфері освіти на «подоланні викликів воєнних руйнувань, переосмисленні та виробленні нового бачення системи освіти загалом для забезпечення її всебічного розвитку, створенні позитивних умов для трансформації мережі закладів освіти, яка відповідатиме соціальним та економічним потребам України, підвищенні якості освіти, підтримці забезпечення інноваційного навчального та дослідницького середовища, посиленні співпраці зі стейкхолдерами» [9]. За таких умов фактором, що може позитивно вплинути на потенціал ЗВО, є інтеграція України до європейського освітнього та дослідницького простору. У Плані відновлення України наголошується на «...необхідності врахування досвіду європейських країн, використання принципів, підходів, інструментарію та практик ЄС. Підтримка Євросоюзу на політичному, експертному й інституційному рівнях сприятиме залученню міжнародної допомоги для підвищення стійкості вітчизняної освіти і науки під час війни» [10, 11].

Завдання формування необхідного рівня потенціалу ЗВО України набуває особливого значення з огляду на те, що прямим наслідком максимізації потенціалу українських університетів є створення та трансфер нових знань і технологій. Непрямими, але важливими результатами ефективного використання потенціалу ЗВО є: економічний розвиток країни, оскільки висококваліфіковані фахівці розроблятимуть та впроваджуватимуть нові ідеї та продукти, що підвищуватиме економічну активність та інноваційний потенціал країни; політична стабільність країни; соціальний розвиток, оскільки якісна вища освіта дозволить кожному розвивати свої здібності та потенціал, що може сприяти сталому розвитку суспільства.

## Список літератури

1. Дибач І. Л. Макроекономічний аналіз трудового потенціалу вітчизняних закладів вищої освіти. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 6(1). С. 163-168.
2. Дропа Я. Б., Коваленко В. М., Заплатинський М. В. Фінансовий потенціал закладів вищої освіти України: економічна природа, проблеми та можливості зростання. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки*. 2022. № 9. С. 153-162.
3. Парпан У. Стратегічний потенціал реформування системи вищої освіти в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки*. 2017. Вип. 884. С. 163-169.
4. Батрак О.В., Тарасенко О.С. Особливості формування потенціалу закладів вищої освіти України в умовах війни та післявоєнному періоді. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2595> (DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-1>)
5. Світовий рейтинг університетів і шість українських вишів в ньому. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-52770462> (дата звернення 1.07.2023).
6. 11 українських ЗВО увійшли до рейтингу QS World University Rankings 2023. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/11-ukrayinskih-zvo-uvijshli-do-rejtingu-qs-world-university-rankings-2023> (дата звернення 1.07.2023).
7. Global Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/how-to-end-a-decade-of-lost-productivity-growth/> (дата звернення 07.05.2023).
8. Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S., & Rivera León L. (2021). *Global Innovation Index 2021. Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis*. WIPO - World Intellectual Property Organization. URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2021.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf) (дата звернення 07.05.2023).
9. Вища освіта в Україні: зміни через війну: аналітичний звіт / Є. Ніколаєв, Г. Рій, І. Шемелинець. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. 94 с.
10. Освіта України в умовах воєнного стану інформаційно-аналітичний збірник / за заг. ред. С. М. Шкарлета. Київ, 2022. 358 с.
11. План відновлення «Освіта і наука». Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennya/2022/08/19/НО.projekt.Planu.vidnovl.Osv.i.nauky-19.08.2022.pdf> (дата звернення 07.05.2023)

УДК 378

Т. Власюк, Н. Фастовець

[nkulak41@gmail.com](mailto:nkulak41@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## АНТИКОРУПЦІЙНА ПОЛІТИКА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Загальновідомою є теза про те, що потужну економіку мають ті країни світу які є демократичними, економічно вільними, із низьким рівнем толерантності щодо корупції. Корупція, як соціально-економічна проблема, не вирішується односторонніми заходами легального примусу.

Проблема корупції стосується не лише України. Всі країни світу проходили через етап боротьби із цим явищем, про що свідчить велика кількість міжнародних документів, які регламентують питання боротьби із корупцією серед яких: Конвенція ООН проти корупції, Кримінальна конвенція про боротьбу з корупцією, Цивільна конвенція про боротьбу з корупцією, Модельний кодекс поведінки державних службовців країн Ради Європи та інші.

Прийнята у 1990 році на VIII Конгресі ООН резолюція із запобігання злочинності «Практичні заходи боротьби з корупцією» визначає корупцію як «порушення етичного (морального), дисциплінарного, адміністративного, кримінального характеру, що виявляється у протизаконному використанні свого службового становища суб'єктом корупційної діяльності» [1].

Цивільна конвенція про боротьбу з корупцією від 4 листопада 1999 року фіксує таке визначення корупції: «прямі чи опосередковані вимагання, пропонування, дачу або одержання хабаря чи будь-якої іншої неправомірної вигоди або можливості її отримання, що порушують належне виконання будь-якого обов'язку особою, яка отримує хабаря, неправомірну вигоду чи можливість мати таку вигоду, або поведінку такої особи» [2].

Корупція це використання особою, яка відповідно до ч. 1 ст. 3 Закону України «Про запобігання корупції» належить до суб'єктів корупційних правопорушень, наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей [3].

Мета такого використання полягає у «одержанні неправомірної вигоди; прийнятті такої вигоди; прийнятті обіцянки, або пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб; обіцянці, пропозиції, наданні неправомірної вигоди особі, зазначеній у ч. 1 ст. 3 Закону України «Про запобігання корупції», або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей» [3].

Існуючі заходи щодо протидії корупції застосовуються в різних країнах по різному тому, що кожна країна має свою культуру та рівень правової свідомості. Проведене дослідження дає змогу зробити висновки про те, що економічно розвинені країни зазвичай застосовують в підходах до корупції карний кодекс та апарат кримінального судочинства і мають більш вагомий результати, ніж ті країни, які роблять акцент лише на заходах протидії корупції. Результативність карних інструментів має в розвинених країнах успіх тому, що їх правова система побудована на презумпції невинуватості і міцно захищена законом.

Україна, обрала комплексний підхід подолання корупції, який полягає у поєднанні превентивних та правоохоронних засобів.

Історія боротьби із корупцією в Україні розпочалась із ухвалення першого закону «Про боротьбу з корупцією» та набуттям членства у Раді Європи у 1995 році. Реальні заходи у цьому напрямі відбуваються починаючи із 2014 року шляхом створення незалежних антикорупційних органів: Національного антикорупційного бюро України (НАБУ) та Спеціалізованої антикорупційної прокуратури (САП), які згодом були переформатовані у Національного агентства з питань запобігання корупції (далі – НАЗК) та Агентство з розшуку та менеджменту активів. У період із 2014 по 2016 роки запроваджується такі антикорупційні заходи як: відповідальність за неправдиве декларування і незаконне збагачення, е-декларування статків посадовців та обов'язкова перевірка таких декларацій. У 2014 році було прийнято новий Закон України «Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2014-2017 роки».

Поступово шляхом «забезпечення доброчесності законодавчої, виконавчої та судової гілок влади, впровадженням ефективних антикорупційних стандартів (етичні стандарти, запобігання конфлікту інтересів), декларуванням майна, доходів, видатків та зобов'язань фінансового характеру, введенням галузевих антикорупційних програм, притягненням до відповідальності за корупційні злочини, Україна покращила свій Глобальний Індекс сприйняття корупції України (CPI) Transparency International [4]. Так, за рівнем (CPI) із 144 місця у 2012 році Україна перемістилася на 117 у 2020 році. У 2020 році оцінка України обчислювалась на базі 9 різних досліджень, за всіма показниками Україна або зберегла позицію, або позитивно зросла у порівнянні з CPI-2019 та CPI-2018 [5]. Значну роль у процесі подолання корупційних ризиків відіграла просвітницька політика закладів вищої освіти (далі – ЗВО), які традиційно посідають ключове місце у превентивних заходах щодо запобігання та протидії корупції. Так і в Україні ЗВО набули значення ключової структури у процесі формування у здобувачів вищої освіти нульової толерантності до корупції. Головним завданням освітнього процесу у ЗВО є формування академічної доброчесності у здобувачів освіти. У зв'язку із тим, що процес отримання освітніх послуг побудовано на вивченні та використанні інтелектуальних здобутків науковців та викладачів, здобувачі вищої освіти мають усвідомити, що зміст будь-якого підручника, наукового твору, монографії, статті або тез – інтелектуальна власність автора твору, тому необхідно навчитися користуватися цією інформацією в законний спосіб, уникаючи академічного плагіату. Таким чином, усвідомлення принципів академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, стає основою для формування в них нульової толерантності до корупції. Крім того, в рамках дотримання національного антикорупційного законодавства всі ЗВО України мають власну антикорупційну програму у вигляді затвердженого документа, який визначає корупційні ризики та заходи для їх мінімізації та усунення. У 2022 році НАЗК у співпраці із Асоціацією юридичних клінік України сформувало розширений реєстр корупційних ризиків (55 корупційних ризиків) у чотирьох основних сферах організації ЗВО: навчальний процес, наукова діяльність, адміністративна діяльність та партнерство ЗВО із зовнішніми партнерами (стейкхолдерами) [6]. На основі розширеного реєстру експерти сформували перелік з 25 головних корупційних ризиків, які є найбільш типовими для сучасної системи вищої освіти в Україні [6]: «зловживання під час проведення вступних випробувань; зловживання співробітників університетів, пов'язані зі вступом іноземців; посередництво у наборі іноземних студентів; зловживання під час складання академічної різниці; вимагання/надання неправомірної вигоди в обмін на оцінки; залучення посередників для отримання неправомірної вигоди під час оцінювання студентів (курсантів); нав'язування власних розробок (посібників) як умови позитивного оцінювання; використання службового становища з метою впливу на викладачів та співробітників; зловживання, пов'язані із написанням та підготовкою до захисту кваліфікаційних робіт; зловживання службовим становищем у формі сексуальних домагань з боку викладачів чи адміністрації університету за позитивні оцінки чи протекторат («сексторція»); зловживання при вступі та навчанні в аспірантурі (докторантурі); надання неправомірної вигоди за складання іспитів в аспірантурі; маніпуляції під час формування збірників наукових статей; фальсифікація результатів під час проведення конкурсу на вакантні посади ЗВО; зловживання при призначенні премій або інших виплат стимулюючого характеру; зловживання при поселенні студентів та співробітників у гуртожитки; неправомірною передачею земельних ділянок ЗВО у користування третім особам або ж під незаконні забудови; неправомірною здачею в оренду майна ЗВО; умисна закупівля непотрібних товарів; неправомірний вплив на процес закупівлі шляхом співпраці з контрагентами поза межами тендерних процесів; зловживання повноваженнями з метою примусу учасників освітнього процесу купувати платні послуги виключно в університеті; вимагання сплати благодійних внесків; тиск на активних студентів та викладачів; зловживання владним становищем / політичним статусом для тиску на представників закладів вищої освіти; залучення учасників освітнього процесу до політичної агітації та виборчого процесу на користь певних політичних діячів (партій)». Додатково для зменшення випадків корупційних ризиків, виховання доброчесності й нульової толерантності до корупції як із боку працівників університету, так і у здобувачів вищої освіти, обов'язковим заходом у ЗВО стало введення посади антикорупційного уповноваженого, що покращило організаційну

складову антикорупційної політики ЗВО.

Висновки: В Україні сформовано дієві засади антикорупційної політики в ЗВО. Доцільним є продовження освітньої політики ЗВО на вмотивування здобувачів вищої освіти бути доброчесними. Доцільним для ЗВО є створення окремих освітніх компонентів щодо розширення у здобувачів вищої освіти компетенцій в сфері антикорупційного законодавства та формування нульової толерантності до корупції.

#### Список літератури

1. Попередження злочинності та кримінальне правосуддя у контексті розвитку: реалізації та перспективи міжнародного співробітництва. Резолюція VIII Конгресу ООН із запобігання злочинності «Практичні заходи боротьби з корупцією» від 07.09.1990 URL:[http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_785](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_785).

2. Цивільна конвенція про боротьбу з корупцією від 4.11.1999. URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_102](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_102).

3. Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII «Про запобігання корупції» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18.#Text>

4. Державна програма щодо реалізації засад державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційної стратегії) на 2015-2017 роки, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 265. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/265-2015-%D0%BF>.

5. Радіна А. Історія боротьби з корупцією: чи приходить весна. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3366810-istoria-borotbi-z-korupcieu-ci-prihodit-vesna-spojler-prihodit.html>

6. Корупційні ризики у вищій освіті. ТОП 25: Стратегічний аналіз корупційних ризиків, авторський колектив, відповідальна експертка Марія Цип'яшук. – Київ: Національне агентство з питань запобігання корупції, Асоціація юридичних клінік України, 2022 – 106 с.

UDC 378.1

M. Lebediev

lebediev.mk@knutd.edu.ua

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

## REQUIREMENTS AND PRINCIPLES OF DIGITALIZATION OF THE MANAGEMENT AND EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE

Today we can observe an active process of modernization of higher education, in which digital transformation is a key aspect. This transformation is determined by the formation of a digital society and the development of the digital economy. As a result of society's transition to a new level of technology development, such as big data processing, blockchain, the Internet of Things, digital and intelligent information technologies, the process of informatization is moving to a higher level, which we call the digitalization era. In other words, modern society has entered the era of digital transformation, which is marked by significant changes compared to previous stages of informatization and computerization[1].

The development of the higher education system in today's environment, which is driven by digital transformation, poses new challenges and requirements. One of these requirements is the need to revise approaches to the organization of the educational process and the management system of higher education institutions. This includes the creation of an electronic information and educational environment using modern digital technologies for learning, the implementation of learning management strategies and the individualization of educational material, taking into account the needs and characteristics of each student. Nowadays, due to the active development of e-learning and digital educational platforms, we are witnessing a change in traditional learning formats. This leads to a "hybrid educational process"[2] that combines both offline and online learning methods. It becomes important to create an effective educational process and management system for higher education institutions that take into account new trends in digitalization and address the challenges and difficulties that accompany the development of digital technologies and the spread of e-learning.

Today, the war in Ukraine has caused a lot of problems for Ukrainian businesses. Among the key ones are limited resources, a small number of orders, logistics problems, lack of personnel, finance, and raw materials. Difficult current conditions should not be a reason to refuse to implement digitalization, but rather should stimulate this process because of future prospects. Automation of most processes makes it possible to reduce the number of business processes, staff, and costs. The key benefits are improved and optimized advertisement campaigns, better management and planning of limited resources and a better communication with customers.

The development of modern higher education institutions (HEIs) really requires a transition to digital transformation in all areas of education and management. The main goal of this transformation is to increase the efficiency and quality of work by reducing time and effort by transferring all information interaction processes to the digital environment. This applies to both management and learning processes.

This transition to digital transformation should take place in parallel with the digitalization of the economy in Ukraine. "The Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 defines the main goal of digitalization as achieving digital transformation of existing economic sectors and creating new ones, as well as transforming spheres of life into more efficient and modern ones. However, these goals can only be achieved if ideas, actions, initiatives and programs related to digital transformation are integrated into national, regional and sectoral development strategies and programs[3].

Education is one of the strategic dominants of the digital transformation of the economy (Student Accessibility, Teacher Accessibility; Administration) [4, p. 181].

In Ukraine, higher education institutions play a leading role in the country's digital transformation, and this becomes evident when analyzing the main purpose of their activities. The main goal of higher education institutions is to generate, systematize, and disseminate knowledge that creates an effective basis for scientific and technological progress and socioeconomic development. The success and recognition of these institutions depend on their ability to use the accumulated knowledge and skills of the entire staff, which are the result of the combined intellectual potential of all employees, as well as on the ability to effectively use the information resources at their disposal. This contributes to the creation of optimal working groups, teams, and project participants with the help of innovative technologies and contributes to the further development of the country's intellectual potential[5;6].

The main principles of digitalization of the HEI management system include the following:

1) cost-effectiveness - management of the digitalization of the HEI management system should be aimed at minimizing the costs of the enterprise;

2) optimality - implies that the management of the digitalization of the HEI management system is aimed at choosing the best technical solution, which, in particular, is able to ensure the optimal ratio between the results of digitalization and the costs of its implementation;

3) completeness of information - the introduction of digital technologies in the management system of higher education institutions should be provided with the full amount of necessary information to maximize the result;

4) self-regulation and adaptation - adjustment of management decisions in accordance with changes in the external environment.

When digitalizing the activities of higher education institutions in Ukraine, it is important to pay special attention to information and economic security. This security is based on the following principles:

1. Data integrity - ensuring the protection of information from any errors or loss of data, as well as from unauthorized access, modification or destruction of information.

2. Data confidentiality - maintaining confidentiality and preventing unauthorized access to confidential information.

3. Data availability for all authorized users - ensuring access to information for persons with proper permissions and authorization. [7, c. 70]

To ensure the economic security of a public interest entity, accounting and analytical support is defined as an integrated strategic information system. It combines methods and technologies of accounting, analysis and control to create relevant and reliable information about internal business processes and the external environment. This information is used to assess competitive advantages, prevent risks and identify threats to the safe operation and sustainable development of the public interest entity [8, p.91].

The digital era has already arrived, and business is changing faster than ever before, so businesses cannot ignore the trends that are currently emerging and gaining momentum: big data, machine learning, neural networks, the Internet of Things and other modern tools based on the use of digital technologies. Under such conditions, maintaining the competitiveness of enterprises requires its constant modernization, adaptation and development on the principles of digital transformation, and the effectiveness of these processes is ensured by an adequate strategic management system, the components of which should include a system of strategic analysis and assessment of the impact of digitalization factors, the formation of digital alternatives for the development of products and services, the identification and setting of strategic goals for the digital transformation of the enterprise and the identification of tools, taking into account key

Thus, the introduction of digitalization in the activities of higher education institutions will not only improve the interaction of all participants in the educational process and attract more applicants, but will also significantly improve the quality of educational process management in the provision of educational services. This is especially relevant in the context of Ukraine's integration into the international scientific community, when it is necessary to provide effective and modern education for all citizens of the country, as well as to promote its sustainable development.

Maintaining the quality of professional training in accordance with national standards and international requirements, implementing effective methods of managing a dynamic learning environment, and integrating higher education institutions into the national and global information space are all important results of the digitalization of the educational environment.

## References

1. Zaspа G.O., Oksamitna L.P., Karapetyan A.R. Methodological foundations of creating information technology in the digital space of higher education institutions. Scientific and educational innovation center of social transformations. - 2022. - P. 206-222. - removed from [https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph\\_paradigmatic\\_03\\_2022\\_05\\_02](https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph_paradigmatic_03_2022_05_02) (in Ukrainian)

2. Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). DigComp 2.1 The Digital Competence Framework for Citizens. With eight proficiency levels and examples of use. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
3. Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020. [Electronic resource] / Access mode: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
4. Simakov KI Features of public administration in the conditions of digital transformation of Ukraine / KI Simakov, VG Valina, VP Launikonis, MJ Budoviy // Economic Herald of Donbass: scientific journal / Editor-in-chief N. Trushkina - Kyiv: 2021. - №1 (63). - С.179-185
5. Quality assurance in higher education institutions in ukraine 2016 through the prism of european guidelines and standards ESG 2015 / Edited by M. Mazurkiewicz - Wrocław University of Science and Technology, Publishing House: EXANTE, 2015. - 106 p.
6. Garnik L.P. Optimization of quality management of educational services of Ukrainian universities through the introduction of CRM systems [Electronic resource] / L.P. Garnik // Modern trends in the development of education and science: problems and prospects: a collection of scientific papers - Electronic edition - Kyiv; Lviv; Berezhany; Gomel, 2018.
7. Bunda O. M. Information security of the accounting system in higher education institutions / O. M. Bunda // Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference "Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization": abstracts, Kyiv, October 8, 2021. [Electronic resource] / Access mode: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18897>
8. Sayun A. O. System of information support for the management of public accounting information of public interest entities / A. O. Sayun // Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference "Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization": abstracts, Kyiv, 10. 11.2020 - Kyiv : KNUTD, 2020. - P. 90- 91. [Electronic resource] / Access mode: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/16878>

УДК 378.014.5:351.88(477)

О. Черниш

chernysh.o@knutd.com.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ЗНАЧЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТРЕТЬОЇ МІСІЇ УНІВЕРСИТЕТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Діяльність сучасних університетів все більше стосується не лише надання освітніх послуг у сфері вищої освіти та проведення наукових досліджень і розробок, а й реалізації так званої «третьої місії», що розглядається як широкий спектр інновацій та впливів на економічний і соціальний розвиток регіонів, країни та світу. Разом із тим, розширення спектру діяльності в університетах часто започатковується на основі традиційного наявного людського потенціалу цих закладів, що представлений особами, які за змістом діяльності є викладачами, дослідниками, менеджерами освіти та науки, здобувачами освіти.

У публікаціях науковців зазначається [1], що у сучасному світі суттєво посилюється конкуренція університетів за ресурси, що, зокрема, підтверджується запровадженням рейтингових систем для оцінювання ЗВО. Важливість формування програм навчання і досліджень сьогодні не повинна означати відсторонення цих закладів від соціально-економічних проблем.

Навпаки, університет повинен визнати свою соціально-економічну відповідальність, продукуючи, акумулюючи та передаючи знання, що необхідні для їх вирішення. У публікаціях науковців сьогодні вже йдеться не про подвійну місію університетів щодо навчання та досліджень, а про чотири складові місії: освіта, дослідження, передача технологій та діалог із суспільством [2, с. 197].

Згідно з багатьма дослідженнями, на еволюційний процес, що веде до виникнення та розвитку підприємницького університету у світовій практиці, сильно вплинуло обмеження кількості коштів, які університети отримують від урядів, а скорочення систем фінансування досліджень посилює конкуренцію між університетами [3; 4]. Університети починають розглядати підприємницьку культуру як новий спосіб залучення вкрай необхідних ресурсів. Останніми роками розвитку підприємницького університету також сприяли національні та місцеві органи влади, які запроваджували заходи та нормативні механізми для перетворення наукових знань на інноваційні та практичні товари. Проводячи паралель з Україною, можемо відзначити, що останніми роками спостерігалось поступове скорочення фінансування вищої освіти, наукових досліджень, зменшення кількості місць державного замовлення, зміни механізмів щодо розподілу коштів державного фінансування ЗВО, введення грантової системи щодо фінансування наукових досліджень тощо. Все це в результаті приводить до посилення конкуренції між ЗВО та сприяє розвитку підприємницького університету. Проте, як відзначають науковці, «третьа місія» включає комерціалізацію наукових досліджень, але не обмежується нею. Насправді «третьа місія» є процесом відродження та інтерактивної підтримки регіонів, оскільки залучає оточуючі спільноти.

Деякі науковці характеризують підприємницький орієнтир університету як позитивні та необхідні зміни, інші розглядають його як негативну трансформацію. Така ситуація справді присутня у вітчизняній сфері вищої освіти. Нині не існує ґрунтовних та вичерпних досліджень цього питання українськими вченими, також відсутні світові змістовні дослідження щодо мотивації та сприйняття підприємництва науковцями. Проте варто відмітити, що далеко не всі, навіть дуже досвідчені науковці та викладачі університетів, можуть адаптуватися до нових реалій та вимог, які виникають згідно сучасним ліцензійним вимогам та вимогам до наукової діяльності, рейтингів ЗВО тощо.

Щоб запобігти можливим негативним впливам, необхідно зважити всі умови та брати до уваги світовий досвід трансформації підприємницького університету. Н. Etzkowitz описав такі чотири етапи переходу до підприємницького університету:

- університет визначає свою здатність встановлювати пріоритети та формулювати стратегічний погляд на свій напрям;
- університет отримує фінансові ресурси з різних джерел;
- наукове середовище починає відігравати активну роль у комерціалізації інтелектуальної власності, що виникає в результаті досліджень, проведених її співробітниками;
- університет зосереджується на взаємодії із зацікавленими сторонами задля участі у розвитку регіонального інноваційного середовища [5].

Vorley and Nelles вводять поняття «entrepreneurial Architecture» (EA), що забезпечує ширше розуміння природи підприємницьких трансформацій в університетах та орієнтує на виконання «третьої місії», яка змінює основну діяльність університету [6]. Науковці виділяють п'ять таких категорій внутрішніх чинників, які впливають на формування підприємницької програми в університетах:

- сформованість відповідних підприємницьких структур університету (наприклад, інкубатори, технопарки, бізнес-портали);
- стратегії, які включають інституційні цілі та формальні структури стимулювання підприємницької діяльності;
- сформованість системи комунікаційних мереж та зв'язків між структурами та відділами;
- лідерство (орієнтація та залучення адміністраторів, ради директорів, керівників відділів, провідних учених університету до впровадження «третьої місії» та обізнаність їх у цьому питанні);
- орієнтація корпоративної культури університету на «третю місію» (інституційні, відомчі та індивідуальні установки й норми в рамках «третьої місії») [7].

У багатьох дослідженнях підкреслюється, що розвиток підприємницької діяльності університету вимагає не лише змін в інфраструктурі, але й єдиної культури в академічних колах та серед академічного персоналу. Досить часто університет як установа не усвідомлює важливості доведення до персоналу своїх підприємницьких ініціатив та потреби виховувати спільну культуру підприємництва. Водночас академічний персонал часто не має особистого досвіду в бізнес-середовищі і погано розуміє, як поєднувати підприємницьку діяльність з навчальною та науковою діяльністю. Як один з механізмів подолання цих перешкод у світовій практиці існує досвід створення у структурі університетів так званих офісів передачі знань (knowledge transfer offices, КТО).

Важливо також відмітити, що здійснення підприємницької діяльності не перетворює автоматично університет на підприємницьку структуру. Це відбувається лише тоді, коли підприємницька діяльність створює додаткову вартість для освіти та досліджень, і навпаки. Підприємницька діяльність університету не має бути ініційована тільки для виживання ЗВО у складних фінансових умовах, це має бути лише одним із розглянутих чинників. Уряд має впровадити механізми для того, щоб університети спрямовували свою діяльність, крім навчання, на створення нових знань на основі досліджень, групування та підготовку спеціалізованого людського капіталу, передачу нових технологій з академічних кіл до промисловості, що буде забезпечувати ефективну участь університету в економічному розвитку певних територій.

Проте слід зазначити, що перші кроки урядом України вже зроблено, а саме впроваджено у нормативних документах щодо діяльності ЗВО (ліцензійних вимогах, критеріях оцінки якості діяльності тощо) та рейтингах необхідність щодо співпраці зі стейкхолдерами, участі у міжнародних наукових проєктах, отримання грантів. Проте залучення стейкхолдерів використовують переважно для вирішення внутрішніх проблем закладів.

Одним з інструментів механізму підтримки університетів є розвиток академічних досліджень, спрямованих на збирання емпіричних даних задля розроблення критеріїв та форм оцінювання реалізації «третьої місії». Другою задачею є підтримання досліджень, які спрямовані на збирання даних про безперервну освіту, підприємницьку освіту та залучення суспільства за різними вимірами інновацій, не обмежуючись технологічним. Це може бути вирішено шляхом формування національних дослідних програм, оголошення грантів на виконання досліджень за цими напрямками тощо. Третя задача уряду – ініціювання та організація збирання даних про дослідження, компанії та ринкові можливості як на місцевому, так і на національному та європейському рівнях. Це сприятиме безперервності процесу підприємницького відкриття та дослідження діяльності, можливостей та потреб усіх залучених регіональних суб'єктів.

Елементи реалізації цих задач вже можна спостерігати в Україні. У 2016 р. прийнято Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність», який визначає організаційно-правові форми дослідницьких інфраструктур, принципи їхнього функціонування та організаційні засади створення [8]. У 2017 р. видано Наказ МОН України «Про затвердження Порядку реєстрації міжнародних науково-технічних програм і



проектів, що виконуються в рамках міжнародного науково-технічного співробітництва українськими вченими, а також грантів, що надаються в рамках такого співробітництва» [9]. У 2021 р. схвалено Концепцію Державної цільової програми розвитку дослідницьких інфраструктур в Україні на період до 2026 р., у якій поряд із проблемами недостатності фінансування дослідницької інфраструктури та недосконалості нормативно-правової бази наводяться такі, як відсутність цілеспрямованого й системного їхнього розвитку, недосконалість державної політики у зазначеній сфері, а також відзначається відсутність процедури ідентифікації та моніторингу українських дослідницьких інфраструктур і систематизації та цифровізації відповідних даних.

Проте завжди залишається проблеми реалізації та контролю. Сьогодні на офіційному сайті МОН України узагальнюється інформація щодо міжнародних наукових проєктів, національного фонду досліджень, державних стипендій та державного замовлення на науково-технічні розробки та науково-технічну продукцію тощо, проте вона є неповною, особливо за останній період.

Дійсно, в умовах військового конфлікту збір даних та виконання інших завдань програми значно ускладнюються, проте збереження та розвиток дослідницької інфраструктури є вкрай важливим для подальшого відновлення та розвитку нашої України. Також залишаються без уваги збір та узагальнення даних щодо ринкових потреб на регіональному та місцевому рівнях. Ця інформація збирається тільки на рівні університетів.

Отже, в умовах євроінтеграції важливим є розвиток дослідницьких інфраструктур в Україні та спрямування вітчизняних університетів на виконання «третьої місії», що дасть їм можливість активно впливати на зростання економіки та рівня життя суспільства регіонів. Цей складний процес залежить від зовнішніх та внутрішніх чинників і потребує впровадження урядом комплексу механізмів. Якщо сьогодні в Україні зроблені певні кроки щодо нормативно-правового урегулювання дослідницької діяльності, організації збору даних про дослідження та ринкові можливості на національному та європейському рівнях, на місцевому рівні ця інформація урядом не відстежується. Також вкрай важливим залишається питання підтримки з боку уряду наукових досліджень, спрямованих на розроблення критеріїв та форм оцінювання реалізації «третьої місії» університетами.

#### Список літератури

1. Weber L. E., van der Zwaan B. (eds.). The University at the Crossroads to a Sustainable Future. Glion Colloquium, 2020. No. 12, Geneva, Switzerland, 2020. 284 p.
2. Mesot J. Traditional universities: challenges and opportunities. In Weber L. E., van der Zwaan B. (eds.). The University at the Crossroads to a Sustainable Future. Glion Colloquium, 2020. No.12, Geneva, Switzerland. P.191–202
3. Paoloni P., Cesaroni F., Demartini P. Relational capital and knowledge transfer in universities. *Bus. Process Manag. J.* 2019. № 25 (1). P. 185–201.
4. Sam C., van der Sijde P. Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. *High. Educ.* 2014. № 68 (6). P. 891–908.
5. Etzkowitz H. Anatomy of the entrepreneurial university. *Soc. Sci. Inf. Sur Les Sci. Soc.* 2013. № 52. P. 486–511.
6. Vorley T., Nelles J. Conceptualising the academy: institutional development of and beyond the third mission. *High. Educ. Manag. Policy.* 2008. № 20 (3). P. 1–17.
7. Vorley T., Nelles J. Gone corporate? The changing face of entrepreneurship in contemporary universities. *Int. J. Entrep. Venturing.* 2010. № 2 (2). P. 201–216.
8. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України № 848-VIII, редакція від 6 квітня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#n2>
9. Про затвердження Порядку реєстрації міжнародних науково-технічних програм і проєктів, що виконуються в рамках міжнародного науково-технічного співробітництва українськими вченими, а також грантів, що надаються в рамках такого співробітництва : Наказ МОН України від 20 листопада 2017 р. № 1507. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1564-17#Text>

УДК 338.467

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Пандемія COVID-19, військова агресія РФ одразу після неї та запровадження військового стану в зв'язку з цим вкрай негативно вплинули на соціально-економічну ситуацію в Україні загалом й на туристичну індустрію зокрема. Суб'єкти туристичної галузі вимушені змінювати стратегічні підходи до розвитку туристичного бізнесу з урахуванням реалій, що склалися. Важливими в сучасних умовах є пошук шляхів раціонального використання ресурсів та розвиток альтернативних можливостей для туризму з урахуванням потреб у безпеці та стабільності. Огляд публікацій [1-4] свідчить, що основну увагу автори приділяють

формуванню моделі повоєнного відновлення туристичної сфери, розробці програм післявоєнного відновлення туризму та комплексу заходів поетапного відновлення діяльності туристичної індустрії. Разом з тим недостатньо уваги приділено проблемі існування туристичного бізнесу під час війни в Україні. Тому **метою** дослідження є формування напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану.

Управління розвитком туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану вимагає особливих стратегічних орієнтирів і підходів з урахуванням складних обставин. Дослідження показало, що найважливішим стратегічним орієнтиром є **забезпечення безпеки туристів**. Туризм в умовах воєнного стану вимагає дотримання високих стандартів безпеки, координації дій з військовими та правоохоронними органами. Головний пріоритет – це забезпечення особистої безпеки життя та здоров'я туристів. Іншими складовими цього стратегічного орієнтиру *мають бути*: інформаційна прозорість туристичної діяльності, що включає актуальну інформацію про безпеку в регіонах, які відвідують туристи; розробка безпечних маршрутів та вибір об'єктів; навчання туристичного персоналу оперативню діяти в екстрених ситуаціях та надавати першу допомогу; інформування туристів щодо правил безпеки та процедур у разі надзвичайних подій. Особливу роль слід віднести співпраці українського туристичного бізнесу з владними структурами та міжнародними організаціями, які спеціалізуються на безпеці туризму.

Умови воєнного стану можуть обмежувати доступ до деяких регіонів. Стратегія розвитку повинна включати розробку **альтернативних туристичних маршрутів і регіонів**, у яких гарантується безпечне перебування туристів. Розробка альтернативних маршрутів та вибір регіонів для туризму в Україні в умовах воєнного стану має на меті забезпечити стабільність туристичної індустрії та підтримати розвиток туристичного бізнесу, незважаючи на обмеження та ризики, пов'язані з війною. Основна сутність цього підходу *передбачає*: розширення географічного покриття туристичного бізнесу і запровадження нових можливостей для туристів. Наприклад, привертання уваги до менш популярних або менш вражених війною регіонів; розробка нових туристичних продуктів і послуг; просування альтернативних безпечних та цікавих маршрутів і вибір регіонів через маркетингові кампанії й інформаційні ресурси; створення та покращення інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні засоби, а також інші туристичні сервіси в альтернативних регіонах. Важливим аспектом в розробці альтернативних маршрутів та регіонів є співпраця з місцевими громадами.

Стратегія має включати плани **кризового маркетингу та репутаційного менеджменту** для вирішення потенційних проблем і збереження позитивного іміджу туристичного напрямку. Кризовий маркетинг та репутаційний менеджмент дозволяють туристичним компаніям виходити із нестандартних ситуацій та управляти власною репутацією в несприятливих умовах. Так, *кризовий маркетинг* передбачає: постійний аналіз ситуації в регіонах, де функціонує туристичний бізнес; розробку планів дій у разі кризи чи надзвичайної ситуації; систему ефективного спілкування з місцевими органами влади, постачальниками послуг та з іншими партнерами. Функціями *репутаційного менеджменту* мають бути: збереження позитивної репутації туристичної компанії в умовах воєнного стану; активна співпраця із мас-медіа та громадськістю; співпраця зі спеціалізованими агентствами або фахівцями, які мають досвід у кризовому управлінні; робота над відновленням репутації та повернення клієнтів після завершення війни. Отже, кризовий маркетинг та репутаційний менеджмент є необхідними інструментами для туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану. Вони допомагають зберегти стабільність і довіру клієнтів, зменшуючи вплив кризових явищ на галузь та сприяючи її розвитку в складних умовах. Однією з можливих стратегій є акцент на розвиток **екологічного туризму** в областях, які не зазнали впливу воєнних дій. Це можуть бути національні парки, природні заповідники та інші природоохоронні території, де головним об'єктом охорони є один з компонентів природного комплексу (природні резервати). Екологічний туризм в Україні в умовах воєнного стану може здійснюватися за такими *напрямами*: використання природного потенціалу і ресурсів, до яких належать багатий природний спадок; сприяння сталому розвитку регіонів через підтримку екологічно чистих видів господарської діяльності; сприяння охороні природи та збереженню біорізноманіття; залучення інвестицій і підтримка екологічно орієнтованих ініціатив та інше. Екологічний туризм може служити способом розвитку галузі, сприяючи збереженню природи та відновленню економіки України в складних умовах воєнного стану.

Важливим напрямом розвитку туристичного бізнесу в Україні, особливо в умовах воєнного стану, є створення відповідних **інформаційних ресурсів та додатків**. Це забезпечуватиме доведення актуальної інформації до туристів, підвищення безпеки та комфорту їхнього перебування, а також сприятиме розвитку галузі. Основними видами діяльності за таким напрямом *можуть бути*: створення офіційних веб-сайтів для туристичної інформації; розробка мобільних додатків для смартфонів, які надають інформацію про безпеку, геолокацію, маршрути, місця розташування готелів, ресторанів та інших туристичних послуг; розробка й публікація електронних карт; забезпечення можливості онлайн-консультацій та підтримки для туристів; проведення медійних кампаній для популяризації безпеки та розвитку туризму в Україні, включаючи використання соціальних мереж, відеороликів тощо; забезпечення співпраці з владними структурами та правоохоронними органами для одержання актуальної інформації про безпеку і отримання підтримки у разі потреби. Створення інформаційних ресурсів та додатків для туристичного бізнесу допомагає підвищити рівень безпеки та зручності для туристів, а також сприяє популяризації України в туристичному сенсі в умовах воєнного стану.

**Міжнародна співпраця** у сфері туризму є важливим напрямом розвитку туристичного бізнесу в Україні, особливо в умовах небезпек і викликів воєнного стану. Сутність цієї співпраці полягає в тісній взаємодії та партнерстві з іншими країнами, міжнародними організаціями та туристичними агентствами з метою спільного розвитку туристичного сектора України. Основні аспекти міжнародної співпраці полягають у *наступному*: спільне рекламування туристичних можливостей України та залучення більшої кількості іноземних туристів; обмін туристичними послугами з іншими країнами; розробка спільних туристичних маршрутів, які охоплюють декілька країн; обмін досвідом з питань забезпечення безпеки туристів в особливих умовах; отримання інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури; обмін культурними та історичними цінностями, що розширює культурний діапазон для туристів та збільшує привабливість країни як туристичного напрямку. Міжнародна співпраця в туризмі допомагає збільшити потенціал туристичного бізнесу в Україні. Вона сприяє розвитку економіки, залученню іноземних туристів і сприяє підвищенню світової обізнаності про культурні та природні багатства України.

**Фінансова підтримка та інвестиції** є критично важливими для розвитку туристичного бізнесу в Україні, особливо в умовах воєнного стану. Сутність цього напрямку полягає в наданні фінансових ресурсів та інвестицій для створення, розширення та вдосконалення інфраструктури, підвищення рівня послуг, залучення туристів та стимулювання розвитку галузі. Фінансова підтримка та інвестиції стимулюють туристичний бізнес в Україні, забезпечуючи сталий розвиток галузі, залучаючи більше іноземних туристів та створюючи робочі місця для місцевого населення. Фінансова підтримка та інвестиції сприятимуть відновленню туризму як в умовах воєнного стану, так і повоєнного відновлення України.

Таким чином, подальший розвиток туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану вимагає визначення і реалізації стратегічних орієнтирів, які допоможуть зробити сектор туризму більш конкурентоспроможним і стійким. Реалізація розглянутих напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах мають сприяти зростанню його привабливості, залученню більшої кількості туристів і відновленню стійкого та прибуткового сектору економіки нашої держави.

#### Список літератури

1. Шевчук С., Вовк С., Цуркан І. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1900> (дата звернення: 27.09.2023).
2. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543> (дата звернення: 27.09.2023).
3. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. URL: [https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk\\_Univer\\_Economics-stattya-22.pdf](https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya-22.pdf) (дата звернення: 27.09.2023).
4. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. Kyivstar business hub : веб-сайт. 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzyhvae-ta-gotyetsya-do-vidnovlennya/> (дата звернення: 25.09.2023).

УДК 338.46

О. Борисова, Б. Пшеничний

[mariaborysova@gmail.com](mailto:mariaborysova@gmail.com), [mail700555@gmail.com](mailto:mail700555@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ СУЧАСНОСТІ

Процеси глобалізації сприяли появі зв'язку між зростаючим попитом на робочу силу в туристичному секторі та трудовою міграцією. Трудова міграція, якщо її правильно регулювати, може допомогти заповнити дефіцит робочої сили як у висококваліфікованих, так і в низькокваліфікованих частинах ринку, омолодити населення та підвищити ефективність ринку праці, а також сприяти підприємництву, динамізму та різноманітності в країнах призначення та походження. Розвиток туристичних продуктів, забезпечення робочою силою та культурне збагачення є подальшими позитивними результатами міграції. Трудові мігранти можуть принести нові навички та знання в країни призначення, що може зробити компанії більш конкурентоспроможними, допомагаючи країні розвиватися. У результаті мігранти можуть привезти нові навички, знання та досвід гідної роботи назад у свої країни походження та поділитися ними з місцевими колегами та організаціями.

Згідно із дослідженням ООН щодо трудової міграції [4], у 2050 році чотири найбільші країни ЄС (Франція, Німеччина, Італія та Велика Британія), на які припадає 88% іммігрантів із ЄС потребуватимуть 677

тисяч іммігрантів на рік. У 2019 році в готелях і ресторанах на трудових мігрантів припадало близько 30% робочих місць у Швейцарії та 27% – у Німеччині. Нажаль, у секторі HoReCa незадекларована праця є доволі поширеним явищем, що призводить до тіньового працевлаштування іноземних працівників, часто із нелегальним статусом. Нерегулярний статус робить працівників вразливими до небезпечного робочого середовища, незахищеності та ненормованого робочого дня. Багато трудових мігрантів у секторі HoReCa страждають від поганих умов праці та життя, їм платять нижчу заробітну плату, вони працюють в менш безпечному та сприятливому робочому середовищі, ніж місцеві працівники. Жінки з нелегальним статусом особливо вразливі, оскільки їм також загрожує сексуальна експлуатація.

Інтеграція гендерної проблематики до порядку денного ряду міжнародних організацій, в тому числі Єврокомісії, ООН, ЮНВТО, а також впровадження заходів щодо гендерної рівності мають важливе значення для того, щоб сектор HoReCa сприяв досягненню Цілей сталого розвитку (ЦСР), зокрема ЦСР 5 (гендерна рівність і розширення можливостей усіх жінок і дівчат) і ЦСР 8 (повна та продуктивна зайнятість та гідна робота для всіх). Якщо говорити конкретно про туризм, то слід особливо відмітити план дій, розроблений у Глобальному звіті про жінок у туризмі, а також брошуру «Equality means business». Як показав вплив пандемії COVID-19, досягнення у сфері гендерної рівності та розширення економічних можливостей жінок можуть бути легко втрачені, якщо вони не впроваджені в діяльність приватного сектору. Переваги просування гендерної рівності для підприємств сфери гостинності посилюються завдяки високій частці жінок, які працюють у цьому секторі, і великій кількості підприємств, якими володіють жінки. Під час реалізації гендерної інклюзивної стратегії компаніям важливо брати до уваги все чинне законодавство країни або території, на якій вони працюють. Наприклад, в Європейському регіоні важливим документом в сфері гендерних прав стала Стамбульська конвенція [2], ратифікована Україною в 2022 році (Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами). Ще одна важлива ініціатива в цій сфері – Принципи розширення прав і можливостей жінок (Women's Empowerment Principles – WEPs) ООН, прийняті в 2021 році [3]. Ці рекомендації призначені для підтримки туристичних підприємств приватного сектору всіх типів і розмірів у досягненні ефективних і послідовних стратегій і програм для забезпечення гендерної рівності в рамках їх діяльності.

Важливим є те, що компанії HoReCa повинні взяти до уваги способи боротьби з усіма формами дискримінації та бути обізнаними про те, як жінки в туристичному секторі можуть зазнавати множинних і пересічних форм дискримінації на основі різних факторів, таких як вік, етнічна приналежність, інвалідність, сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність. Жінки широко залучені до ринку праці індустрії гостинності. Однак, на жаль, вони все ще надмірно представлені в низькокваліфікованих і низькооплачуваних сферах [4]. Іншим варіантом вирішення цієї проблеми може бути використання принципів, що містяться в Конвенції Міжнародної організації праці про умови роботи для готелів і ресторанів. Ця конвенція спрямована на встановлення загальних стандартів щодо умов праці, які застосовуються до готелів, ресторанів та подібних закладів, щоб країни, які її ратифікували, могли прийняти відповідні національні закони.

#### Список літератури

1. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19. Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. Випуск 13. С. 108-114.
2. Конвенція Ради Європи <https://doi.org/10.18111/9789284423262> про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція). URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_001-11#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_001-11#Text)
3. World Tourism Organization. Gender-inclusive Strategy for Tourism Businesses. 2022. Madrid, DOI:
4. International Organization for Migration (IOM). Mapping risks to migrant workers in supply chains in Europe: Case studies and best practices from the agriculture, food-processing, manufacturing and hospitality sectors. 2022. IOM, Geneva. URL: <https://eea.iom.int/sites/g/files/tmzbd1666/files/documents/Mapping-Risks-to-Migrant-Works-in-Europe.pdf>

## МІЖНАРОДНА СПІВПРАЦЯ У ПОДОЛАННІ НАСЛІДКІВ ВІЙНИ

З 24 лютого перед українцями постало безліч нових викликів і випробувань та стала викликом самому існуванню нашої держави, її суверенітету та соборності. Один із них – наслідки повномасштабної війни для психічного здоров'я. Як продемонструвало дослідження від компанії «Градус», проведене влітку 2022 року, понад 70% українців відчувають стрес або сильну знервованість [2].

Уведення в Україні воєнного стану позначилося на всіх сферах суспільного життя. Освітня галузь також зазнала змін. Війна негативно впливає на організацію освітнього процесу, це зумовлює потребу в гнучкій трансформації діяльності 17 освітньої сфери на період дії воєнного стану [1]. Передусім постала необхідність забезпечення учасників освітнього процесу, особливо на початку повномасштабної війни. У цьому контексті МОН рекомендувало в усіх закладах освіти оголосити канікули щонайменше на два тижні. Тимчасово призупинити освітній процес було рекомендовано також закладам дошкільної освіти. Війна змусила багатьох учасників освітнього процесу масово залишити місця проживання. Таке масштабне переміщення як у межах України, так і за кордон, стало викликом для системи освіти з огляду на необхідність забезпечення рівного доступу до навчання, створення передумов для утримання учнів і педагогів в сфері впливу української системи освіти та їх повернення, якщо вони виїхали за кордон.

Також Україна спільно з Міжнародним банком реконструкції та розвитку, що входить до групи Світового банку, впродовж 2021–2026 років реалізує проєкт «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів». Реалізація проєкту має на меті сприяти підвищенню якості вищої освіти, забезпеченню відповідності навичок та знань випускників закладів вищої освіти очікуванням роботодавців, вимогам ринку праці та суспільства загалом, подоланню викликів у освітньому секторі, спричинених пандемією COVID-19, зокрема, забезпеченню стійкості освітньої системи, створенню умов для безперервності освітнього процесу в умовах карантинних обмежень. Потрібно зазначити, у межах проєкту фінансуватимуться, зокрема: підтримка стійкості системи та управління змінами в довгостроковій перспективі; модернізація інформаційно-аналітичної системи вищої освіти; запровадження Національного опитування студентів, запуск і удосконалення цифрових рішень [5].

Тому саме така всеохоплююча підтримка України нашими міжнародними колегами надзвичайно мотивує український народ, а тому він немає жодних сумнівів, що перемога та справедливість буде на нашому боці.

Так, на нашу думку, під час подолання руйнівних наслідків війни та створення умов для стійкого розвитку України варто спиратися на виважену й обґрунтовану політику державних видатків. Держбюджет і зовнішня допомога мають відіграти вагомий роль у відновленні і модернізації державного сектору та підтримці відбудови приватного сектору [4].

З перших днів повномасштабної агресії Росії проти України Київ отримує допомогу від міст-партнерів. Зокрема, у березні цього року столиця отримала першу партію броньованих швидкої допомоги від британської фабрики. Автівки передали на передову. Київ отримав від німецьких та польських партнерів ще чотири нові сучасні пожежні автомобілі. Із 30 березня їх використовують під час чергування столичні рятувальники. У лютому німецькі партнери передали для столиці 7 поліцейських авто, 4 автівки для "Київзеленбуду", мікроавтобус для бойового чергування "Київської служби порятунку". Данія передала 8 потужних генераторів. У жовтні 2022 року від німецьких та українських партнерів Київ отримав пожежне авто та два реаніомобілі. Напередодні Нового року міський голова Кличко передав рятувальникам сучасний автомобіль для пінного гасіння пожеж, отриманий німецьких та польських партнерів. У серпні міський голова Києва Віталій Кличко передав комунальним підприємствам 19 автобусів і 3 сміттєвози, які столиця отримала від приватних транспортних підприємств з чотирьох німецьких міст – Мюнхена, Регензбурга, Ганновера та Зевена. Наприкінці липня Київ, завдячуючи іноземним партнерам, отримав спецавтомобілі та відповідне спорядження. Йдеться про 12 пожежно-рятувальних автомобілів і 7 карет швидкої допомоги та рятувальне спорядження [3].

Так, Міністр юстиції Японії також заявив про те, що Міністерство юстиції Японії готове до розвитку міжвідомчого правового співробітництва у сфері антикорупційної діяльності Мін'юсту України в рамках його повноважень, обміну досвідом і ефективними практиками між пенітенціарними системами, а також надання матеріально-технічної допомоги.

Міжнародно-правове зобов'язання щодо міжнародно-правового регулювання збройних конфліктів Відповідно до договірного гуманітарного права міжнародним збройним конфліктом вважаються збройні конфлікти, що виникають між двома або більше державами-учасницями Женевських конвенцій, а також випадки окупації всієї або частини території держави-учасниці, а також національні визвольні війни. Визначення, наведене у статті 2, загальної для Женевських конвенцій 1949 року, застосовується у разі оголошеної війни, а також будь-якого збройного конфлікту, що виникає між двома чи кількома Високими Договірними Сторонами, навіть у тому випадку, якщо одна з них не визнає стану війни. Таким чином,

застосування гуманітарного права не залежить від застосування формальних юридичних процедур щодо оголошення війни, або від визнання стану війни будь-якою із залучених до нього держав.

Міжнародна судова практика також показала, що норми міжнародних збройних конфліктів можуть бути використані для тлумачення та доповнення норм неміжнародних збройних конфліктів. Крім обов'язкового застосування норм державами-учасниками у ситуаціях, передбачених Конвенціями (договірне застосування), деякі норми можуть застосовуватися на місцях під час підписання спеціальної угоди сторонами, які перебувають у конфлікті. Імплементация норм міжнародно-правового регулювання збройних конфліктів Міжнародно-правове регулювання щодо імплементации норм охоплює дві основні фази: правотворчу фазу, у якій протікає процес створення міжнародно-правових норм, і правозастосовну фазу, у якій відбувається процес здійснення норм. Імплементация норм міжнародного права є нічим іншим, як процесом, у ході якого відповідні суб'єкти, яким адресована норма, діють у згоді з її положеннями. Нерідко потрібні додаткові правові та організаційні заходи з боку держав для всебічного та повного здійснення норм міжнародного права. Здійснення міжнародно-правових норм є, як правило, набагато складнішим і відповідальним завданням, ніж їх ухвалення. Вирішення цього завдання можливе лише за наявності оптимального механізму імплементации як певної сукупності правових та організаційних засобів, що використовуються суб'єктами міжнародного права на міжнародному та національному рівнях з метою втілення приписів норм міжнародного права. Найчастіше імплементация норм міжнародного права – це прерогатива суверенних держав, які використовують із цією метою свій внутрішній організаційно-правовий механізм.

### Список літератури

1. Громовенко К. В. Міжнародно-правове регулювання збройних конфліктів : навчально-методичний посібник / К. В. Громовенко, М. В. Грушко, К. В. Мануїлова. – Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. – 132 с. – (Серія «Навчально-методичні посібники»). ISBN 978-617-8263-00-3
2. Олена Зеленська розповіла, як втілюється ініціатива зі створення Національної програми психічного здоров'я та психосоціальної підтримки  
<https://www.president.gov.ua/news/olena-zelenska-rozpovila-yak-vtilyuyetsya-iniciativa-zi-stvo-80109>
3. Київ вивчає можливості співпраці з Іспанією для подолання наслідків війни  
<https://suspilne.media/532371-kiiv-vivcae-mozlivosti-spivpraci-z-ispanieu-dla-podolanna-naslidkiv-vijni/>
4. Війна і державні фінанси: скільки потрібно грошей на відновлення і де їх брати  
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/11/3/693382/>
5. Фінансово-інвестиційні детермінанти регіонального розвитку: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг.ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2012. - 393 с.
6. Операційний план реалізації у 2022–2024 роках Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 №286-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/proshvalennya-strategiyi-rozvitku-vishchoyi-osviti-v-ukrayini-na-20222032-roki-286->
7. Kasych A., Vochozka M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. Revista ESPACIOS. Vol. 40 (N 24) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>
8. Касич А.О. Зміст та завдання державної інноваційно-інвестиційної політики України. Схід. 2005. № 6 (72). С. 3–9.

UDC 330.34

O. Shevchenko, O. Pleshkan

oshevcheko1@knu.edu.ua

*Kyiv National University of Technologies and Design*

## **INNOVATIVE DEVELOPMENT DIRECTIONS FOR HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY CHALLENGES**

The hospitality industry in Ukraine, like many other sectors of the economy, has experienced unprecedented disruptions in recent years due to a confluence of critical global events, including the prolonged COVID-19 pandemic and the horrific military conflicts resulting from Russian aggression. These unforeseen crises have given rise to multifaceted challenges encompassing economic, operational, and social dimensions. At the intersection of these challenges, lies a pressing research problem: how can hospitality industry enterprises harness innovation not only to adapt to these unprecedented circumstances but also to become more resilient, stable, and competitive in the post-crisis era?

A comprehensive study of the intricate interplay between contemporary challenges stemming from the aforementioned adversities and innovative strategies capable of effectively mitigating their adverse impact on the hospitality industry is one of the most important and timely scientific issues that require resolution. The interaction between macro-level factors such as shifts in consumer behavior, an unstable economic landscape, alterations in global

dynamics, and micro-level considerations, including organizational capabilities, technology adoption, and environmental responsibility, demands meticulous investigation grounded in empirical data.

The complexity of this research problem lies in its potential to contribute to the academic literature by shedding light on the adaptive capabilities of hospitality industry enterprises under the pressure of modern crises. It necessitates a comprehensive exploration and understanding of innovative directions that ensure resilience and advance the theoretical foundations for comprehending crisis management and sustainable development in the broader context of industry instability.

The impact of political instability on the destination country's hospitality industry can also lead to a decrease in international visitor inflow and a decline in the profitability of this sector. However, at the same time, geopolitical instability can bring about transformations and reorganization of the hospitality industry market, and for some countries, this situation may present an opportunity for the development of the tourism sector [1].

Simultaneously, an analysis of scientific works in the field of the hospitality industry leads to the conclusion that, in most cases, hospitality enterprises are not actively engaged in the process of innovation creation on their own. For instance, according to several researchers, developers of innovations for the hotel and restaurant business typically include suppliers of goods and services, and the majority of such enterprises view innovation as the acquisition of technologies, equipment, components, and materials from suppliers [1].

Nevertheless, it is imperative to acknowledge that innovations pertaining to alterations in organizational framework, managerial methodologies, and guiding principles entailing engagement with suppliers of goods and services can be aptly applied within the domain of hotel operations. Thus, it is judicious to scrutinize innovations within the hospitality industry through the lens of their provenance, thereby distinguishing between exogenous and endogenous innovations.

An examination of existing scientific research aimed at classifying innovations in the hospitality industry reveals that significant attention is given to the point of final application of innovations, which holds true for classifications proposed in various research studies [1-3].

Within the service sector, the categorization of emerging innovations tends to pose a notable challenge, primarily due to their frequently intricate characteristics. As an illustration, the adoption of a distinct reservation system by a specific hotel network may be characterized as a process innovation. Nonetheless, when this hotel network exclusively operates within a confined urban or regional scope, such an innovation might be denoted as a micro-level innovation. Conversely, should the hotel network encompass diverse hotel chains situated across multiple nations, with the implementation decision falling under the purview of the national hotel association for adoption at the country level, it can be aptly classified as a macro-level innovation.

The classification of innovations plays a crucial role as it not only organizes our understanding but also serves as a means of identifying and exploring less-studied aspects of innovative activity. Classifying innovations in the hospitality industry is particularly complex due to the multifaceted nature of the research object, the fluidity of its functional structure, and the trends toward globalization in the territorial organization of the global tourism process.

In the modern hospitality industry, innovations find wide application due to the sector's constant development and its readiness to adapt to the changing needs of customers and contemporary technologies. Innovations in this field can be classified into three main categories: product innovations, information technology innovations, and organizational and managerial innovations.

The first category, namely product innovations, encompasses the development of new hotel services and products aimed at satisfying customer needs, such as new types of rooms and restaurants.

The second category, information technology innovations, includes the use of modern digital technologies and mobile applications to facilitate booking, service, and communication between customers and hotels.

The third category, organizational and managerial innovations, is focused on the implementation of new management strategies and organizational approaches to improve efficiency and service quality.

Beyond these categories, other innovations are also considered, including the use of artificial intelligence and data analytics, contactless and cashless payments, as well as cryptocurrency. Initiatives for environmental conservation, automated order processing and delivery, virtual (VR) and augmented reality (AR) to enhance customer experiences, and the growing role of social media in the hospitality industry are also significant areas of innovation.

It is evident that marketing innovations are equally important in the hospitality industry. For instance, the expansion of hotel chains from an innovation marketing perspective can be seen as benchmarking or innovation in the refinement of the best way to conduct business. The mobilizing nature of innovation in this case is manifested in the combination of centralization and decentralization, small and large forms of business. The combination of "small within large" (in this context, an individual hotel unit within a hotel chain) represents a modern interpretation of entrepreneurship as defined by Schumpeter, involving the search for new combinations to support innovative activities.

In parallel, the prosperity of services within the hospitality industry entails a comprehensive consideration and navigation through a multitude of phases, encompassing both favorable and challenging aspects. An intrinsic facet of scrutinizing innovations in the hospitality industry pertains to their role in augmenting customer service and elevating the competitive standing of enterprises. Operating as a catalyst for the enhancement of service quality and patron contentment, innovations become a pivotal component within a triumphant strategy framework for hotels, restaurants, and analogous industry establishments. In this context, the classification of innovations based on their ultimate application is of significance as it facilitates the determination of their potential to enhance service quality and

operational efficiency. For instance, innovations engineered towards refining customer interactions during the booking and check-in procedures can exert a favorable influence on the initial impressions of patrons and cultivate their loyalty.

Conversely, the prosperity of the hospitality industry also hinges upon its capacity to resolve predicaments faced by business proprietors. Approaching these quandaries systematically and conducting a thorough analysis thereof empowers business proprietors to devise efficacious resolutions. For example, one of the most prevalent predicaments within the hospitality industry pertains to the escalating costs linked with advertising and customer acquisition. Innovations tailored towards the optimization of marketing strategies and the amplification of advertising campaign efficacy may serve to mitigate these expenditures and bolster profitability.

Consequently, the research undertaken concerning diverse trajectories of innovation within the realm of the hospitality industry underscores the exigency for a profound and comprehensive exploration of this domain. The classification of innovations into product, information technology, and organizational-management categories confers an improved comprehension of the manifold approaches and opportunities for the implementation of innovations within the hospitality industry.

Further scrutiny reveals primary vectors of innovation, encompassing the integration of artificial intelligence and data analytics, contactless and cashless payment modalities, environmental stewardship initiatives, automated order processing and distribution mechanisms, virtual and augmented reality technologies, in addition to the burgeoning role of social media. These trajectories of innovation constitute quintessential constituents of competitiveness and evolution for hotels and restaurants in the contemporary milieu.

The apprehension and cognizance of these facets shall empower business proprietors to discern the pivotality of innovations for their enterprises and to make judicious determinations concerning their assimilation. Thereby, the ramifications shall encompass heightened competitiveness, ameliorated patron service, and ultimately, augmented profitability for entities situated within the ambit of the hospitality industry.

### References

1. Bashchak M. M. The influence of geopolitical instability on the development of tourism. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*. 2022. No. 5. P. 5-12. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-5-1>

2. Stoyko I. I. The tourism industry: problems and prospects for the recovery and renewal of the hotel business after the coronavirus pandemic // *Social and economic problems and the state*. 2021. Issue 2(25). P.221-233. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21siippk.pdf>

3. Odarchenko D. M., Tikhonchenko R. S., Sokolova E. B., Ababova A. G. *Innovative activity of enterprises of the hotel and restaurant business*". Kh.: KDUHT, 2018.

УДК 338.487

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент, Д. Руденко, О. Сулима

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В останні роки туризм в Україні швидко розвивається та стає ключовим сектором економіки. Разом із різноманітністю туристичних напрямків, таких як культурний, оздоровчий, рекреаційний, спортивний та інші, екологічний туризм набуває популярності в Україні та в інших країнах світу. Екотуризм передбачає подорожі до природних територій, які залишені недоторканими людиною.

Екологічний туризм стає все більш поширеним у сучасному світі, і його популярність напряму пов'язана зі зменшенням кількості незмінених природних і культурних ландшафтів. Існують два основних напрямки екологічного туризму. Перший спрямований на малозмінені природні території і виник у США у 80-х роках ХХ століття. Другий, популярний в Європі та Україні, орієнтований на природні території та традиційну культуру сільських місцевостей, і його часто називають сільським або агротуризмом.

Україна, маючи значні екотуристичні ресурси, може розвивати цей вид туризму. Зростаючий попит на екологічний туризм зумовлює потребу у розвитку інфраструктури та територіальній організації екотуристичної діяльності.

Екотуристи стежать за тим, щоб не завдавати шкоди природі та сприяти її збереженню. Цей вид туризму також сприяє освіті туристів та фінансує заходи зі збереження природи, сприяючи розвитку місцевих спільнот і ізольованих поселень. Розвиток екотуризму вважається важливим для збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Метою цього дослідження є вивчення потенціалу екологічного туризму та його розвитку в Україні в



сучасних умовах.

Дослідження спрямоване на аналіз існуючих можливостей та визначення стратегій, які можуть сприяти підвищенню привабливості України як екологічного туристичного напрямку з урахуванням природних ресурсів, інфраструктури та освітніх заходів.

Екологічний туризм є одним із напрямків туризму в сучасному світі, який найшвидше розвивається, і Україна має значний потенціал для його впровадження й популяризації. В умовах зростаючої екологічної свідомості та підвищення інтересу до природи та екології, українські природні резервати, національні парки, ліси, гірські масиви та водосховища стають популярними напрямками для туристів, які шукають близького контакту із природою та відпочинок у екологічно чистому середовищі.

Один із способів стимулювання розвитку екологічного туризму в Україні – це збереження та відновлення природних екосистем. Вони включають в себе впорядкування та охорону територій, де може розвиватися туризм, а також розробку екологічних норм та правил для туристів. Організація екологічних маршрутів та туристичних маршрутів, які не завдають шкоди природі, є ключовим аспектом збереження природних резерватів та розвитку екологічного туризму.

Ще однією важливою складовою екологічного туризму є екологічна освіта. Людей потрібно навчати розуміти важливість бережливого ставлення до природи, дотримання екологічних норм та правил під час відвідування природних місць. Це може бути здійснено через різноманітні навчальні програми, семінари, лекції та рекламні кампанії, які спрямовані на підвищення екологічної свідомості серед населення.

Екологічний туризм також може стати важливим джерелом доходу для місцевих громад. Місцеві жителі можуть забезпечувати туристів різноманітними послугами, такими як підбір екскурсій, прокат велосипедів, проведення гідом екскурсій тощо. Це сприятиме розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя місцевих жителів.

Вважаємо, що *основними напрямками розвитку екологічного туризму* мають бути:

Активізація туристичних центрів завдяки сприянню їх розвитку, особливо для тих місцевостей, які розташовані в природно багатих регіонах з метою привертання уваги туристів.

Розбудова та удосконалення інфраструктури, що передбачає вдосконалення існуючих туристичних об'єктів та будівництво нових, спрямованих на забезпечення комфорту і безпеки для відвідувачів.

Відродження локальних звичаїв та зелених маршрутів, зокрема підтримка місцевих традицій, культурних заходів та розвиток екологічно чистих туристичних маршрутів.

Подолання соціальної нерівності, яке має на меті забезпечення рівних можливостей для участі в екологічному туризмі, незалежно від соціального статусу чи фінансових можливостей.

*До ключових завдань розвитку екологічного туризму* слід віднести:

Розвиток позитивного іміджу туристичних об'єктів, в першу чергу, вітчизняних місць відпочинку для приваблення туристів.

Забезпечення дбайливого ставлення до природних ресурсів завдяки формуванню свідомості туриста з використанням нормативно-правових і моніторингових інструментів.

Створення сприятливих умов для інвестицій та залучення потенційних інвесторів в туристичну сферу.

Встановлення партнерських зв'язків із зарубіжними партнерами для підвищення якості та стандартів організації екологічного туризму.

*Інструментами забезпечення розвитку екологічного туризму*, на нашу думку, мають бути:

Інновації і впровадження новітніх технологій та ідеї для поліпшення якості та привабливості екологічного туризму.

Залучення інвестицій для розвитку туристичних об'єктів, інфраструктури та освітніх програм.

Впровадження соціально відповідальних практик серед учасників туристичного ринку, спрямованих на збереження природи та підтримку місцевих громад.

Активізація інституту туристичної довіри через якість обслуговування, інформаційну прозорість та екологічну свідомість.

Розширення спектру альтернативних видів екологічних туристичних послуг, включаючи екотури, відвідування природних заповідників, агротуризм тощо.

Усім відомо, що Україна має багатий природний спадок, який може бути використаний для розвитку екологічного туризму. Карпати, Кримські гори, національні парки на Поліссі та у Карпатах, численні річки, озера та заповідники – усе це створює чудові умови для розвитку екологічного туризму в Україні. Інфраструктура, спрямована на зручний та безпечний відпочинок, а також належна освітня робота з туристами та місцевими жителями, може стати ключовими чинниками у привертанні уваги іноземних туристів та розвитку цього виду туризму в Україні.

Проведене дослідження дозволяє сформулювати базові передумови розвитку екологічного туризму в Україні в сучасних умовах. Це такі:

1. Багатий природний потенціал. Україна має розмаїтий природний ландшафт, який може привернути увагу туристів. Гори, ліси, озера та заповідники створюють ідеальні умови для розвитку екологічного туризму.

2. Широкі можливості локальної співпраці. Взаємодія між урядовими органами, місцевими громадами та бізнесом в сфері туризму завжди актуальна й важлива. Залучення місцевих жителів для формування та реалізації заходів розвитку та надання послуг туристам може стати ключовим фактором успіху.

3. Екологічна освіта та екологічна свідомість. Проведення освітньої кампанії серед туристів і місцевого

населення, наголошуючи на важливості екологічно свідомої поведінки та дбайливого ставлення до природи.

4. Розвинена інфраструктура. Розвинена і покращена інфраструктура, включаючи дороги, готелі, туристичні маршрути та інші зручності, є ключовим чинником для залучення туристів та забезпечення комфортного перебування.

5. Сталість та збереження туристичного потенціалу. При розвитку екологічного туризму важливо дотримуватися принципів сталого розвитку, забезпечуючи збереження природних резерватів та екосистем для майбутніх поколінь.

Загалом, екологічний туризм в Україні має значний потенціал для розвитку, проте це вимагає спільних зусиль уряду, місцевих громад, бізнесу та громадських організацій. Реалізація рекомендацій, визначених у цьому дослідженні, може сприяти створенню сталого та вигідного екологічного туристичного напрямку в Україні, забезпечуючи економічний розвиток та збереження природних ресурсів країни.

### Список літератури

1. Екологічний туризм та національні природні парки України. Українська асоціація активного та екологічного туризму. 2015. URL: [Екологічний-туризм-та-національні-природні-парки-України.-Каталог.pdf](#) (дата звернення: 29.09.2023).

2. Екотуризм/TerraIncognita.

URL: <http://terraincognita.info/ukr/dest/ecotourism>

/42 (дата звернення: 29.09.2023).

3. Зінчук Т. О., Усюк Т. В. Зелений туризм в умовах сталого розвитку та викликів світової економічної кризи. *Проблеми економіки*. 2020. № 3 (45). С. 11-17.

4. Tourism for Development. Vol. II: Good Practices Tourism for Development. Good Practices. URL: <http://publications.unwto.org/publication/tourism-development-volum> (дата звернення 30.09.2023).

УДК 61:378

Д. Коваленко<sup>1</sup>, С. Захарін<sup>2</sup>

kdi75@ukr.net, ndier@mail.ua

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

<sup>2</sup>Київський національний університет культури і мистецтв, Київ

## СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Законодавчо-нормативне забезпечення діяльності закладів вищої та фахової передвищої освіти в умовах воєнного стану, як і освітньої сфери в цілому, здійснюється з урахуванням положень Закону України «Про правовий режим воєнного стану» від 12.05.2015 № 389-VIII (зі змінами та доповненнями), Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24.02.2022 № 64/202273 та іншими нормативно-правовими актами України [1].

Відповідно до наказу МОН «Про деякі питання організації роботи закладів фахової передвищої, вищої освіти на час воєнного стану» від 07.03.2022 № 235 створювалося інституційне підґрунтя щодо вжиття заходів для забезпечення захисту учасників освітнього процесу, працівників і майна закладів освіти; здійснення в разі потреби евакуації учасників освітнього процесу; забезпечення особливих умов навчання (встановлення індивідуального графіка навчання, надання академічної відпустки тощо) для тих здобувачів освіти, які перебувають у лавах ЗСУ або в підрозділах територіальної оборони, займаються волонтерською діяльністю [2].

За інформацією МОН, станом на 1 серпня 2022 р. було повністю зруйновано 7 закладів вищої освіти та 9 закладів фахової передвищої освіти, пошкоджено 49 закладів вищої й післядипломної педагогічної освіти, а також 71 заклад фахової передвищої освіти. Загалом у регіональному розрізі найбільших руйнувань і пошкоджень зазнали заклади вищої та фахової передвищої освіти Донецької, Луганської, Харківської, Чернігівської, Миколаївської, Запорізької областей.

Задля створення безпечного освітнього середовища для учасників освітнього процесу з Донецької, Луганської, Херсонської, окремих громад Запорізької й Харківської областей станом на 1 серпня 2022 р. було переміщено (з урахуванням першої хвилі переміщення у 2014 р.) 29 закладів вищої освіти державної, комунальної й приватної форм власності та їх 64 відокремлених структурних підрозділи [3].

Крім цього, формувалися правові умови для евакуації й переміщення закладів вищої освіти. З цих питань було видано понад 110 наказів МОН.

Важливим та своєчасним в умовах теперішніх викликів і прискорення євроінтеграційних дій та намірів країни стало прийняття КМУ розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на

2022–2032 роки» від 23.02.2022 № 286-р. Цілі та завдання Стратегії є детальною «дорожньою картою» для відбудови та продовження реформування системи вищої освіти в повоєнний період. Виконання завдань, визначених Стратегією, дасть можливість зменшити деструктивні наслідки, спричинені повномасштабним вторгненням російської федерації на територію незалежної України.

На основі проведеного МОН аналізу динаміки розвитку вищої освіти в Україні, з урахуванням думки експертів робочих підгруп із розроблення Стратегії та зважаючи на глобальні тенденції розвитку вищої освіти, визначено сильні й слабкі сторони національної системи вищої освіти, можливості подальшого розвитку та загрози зовнішнього середовища. На основі здійсненого SWOT-аналізу розроблено сценарії розвитку вищої освіти в Україні (песимістичний, реалістичний і оптимістичний) [1].

Документ передбачає реалізацію п'яти стратегічних цілей, а саме [1; 4]:

1. Ефективність управління в системі вищої освіти.

Передбачено виконання таких завдань:

- збільшення бюджетного фінансування та вдосконалення формули розподілу за результатами діяльності;

- розширення бюджетного кредитування здобуття вищої освіти та освіти дорослих.

2. Довіра громадян, держави та бізнесу до освітньої, наукової, інноваційної діяльності закладів вищої освіти.

Для досягнення цілі передбачено:

- розширення сфери застосування зовнішнього незалежного оцінювання, адресного розміщення та проведення конкурсу;

- сприяння проведенню закладами вищої освіти досліджень і консалтингу для бізнесу.

3. Забезпечення якісної освітньо-наукової діяльності, конкурентоспроможної вищої освіти, яка є доступною для різних груп населення.

Для досягнення стратегічної цілі та відповідних операційних цілей передбачено виконання таких завдань:

- підтримка національної й міжнародної академічної мобільності студентів, а також направлення на навчання до іноземних університетів;

- надання особливої підтримки мешканцям тимчасово окупованих територій, незахищеним і вразливим групам населення;

- створення особливих умов для вступників із видатними досягненнями.

4. Інтернаціоналізація вищої освіти України.

Передбачено забезпечити:

- гармонізацію структури вищої освіти відповідно до зобов'язань країн-членів Європейського простору вищої освіти;

- трансформацію освіти в секторі безпеки та оборони відповідно до доктринальних підходів і принципів НАТО.

5. Привабливість закладів вищої освіти для навчання та академічної кар'єри.

Для досягнення цілі передбачено виконання таких завдань:

- дотримання підходів до студентоцентрованого навчання в організації освітнього процесу;

- розширення перехресного вступу, спільних, міждисциплінарних і подвійних програм, дуальної та інших форм здобуття освіти;

- розвиток загальних компетентностей, правової культури, рухової активності, спорту та студентських змагань.

Основними завданнями розвитку вищої освіти в повоєнний період є [1; 2; 4; 5]:

1. Розроблення програми повоєнного відновлення пошкодженої та зруйнованої інфраструктури, приміщень, матеріально-технічної бази ЗВО. Повернення переміщених ЗВО, доукомплектація розграбованих закладів у період війни та тимчасової окупації. Формування, після повернення переміщених ЗВО на постійні місця дислокації, освітніх хабів, корпоративних університетів шляхом їх інтеграції з іншими науковими установами, закладами освіти, науково-виробничими підприємствами/корпораціями. Використання для цього механізмів державно-приватного партнерства та фінансово-матеріальної підтримки зарубіжних/міжнародних стейкхолдерів.

2. Відновлення кадрового потенціалу ЗВО, контингенту абітурієнтів/студентів. Розроблення державної програми з підтримки, зокрема за кошти від репатріації, постраждалих у воєнний період ЗВО, їх педагогічних колективів і студентів, створення механізмів забезпечення компенсації (за визначений період) зафіксованих збитків від руйнувань, пошкоджень та розкрадання корпусів, гуртожитків, квартир, інших об'єктів нерухомості й майна.

3. Створення в Україні сучасних (еталонних) ЗВО та закладів післядипломної освіти (Президентський університет, Коледж Європи тощо) й мережі спільних із країнами-членами ЄС університетів. Це дасть змогу, крім іншого, підняти в короткі терміни престижність і якість вітчизняної вищої школи, конкурентоспроможність на українському та європейському ринках праці випускників університетів і коледжів, рівень оплати праці їх науково-педагогічних та педагогічних працівників.

4. Розширення бази для проведення навчальної практики шляхом розвитку державно-приватного партнерства у період повоєнного відновлення економіки та інфраструктури України.

5. Адаптація системи вищої освіти України до європейських аналогів у контексті реалізації її статусу кандидата на членство в ЄС за напрямками: гармонізація законодавчо-нормативного, інституціонального й методологічного забезпечення цих освітніх сфер.

Створюється інституційне підґрунтя щодо вжиття заходів для забезпечення захисту учасників освітнього процесу, працівників і майна закладів освіти; проведення в разі потреби евакуації учасників освітнього процесу; забезпечення особливих умов навчання (встановлення індивідуального графіка навчання, надання академічної відпустки тощо) для тих здобувачів освіти, які перебувають у лавах ЗСУ або в підрозділах територіальної оборони, займаються волонтерською діяльністю [6].

#### Список літератури

1. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» : Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>.
2. Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» :Указ Президента України від 24.02.2022 № 64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>.
3. Освіта України в умовах воєнного стану. Інформаційно аналітичний збірник. Київ 2022. с.358. URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2022/Mizhn.serpn.ped.nauk-prakt.konferentsiya/Inform-analitic.zbirn-Osvita.Ukrayiny.v.umovakh.voyennoho.stanu.22.08.2022.pdf>.
4. Про державне замовлення на підготовку фахівців, наукових, науково-педагогічних та робітничих кадрів, на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів у 2021 році : постанова Кабінету Міністрів України від 30.06.2021 № 708. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/708-2021-%D0%BF#Text>.
5. Про початок навчального року під час дії правового режиму воєнного стану в Україні : постанова Кабінету Міністрів України від 24.06.2022 № 711. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-pochatok-navchalnogo-roku-pidchas-diyi-pravovogo-rezhimu-voyennogo-stanu-v-ukrayini-i240622-711>.
6. Наказ МОН «Про деякі питання організації роботи закладів фахової передвищої, вищої освіти на час воєнного стану» від 07.03.2022 № 235.

УДК 338.46

О. Борисова, В. Алексєнко

[mariaborysova@gmail.com](mailto:mariaborysova@gmail.com), [vralkseenko1512@gmail.com](mailto:vralkseenko1512@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Серед основних тенденцій сучасного розвитку індустрії гостинності можна із впевненістю зазначити процеси поглиблення спеціалізації та диверсифікації готельно-ресторанних послуг. Готельний ринок у регіонах світу розвивався неоднорідно. В одних регіонах (Європа) він більш традиційний і має свої правила, що склалися доволі давно. Інших регіонів (Південно-Східна Азія) готельний бум торкнувся лише наприкінці ХХ століття, що породжує досить великі відмінності у зовнішньому і внутрішньому управлінні системами гостинності [1, С. 91].

Проте пандемія кинула виклик традиційним формам бізнесу і стала каталізатором змін у секторі гостинності. QR-коди почали активно використовувати для представлення меню в ресторанах, гібридні зустрічі стали новим форматом конференцій, а безконтактна гостинність набрала значної популярності [2]. Перш за все, криза продемонструвала, що галузь може і повинна швидко запроваджувати інновації та адаптуватися до потреб часу за допомогою диверсифікації послуг.

Хоча більшість змін, яких зазнали готелі та ресторани під час пандемії були здебільшого вимушені, повернення до нормального стану після пандемії не означає зникнення всіх вищезазначених трендів. Готелі та ресторани повинні скористатися можливістю перезавантаження, наприклад, звернутись до посиленої віртуалізації, щоб покращити обслуговування гостей. У той же час готелям також слід розглянути питання про диверсифікацію своїх послуг не тільки для збільшення доходів, але й для зменшення ризиків.

Після загальних звільнень і тривалих відпусток на тлі пандемії близько третини колишніх працівників сфери гостинності повідомили, що вони не мають наміру повертатися в галузь, що посилює постійну нестачу робочої сили в сфері. Технологічні готелі та бренди все частіше впроваджують 3D тури, щоб привернути увагу потенційних гостей, демонструючи свої унікальні переваги.

За даними Pew Internet and Life Study, сайт із 360-градусним віртуальним туром може отримати на 40% більше переглядів, ніж сайти конкурентів, які не мають таких функцій[3]. Віртуальні інструменти можуть допомогти створити гарне перше враження, утримати клієнтів довше та зменшити невпевненість покупців. Ці переваги заохочують прямі бронювання, що може виявитися надійною інвестицією для залучення клієнтів через власні канали та підтримки лояльності клієнтів у довгостроковій перспективі.

Ще одна причина для застосування стратегії диверсифікації в готельно-ресторанній індустрії – сезонність. Для розробки заходів згладжування сезонних коливань попиту на готельні та ресторанный послуги найбільш доцільним є запровадження наступних заходів [1]:

1. Сезонна цінова політика. Запровадження прогресивної ціни, врахування мінливих переваг споживачів, а також їхньої здатності реагувати на ціни.
2. Використання ЗМІ для формування попиту на послуги та залучення клієнтів, інформуючи їх про атрибути та якості послуг, що надаються.
3. Розширення спектру послуг.
4. Впровадження прогресивних видів обслуговування споживачів.
5. Комплексне вдосконалення надання послуг.

Кожен підхід має свої сильні та слабкі сторони. На жаль, заходи стимулювання збуту майже завжди вимагають додаткових інвестицій, тому не всі готельні та ресторанный підприємства можуть їх реалізувати. Індустрія гостинності постійно вимагає пошуку механізмів підвищення конкурентоспроможності та ефективності роботи. Багатогалузеві готельні підприємства мають ряд переваг по відношенню до готелів, орієнтованих на одну сферу діяльності. Водночас впровадження диверсифікації має свої недоліки.

Щодо специфіки ресторанный індустрії, можемо зауважити, що напрями диверсифікації можуть бути зовнішніми та внутрішніми. Загалом, будь-яке нововведення в технології приготування страв або в їхній подачі може бути віднесено до диверсифікації. В основі поняття зовнішньої диверсифікації лежить прийом, за якого зовнішній вигляд однієї страви творчо переходить в іншу. Для зовнішньої диверсифікації Основа методу внутрішньої диверсифікація - трансформація не зовнішнього вигляду страви, а самої її ідеї.

Підсумовуючи вищенаведене, можемо зробити висновок, що для готельної, і особливо для ресторанный індустрії, диверсифікація – це в першу чергу маркетинговий інструмент, який дозволяє залучати більш широке коло клієнтів, переводити їх у групу постійних відвідувачів, отримувати переваги в нових сферах діяльності. Слід підкреслити, що причини застосування стратегії диверсифікації різні для різних видів готельного та ресторанный бізнесу. Крім перерахованих вище, застосування стратегії диверсифікації може бути зумовлене бажанням власника готелю або ресторану максимально використати можливості матеріально-технічної бази або персоналу, а також необхідністю пошуку нових напрямків для інвестування капіталу, розширення бізнесу тощо.

Загалом ресторанный та готельний бізнес в першу чергу засновуються безпосередньо на витратах своїх клієнтів. Для центрів відпочинку у ресторанах та готелях джерелом фінансування є гість. Компаніям необхідно залучати клієнтів, зміцнювати довіру та мотивувати їх витратити гроші на свої послуги. Таким чином, диверсифікація послуг покликана забезпечити економічне зростання, розвиток індустрії гостинності, і тим самим створити бізнес-середовище, адаптивне та життєздатне в умовах мінливого зовнішнього середовища.

#### Список літератури

1. Бовш Л. А., Гопкало Л. М., Расулова А. М. Диверсифікаційний підхід до клієнтоорієнтованого управління діяльністю суб'єктів готельно-ресторанный бізнесу. Наукові горизонти. 2020. Т. 23, № 11. С. 88–100.
2. Bieloborodova M., Bessonova A. Ways of greening services in recreational facilities of Ukraine. Інфраструктура ринку. 2022. № 68. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/68-2022>
3. Pew Internet and Life Study. URL: <https://www.pewresearch.org/topic/internet-technology/>

УДК 338.487 (477)

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент, Т. Гузь, Д. Вознюк

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ЗАХОДИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Туристичний бізнес є однією з найдинамічніших та найперспективніших галузей, і з кожним роком частка туризму в економічному секторі України збільшувалась. До повномасштабного вторгнення кількість залученого населення у сферу гостинності невпинно зростала, незважаючи на пандемію та наслідки, які за собою потягнув тривалий локдаун. Так, у 2019 році 304,0 тис. населення працювало в галузі з тимчасового розміщування й організації харчування. У 2020 році цей показник знизився до 285,4 тис., а у 2021 – до 285,2 тис. Осіб [1, с. 52]. Тобто, протягом 2019-2021 років, зважаючи на відповідні фактори впливу на діяльність підприємств, сектор туризму активно розвивався та еволюціонував в нових соціально-економічних умовах. З цього можна зробити висновок, що туризм був і залишається перспективною галуззю економіки, яка щорічно залучає все більшу і більшу кількість населення як у якості споживачів, так і в якості працівників.

З початком повномасштабного вторгнення держави-агресора у 2022 році кожен із секторів економіки України так чи інакше зазнав значних втрат, адже постійні ракетні удари продовжуються вже понад півтора роки і в більшості випадків націлені на руйнування важливих інфраструктурних об'єктів. Зважаючи на екстремальні умови, значна частина підприємств вимушена була трансформувати свій звичайний режим і ритм роботи, враховуючи нагальну потребу в створенні надійних та безпечних умов існування.

Таким чином, безпека в туристичній індустрії України, де палає повномасштабна війна, застосування й збереження різноманітних заходів для посилення власних конкурентних переваг в кризових ситуаціях стали ключовими інструментами суб'єктів туристичної галузі.

*Метою статті є дослідження заходів посилення конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі в Україні в умовах війни.*

Для досягнення поставленої мети важливо розглянути перспективні напрями розвитку туристичної індустрії, стимулювання діяльності туристичного бізнесу задля подолання економічного занепаду країни, спровокованого війною. На нашу думку, такими напрямками розвитку туристичної індустрії та покращення діяльності туристичної галузі загалом мають бути наступні:

1) Посилення культурних зв'язків, що виражається в сприянні обміну культурними цінностями та зростанню розуміння між різними групами суспільства. Цей фактор особливо важливий в контексті конфлікту, коли міжнаціональні і міжкультурні стосунки можуть бути напруженими.

2) Сприяння підтримки та розвитку економіки є однією з основних складових процесу відновлення країни загалом, адже туризм є важливим джерелом доходу та створення нових робочих місць.

3) Об'єднання громадськості шляхом стимуляції активності та залучення місцевого населення до процесів відновлення та розвитку своїх регіонів.

4) Збільшення інтересу населення України до туристичної діяльності, тобто стимулювання внутрішнього туризму, а також до відносно нових видів туризму, які ще не набули популярності в широкому розумінні.

5) Формування й підвищення міжнародного іміджу в контексті відновлення туристичної галузі в Україні може привернути більше уваги іноземних туристів, які відвідують країну, щоб підтримати її та спостерігати за подіями в реальному часі.

Зазначені напрями підкреслюють важливість удосконалення туристичної галузі в Україні, особливо в умовах війни, і є засобом сприяння стабільності, економічному розвитку, покращенню міжнародного іміджу країни та формуванню заходів щодо посилення конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Але необхідно звернути увагу на таку важливу складову організації виробничого процесу туристичних послуг, як кваліфікований персонал, який безпосередньо впливає на функціонування підприємств сфери гостинності в умовах війни [2].

Розглянемо детальніше, як підготовка справжніх професіоналів може вплинути на розвиток подій в надзвичайних ситуаціях, зокрема:

– Безпека гостей в першу чергу залежить від навичок персоналу швидко реагувати на загрози, які можуть виникати під час надзвичайних ситуацій. Навички в цій сфері включають знання процедур евакуації, поведіння зі зброєю, а також роботу з екстремними службами.

– Психологічна підтримка є одним з ключових факторів якісної взаємодії персоналу з гостями, адже складні умови війни можуть створювати психологічний стрес.

– Робота в умовах обмеженого ресурсу як ніколи є актуальною, адже умови війни можуть обмежити доступ до ресурсів, таких як електроенергія, вода та продукти харчування. Кваліфікований персонал повинен знати, як ефективно використовувати обмежені ресурси та організувати роботу підприємства в таких умовах.

– Знання особливостей культур різних народів є важливим не тільки в контексті більш повного розуміння потреб та очікувань гостей з будь-якого куточка світу, а й в надзвичайних ситуаціях.

Усі ці та інші аспекти вказують на важливість рівня належної підготовки та навченості персоналу в сфері гостинності, особливо в умовах війни, коли вірогідність виникнення надзвичайних ситуацій дуже велика. Кваліфікований персонал в цьому випадку грає критичну роль у забезпеченні безпеки та комфорту гостей.

Окрім зазначеного вище, суб'єкти туристичної галузі можуть застосовувати інші заходи для посилення своїх конкурентних переваг в кризових ситуаціях, основними з яких, на нашу думку, можуть бути такі.

*Розвиток внутрішнього туристичного ринку* має бути ключовим для сталого розвитку туризму в країні або регіоні. В першу чергу – це активна промоція та реклама місцевих туристичних атракцій, природних красот та культурних подій, використання маркетингових кампаній та рекламних акцій для привертання уваги місцевих туристів.

*Диверсифікація послуг туристичного ринку*, яка полягає в розширенні спектру доступних туристичних продуктів і послуг для різних типів туристів. Це допоможе: привернути увагу та збільшити чисельність клієнтів і забезпечити сталість бізнесу; залучити різні групи туристів і розширити географію та масштаби подорожей. Усе це сприятиме зростанню обсягів туристичної індустрії і підвищенню конкурентоспроможності суб'єктів туристичної галузі.

*Адаптація до нових потреб туристичного ринку* є критично важливою для підтримання конкурентоспроможності в галузі туризму. Потреби туристів змінюються з часом, і бізнес повинен пристосовуватися до цих змін, до нових вимог та очікувань туристів у зв'язку з кризовою ситуацією. Наприклад, запровадження соціального дистанціювання та посилення санітарних заходів.

*Розвиток маркетингу та просування туристичного ринку є ключовими для залучення туристів та підвищення конкурентоспроможності. Використання інтернет-маркетингу, включаючи соціальні мережі, контент-маркетинг, пошукову оптимізацію (SEO) і контекстну рекламу, а також розробка мобільних додатків та сайтів, використання мобільних способів маркетингу, таких як SMS-реклама та ін., безумовно допоможуть покращити маркетингові стратегії та ефективність просування на туристичному ринку, залучити більше клієнтів та збільшити обсяги продажів.*

*Партнерство туристичного ринку з іншими галузями може сприяти створенню інтегрованих та комплексних туристичних продуктів, поліпшити туристичний досвід і розширити конкурентні переваги, особливо в кризових ситуаціях. Співпраця та партнерство з ресторанами, місцевими продуктовими виробниками, з музеями, галереями, театрами та культурними фестивалями, зі спортивними стадіонами, гольф-клубами, розважальними парками та іншими сферами суміжних послуг суттєво допомагають зробити туристичний бізнес більш різноманітним і насиченим, а також розширити можливості для підвищення його конкурентоспроможності.*

*Залучення громади до туристичного ринку може стати важливим фактором у розвитку туристичної індустрії та підвищенні привабливості місцевих об'єктів для подорожуючих, допомогти зробити подорожі більш автентичними та важливими для туристів, сприяти економічному розвитку та покращити якість життя місцевих жителів.*

*Збереження гнучкості туристичного ринку, особливо в мінливих умовах та кризових ситуаціях, має важливий вплив на якість подорожі та туристичну індустрію. Це допомагає зменшити ризики та оперативно реагувати на непередбачувані обставини задля підтримання стабільності та конкурентоспроможності галузі.*

*Підвищення якості обслуговування туристичного ринку є критично важливим для залучення та утримання клієнтів, створення позитивного враження та підвищення конкурентоспроможності, допомагає залучити і задовольнити клієнтів, підвищити лояльність та створити позитивний імідж для суб'єктів туристичної галузі та місцевостей.*

*Аналіз конкурентів на туристичному ринку є важливим для успіху бізнесу в цій галузі. Це допомагає суб'єкту господарювання зрозуміти яке місце він займає на ринку, розробити ефективну стратегію та приймати обґрунтовані рішення задля зростання конкурентоспроможності туристичного бізнесу. Аналіз конкурентів повинен бути постійним та безперервним процесом. Він має адаптуватися до змін на ринку і завжди бути актуальним.*

*Ці заходи слід вважати основними на шляху посилення конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі в Україні в умовах війни.*

#### **Список літератури**

1. Статистичний щорічник України. *Державна служба статистики України*. 2021. URL: [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2022/zb/11/Yearbook\\_2021.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/11/Yearbook_2021.pdf) (дата звернення: 29.09.2023).
2. Барвінок Н. В. Адаптаційні стратегії туристичних підприємств в умовах кризи спричиненої глобальними безпековими факторами. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Т. 2. Вип. 19. С. 56–68.

УДК 338.48

N. Buntova, K. Novikova

buntova.nv@knutd.edu.ua

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

## **HOSPITALITY INDUSTRY: CURRENT TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT**

In recent years, the global hospitality industry has confidently held the top spot in terms of popularity among both large investors and small and even start-up entrepreneurs. After all, the main feature of the hotel business is that its growth does not stop even during the global economic crisis. No matter how things are in the economy, people all over the world do not refuse to travel, even short-term.

2023 has become the year of domestic tourism for the tourism industry of Ukraine. Thanks to Ukrainians who continue to travel and rest in their country, the tourism industry can function and pay taxes.

Traveling in Ukraine today is not only a way to relax, but also a means of physical recovery and psychological relief, both for our defenders and their families, and for civilians. And this is also a way to support the economy of the country, which today works exclusively for our defense.

More than half of the respondents (54%) prefer urban tourism and hiking. Excursions to historical monuments and museums are chosen by 28% of Ukrainians. 23% spend their time relaxing on the beach. Event tourism is also popular with 23% of respondents. A little less - 22% - like to travel the country in order to study gastronomic specialties in the regions. Active recreation to the heart of 16%.

The full-scale war certainly had a significant impact on all aspects of life in our country. However, despite the difficulties and challenges faced by Ukrainians, the hotel business in the country continues to develop in an amazing way. The pause in international tourism, caused by the war, leads to the fact that Ukrainian hotel facilities turn to the domestic market. Many Ukrainians choose to rest and travel within their own country, and hotels are becoming a popular vacation destination.

In addition, Ukraine has a rich cultural and historical heritage, as well as various natural attractions. In these circumstances, hotel facilities become an attractive and convenient accommodation option for tourists who sincerely want to enjoy natural beauty.

Considering the difficult situation in Ukraine, the population is increasingly reorienting from outbound tourism to domestic tourism. Tourists are looking for alternative options for recreation within the country.

It is important to understand that for the formation of competitive hotel products, it is necessary to take into account the interests of the consumer, primarily related to modern leisure formats [1, p.145].

Over the past few years, the hotel business has been through a lot: lockdowns, war and blackouts. Of course, all this affected the service, building communication with guests and operational procedures. Meanwhile, the values of customers were also changing [2, p.124].

In 2020-2021, the issues of safety, cleanliness, contactless technologies have become very relevant for all hoteliers, and will remain so for a long time to come. And people's increased awareness of environmental friendliness, conscious consumption, health and self-care have set new standards for hotels. While the war made the issue of security as topical as possible and brought it to a completely new level. An important factor when choosing a hotel for guests was the availability of shelter and a clear algorithm of actions of the facility's employees in case of emergency situations. In addition, in modern conditions, the possibility of a flexible approach to the date of arrival, cancellation and refund plays a significant role. Now it is difficult for people to be sure of their plans for more than a few hours, so if the hotel goes to meet the guests in this matter, it is positively reflected in its occupancy.

Every year, in response to external factors, new trends appear in the hospitality market. And the last year was no exception, bringing transformations to the hotel service. In particular, domestic tourism with updated services and a unique experience for travelers is currently relevant. Let's consider the main trends in the tourism sector that will be relevant this year.

#### *1. Rest in combination with work.*

This is a very stable trend that has been talked about since 2019, when the importance of offices decreased and the popularity of remote work increased rapidly. A large number of companies since then practice a hybrid work format, allowing their employees to work partially remotely.

This trend gives hotels the opportunity to adapt their offer according to the needs and wishes of guests. At this time, accommodation establishments will benefit from a large number of power outlets, free high-speed Wi-Fi, Zoom rooms, which can also be used as spaces for holding webinars, online lectures, etc. And unlimited coffee will add additional appeal to such an offer.

This year in Ukraine, this trend can be called work in places for recreation. So, many companies moved their employees to safer regions and placed them in hotels in resort cities such as Bukovel, Yaremche, etc. At the same time, employees moved with their families, so the issue of creating a comfortable environment for all family members, provided long-term residence, became very important. This changed the menu in restaurants, the format and mode of operation of additional services, the approach to operational procedures in hotels. After all, for some people they have become both a home and an office.

#### *2. Travel within your city (region).*

3 considering the fact that not all people have the opportunity to go abroad, travel within their city or region has become relevant again. For example, married couples arrange a mini-vacation for one day within their own city in one of the hotels. It is also associated with the danger and impossibility of leaving the family for a long time.

Creating special tours or offers for local residents is an additional opportunity for hotels to increase occupancy. In addition, it is necessary to popularize additional services in facilities for local residents - breakfasts, SPA, Zoom-rooms, children's spaces, etc.

#### *3. Digitization of guest experience*

In recent years, the trend of providing digital and contactless services has gained great popularity [3]. People who are used to unlocking their smartphones and laptops with facial recognition and fingerprints expect the same convenience in accessing their hotel rooms. Yes, many guest-oriented services have become contactless - mobile check-in and check-out, contactless payments, use of biometric data. An example is the fact that a large number of Ukrainian citizens use the "Diya" application to store and provide documents necessary for registration. The possibility of reading this data and synchronizing it with the hotel's PMS already ranks as not just desirable, but necessary functions.

Face and fingerprint recognition technologies can be expected to replace keys and access cards to hotel rooms soon. In general, the digitalization of the hotel guest experience is something that hoteliers need to invest in in the near future.

#### *4. Personalization*

The trend towards personalization is increasing every year, because the service process becomes much better if the staff knows additional information about the guest's preferences [4].

The hotel industry collects customer check-in and payment data, but this information does not facilitate



personalization. In order to provide personalized service, it is important to collect data about guests even before they arrive. For example, when hoteliers send e-mails confirming reservations, you can ask people about their preferences: what they like more - tea or coffee, what smell of shampoo they like, etc.

It is also important how hoteliers will use this data in the future. For example, if the establishment wants to make a compliment - to present a fruit plate to the guest, then you can ask the person which fruit he likes more, and treat him during check-in. It will be easier for small hotels to implement such a tradition, since they are usually freer and faster in making decisions.

#### *5. Economy of impressions.*

In addition to personalization, guests want a unique experience. Minimalism has reactivated the somewhat dusty adage "less is better." People are looking less and less for lavish displays of wealth and instead want to spend wisely. At the same time, they need unique experiences, special and interesting locations, and active recreation. Nowadays, guests are increasingly interested in new experiences related to the art, traditions and history of Ukraine.

The modern consumer seeks to get the maximum of new impressions from travel and intellectual leisure. The search for new experiences not only from excursions, but also from living conditions and immersion in the environment comes to the fore [5].

Today, a special role among all the variety of hotels and other means of accommodation is played by historical hotels - objects of cultural heritage, which during the entire history of their existence embodied the idea of the highest level of comfort of their time, design and service.

The concept of historical hotels is popular today in many countries of the world [1, p. 154]. Such institutions are the embodiment of originality and exclusivity, they have their own style and are always unique. The formation of not only a unique interior, but also an original atmosphere, the organization of additional services within the framework of leisure activities is also the most important factor that attracts tourists who want to get unique sensations.

One of the options for creating impressions is entertainment, organized by turning guests from observers into full-fledged participants in the theatrical action. The creation of hotels in historical settings and the theatrical organization of hospitality processes are aimed at improving the quality of service, promoting the hospitality product and increasing its competitiveness.

In addition, the concept and direction of the hotel creates conditions for diversification of hotel services, creation and implementation of various innovations and exclusive services.

This trend affects the design of the hotel, the services it provides, and even the menu offered in the restaurant. Currently, it is important that hoteliers can create a special experience for the guest: introduce him to local attractions and offer interesting experiences.

So, in the future, hotels should reach a new level. First of all, introducing additional services, taking into account current events in the city and country, as well as changing our approach to guest service, making their experience more unique and unforgettable. This year, hotels are not only about overnight stays, but also about impressions, after receiving which the guest will definitely return to you.

#### **List of references**

1. Buntova N. Tourism and hotel and restaurant business: problems and vectors of development/ Natalia Buntova // Prospects for the development of the tourism and hospitality industry of Ukraine based on the experience of the countries of the European Union - Collective monograph - Latvia: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2023. – 324 p. – P. 142- 161
2. Shevchuk S., Buntova N., Shevchenko O., Biriukova Y., Timeychuk A. Interactive Technologies of Brand Formation of Territories for their Promotion in the Market of Tourist and Hotel Services. Economic Affairs, 202368(01s). P.123 – 132.
3. UNWTO. Statistics of tourism – URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics>
4. Туристична статистика України. ДАПТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasya-na-24>
5. Тренди світового туризму у 2023 році – URL: <https://visitworld.today/uk/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023>

УДК 338.48

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент, Д. Сльозкіна, Д. Семикопенко  
<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

У сучасному світі туризм є важливим рушійним фактором для економічного зростання країн, але умови війни створюють загрози для туристичного бізнесу. Саме тому актуальним є дослідження можливих шляхів формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в Україні в умовах війни.

Війна призводить до зниження туристичного попиту, страху та невизначеності. Управління розвитком туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану вимагає особливих стратегічних орієнтирів та підходів, які враховують складні обставини та забезпечують безпеку та стабільність перебування туристів.

Метою даного дослідження є аналіз можливих шляхів формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни.

Україна, опинившись в центрі уваги світової спільноти та європейського ринку, переживає важливі зміни у політичній, економічній та військовій сферах. Це впливає на туристичну галузь, яка є ключовою галуззю економіки України. Надходження від туризму склали близько 7 % ВВП країни та забезпечували понад 1,5 мільйона робочих місць. У 2019 році надходження від туризму склали 5,5 мільярдів доларів, сприяючи розвитку економіки країни. Аналіз втрат у туризмі внаслідок російської військової агресії можна розділити на кілька напрямків: зменшення податкових надходжень, руйнування туристичних об'єктів, втрати від майбутніх туристичних доходів та витрати на відновлення інфраструктури [1].

Війна негативно вплинула не лише на вітчизняний туристичний бізнес, а й на міжнародний туризм.

Популярними напрямками внутрішнього туризму в Україні залишаються Карпати, зокрема Буковель. Українські туристичні оператори шукають нові можливості розвитку на європейському ринку. Реєстрація туристичних компаній в країнах ЄС вимагає певних фінансових гарантій, що ускладнює процес. Тому багато з них спрямовують свою увагу на ринок Молдови, де реєстрація компаній є менш складною, а також на ринок ЄС, де деякі компанії вже успішно працюють.

Ефективне використання комунікаційних стратегій, інноваційних підходів та взаємодія з іншими галузями може сприяти покращенню іміджу туристичного бізнесу навіть в умовах війни.

Під час війни туристична діяльність не припиняється, а замість цього розвиває нові напрямки, такі як темний та військовий туризм. Ці види туризму стають все популярнішими та економічно вигідними в Україні, приваблюючи іноземних відвідувачів.

Формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни є складною, але можливою задачею, яка вимагає комплексного підходу та творчих рішень. Вважаємо, що основними шляхами, які можна використовувати для цього, можуть бути *комунікація та транспарентність*, основними складовими яких є:

- прозорість інформації, що забезпечує відкритий доступ до достовірних даних щодо безпеки в регіоні, включаючи статистику безпеки та заходи безпеки для туристів;

- ефективна комунікація, яка передбачає впровадження системи активної взаємодії, включаючи соціальні мережі. Це дозволяє ефективно інформувати туристів про безпеку та стимулювати їх бажання відвідати нашу країну.

Співпраця з міжнародними організаціями та посольствами, яка передбачає:

- співпрацю з правозахисними організаціями, зокрема співпрацю з міжнародними правозахисними організаціями для забезпечення прав та безпеки туристів;

- залучення посольств іноземних держав завдяки участі у спільних заходах з посольствами та консульськими установами для підтримки та захисту інтересів іноземних туристів.

Розвиток туристичної інфраструктури в умовах війни може відбуватися за такими напрямками:

- підвищення безпеки в готелях та ресторанах, в туристичних закладах, зміцнюючи контроль та навчання персоналу;

- розвиток транспортної інфраструктури безпечного та надійного транспорту для туристів, сприяння розвитку зручних маршрутів і транспортних послуг.

Розробка та впровадження туристичних акцій та проектів, таких як:

- запровадження актів культурного обміну, організація культурних заходів та обміну мистецтвом і фольклором для підвищення взаєморозуміння між спільнотами;

- розробка і впровадження екологічних та соціальних проектів, заохочення ініціатив, спрямованих на поліпшення умов місцевого життя та збереження природних резерватів.

Залучення медіа та інфлюенсерів у формуванні позитивного іміджу туристичного бізнесу в Україні засобами:

- медіа-кампаній, які можуть розповісти про красу та культуру регіону, звертаючи увагу на безпеку туристів під час їх відвідування;

- співпраці з популярними інфлюенсерами для створення позитивних інформаційних потоків про туристичні можливості регіону.

На таких заходах може відбуватися презентація надбань України, проведення переговорів з потенційними партнерами-туроператорами та авіакомпаніями, налагодження зв'язків з іноземними засобами масової інформації.

Активізація участі громад у форматі:

- залучення місцевих громад до розвитку туризму, створюючи для них переваги за рахунок розвитку туристичної галузі;

- організації туристичних заходів та фестивалів, які демонструють культурну різноманітність регіону та гостинність місцевих жителів.

Ці шляхи дозволяють створити позитивний імідж туристичного бізнесу навіть в умовах війни, сприяючи безпеці та привабливості регіону для відвідувачів.

Застосування інновацій у туристичній галузі під час воєнних конфліктів є ключовим для формування

позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни. Маркетинг у соціальних мережах може забезпечити візуальну привабливість регіону та привернути увагу міжнародної спільноти. Активна робота має вестися по просуванню України на провідних міжнародних туристичних платформах, таких як TripAdvisor – створення якісних мультимедійних профілів країни та окремих регіонів, регулярне оновлення фото, відео, текстових описів, відповіді туристам на відгуки та питання.

Створення нових робочих місць та економічний розвиток, підтримка медичної інфраструктури, розвиток інфраструктури мобільних додатків та впровадження віртуальної реальності і доповненої реальності – це стратегії, які можуть підтримати туризм навіть у важкі часи. Державна політика повинна сприяти раціональному використанню природних та культурних ресурсів завдяки застосуванню маркетингових інновацій. Ці підходи можуть сприяти формуванню позитивного іміджу регіону та залученню туристів, відновленню та розвитку туристичного бізнесу в умовах війни.

Індустрія туризму може розвиватися в післявоєнний період завдяки формуванню спільних партнерств та застосуванню інноваційних технологій. Спільні партнерства дозволяють використовувати колективні ресурси та обмінюватися знаннями з метою розвитку туристичної галузі. Технології віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) відкривають можливості для залучення туристів. Технологія VR дозволяє відчувати місце призначення без фізичної подорожі, особливо в районах, що постраждали внаслідок війни.

Застосування технології AR дозволяє покращити якість туристичних послуг завдяки можливості додати різноманітну цифрову інформацію та інтерактивні путівники. Мобільні додатки дозволяють розширити послуги для туристів, включаючи системи бронювання, можливості залучення місцевих гідів та персоналізовані рекомендації, що полегшує та збагачує туристичний досвід.

Крім того, важливо вдосконалити комунікаційні стратегії, активно використовуючи соціальні мережі та інші онлайн-платформи для взаємодії з потенційними туристами.

Дослідження показало, що туристичні компанії, які активно взаємодіють з місцевим населенням, займаються розвитком екологічно чистих програм та використовують інноваційні технології, можуть зменшити негативний вплив війни на їхній імідж. Такі заходи можуть допомогти туристичному бізнесу уникнути негативного впливу війни на їхній імідж та навіть залучити нових клієнтів.

#### Список літератури

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=ukUA&tag=PravoviZasadiDiialnosti> (дата звернення: 29.09.2023).
2. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-zvidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 30.09.2023).
3. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну за підсумками червня 2023 року перевищила \$150 млрд. Київська школа економіки: веб-сайт. (2023). URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-sumaryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd> (дата звернення: 30.09.2023).
4. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11.

УДК 640.4

Л. Семенюк, В. Редька

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ КУЛІНАРНИХ ТРЕНДІВ У ХАРЧУВАННІ, СТИЛЯХ ПРИГОТУВАННЯ ТА СИРОВИННИХ КОМПОНЕНТАХ

Сучасний світ харчування переживає неймовірний розвиток, і в цьому контексті аналіз сучасних кулінарних трендів стає надзвичайно важливою задачею. Тренди у харчуванні, стилі приготування та вибір сировинних компонентів не тільки відображають смакові уподобання суспільства, але і віддзеркалюють культурні, економічні та екологічні зміни [1]. Вони стають ключовими впливовими факторами на галузь гастрономії, ресторанного бізнесу та споживчого ринку продуктів.

Сучасна кулінарія переживає величезні зміни та еволюцію під впливом різноманітних трендів. Ці тренди обумовлені різними факторами, включаючи здоровий спосіб життя, культурні впливи, соціальні та екологічні аспекти, а також технологічний прогрес.

Один із головних трендів сучасної кулінарії - це зростаюча свідомість щодо здорового харчування. Люди все більше звертають увагу на якість продуктів, їхнє походження та вплив на здоров'я [2]. Веганство, вегетаріанство та різні дієти стають популярними способами життя. Органічні та натуральні продукти також отримують більше уваги. Сучасні кулінарні тренди включають нові стилі приготування та готування з використанням різних технологій. Серед цих трендів можна виділити молекулярну кухню, використання

альтернативних методів обробки продуктів, таких як копчення, кислотна обробка, сушка та інші. Креативність та експерименти стають важливими елементами в кулінарному мистецтві. Розвиток технологій та зростаюча свідомість про сталий розвиток призводять до змін у виборі сировинних компонентів. Люди все більше віддають перевагу стравам на основі рослин, зменшуючи споживання м'яса та інших продуктів, які мають негативний вплив на навколишнє середовище. Також активно розвивається використання сировинних компонентів з мінімальною обробкою для збереження їхньої природної смакової та поживної цінності.

Вивчення кулінарних трендів є важливою складовою для багатьох людей і галузей гастрономії. У сфері ресторанного бізнесу та готельного господарства вивчення кулінарних трендів дозволяють залучити нових клієнтів та задовольнити смакові палітри інноваційними стравами. Споживачі завжди шукають щось нове та цікаве, тому ресторани та кухні повинні приєднатися до змін. Ресторани та кухні, які впроваджують сучасні кулінарні тренди, можуть отримати конкурентну перевагу в ринковому сегменті. Це може привести до збільшення клієнтського потоку та збільшення доходів. Вивчення трендів сприяє розвитку меню, додаючи до нього сучасні інгредієнти, страви та способи приготування. Це дозволяє збільшити різноманітність та якість страв. Зростає популярність трендів, спрямованих на здорову харчову поведінку, таких як веганська та вегетаріанська кухня, а також страви з низьким вмістом калорій та шкідливих складників [3]. Це важливо для тих, хто бажає зберегти здоров'я та дотримуватися особливого способу харчування. Кулінарні тренди відображають культурні та соціальні зміни в суспільстві. Вони можуть відображати розмаїття культури та традицій, а також підтримувати різноманітність у світовій кухні. Багато трендів спрямовані на сталий розвиток і зменшення впливу гастрономії на навколишнє середовище. Це включає в себе використання місцевих продуктів, зменшення відходів та ефективне використання ресурсів.

Сучасна кулінарія постійно змінюється і розвивається. Ось деякі зі сучасних кулінарних трендів: *подолання обмежень і дієт* (зросла споживаність харчування для конкретних дієт, таких як веганська, вегетаріанська, кето, палео та безглютенова. Кухарі намагаються створити смачні страви, які обмежені цим обмеженням); *локальні та сезонні ресурси* (дедалі більше ресторанів пропонують страви, приготовлені з компонентів, які ростуть або вирощуються в регіонах і доступні у відповідний сезон. Це сприяє підтриманню місцевих фермерів та створенню більш екологічного меню); *концепція «нульового відходу»* (кухарі дедалі більш свідомо ставляться до використання всіх частин продукту, уникнення відходів та переробки продукту, щоб зменшити вплив на довкілля); *експерименти з текстурами і смаком* (молекулярна гастрономія і техніка, які дозволяють змінювати текстури і смаки їжі, залишаються популярними в середовищі шеф-кухарів); *веганські альтернативи* (веганська дієта включає в себе відмову від всіх продуктів тваринного походження, таких як м'ясо, молоко, яйця, мед, інші молочні продукти, а також інші продукти, які містять компоненти тваринного походження. Однак існує багато смачних альтернатив, які можуть задовольнити білкові та харчові потреби веганів: тофу, сейтан, рослинні молочні продукти, горіхи і насіння, овочі і фрукти тощо) та ін.

Аналіз стилів приготування та сировинних компонентів є важливим для розуміння кулінарних традицій різних культур і кухонь [4]. Ось деякі із загальних стилів приготування і їх сировинні компоненти, які ми коротко досліддили:

#### 1. Французький стиль приготування:

- Сировинні компоненти: французька кухня славиться використанням високоякісних продуктів, таких як сир, вершки, масло, м'ясо (особливо ягнятина і качка), риба, гриби, трави та спеції.
- Стиль приготування: французька кухня відома використанням складних технік, таких як пасерування, обсмажування, тушкування та запікання.

#### 2. Італійський стиль приготування:

- Сировинні компоненти: базові інгредієнти італійської кухні - це помідори, оливкова олія, паста, сир пармезан, базилік, часник та орегано. Також використовуються м'ясо, риба та морепродукти.
- Стиль приготування: італійська кухня відома простотою приготування та використання найсвіжіших інгредієнтів. Паста і піца - основні страви, які готуються в цьому стилі.

#### 3. Азійський стиль приготування:

- Сировинні компоненти: основними продуктами в азійській кухні є рис, соя, імбир, чилі, кокосове молоко, морепродукти, соуси та спеції.
- Стиль приготування: азійська кухня включає в себе різні методи приготування, такі як варіння, смаження на великій швидкості (вок), готування на пару і маринування.

#### 4. Мексиканський стиль приготування:

- Сировинні компоненти: основними інгредієнтами мексиканської кухні є тортілья, боби, авокадо, помідори, чилі, кукурудза, сир та лайм.
- Стиль приготування: мексиканська кухня відома використанням гострих і глибоких смаків, а також готуванням традиційних страв, таких як такос, енчіладас і гуакамоле.

#### 5. Індійський стиль приготування:

- Сировинні компоненти: головними інгредієнтами індійської кухні є рис, лінзи, куркума, коріандр, кумін, кардамон, гострий перець, масло гіхи та молоко.
- Стиль приготування: індійська кухня славиться використанням великої кількості спецій та приготування страв на вогні.

Ці стилі приготування та сировинні компоненти є загальними для кожної кухні, але в кожній країні і регіоні може бути свої власні унікальні традиції та страви.

Загалом, сучасні кулінарні тренди відображають зміни в суспільстві, нашому підході до харчування та важливість сталого розвитку. Успішні ресторани та кулінарні експерти повинні бути свідомими цих трендів, щоб задовольняти попит споживачів та інноваційно розвивати галузь кулінарії.

#### Список літератури

1. Гуржій О. В. Тренди у харчуванні: аналіз і перспективи розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, №27 (1), С.48-52, 2018.
2. Ковальчук Л. М. Вплив сучасних кулінарних трендів на здоров'я населення. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Харчові технології та біотехнології, №2 (91), С.79-86, 2019.
3. Сидоренко О. В. Тренди у сировинних компонентах сучасних страв. Журнал харчових технологій, №10 (2), С.55-61, 2020.
4. Лучка І. М. Тренди у стилях приготування їжі в сучасному ресторанному бізнесі. Гастрономія і туризм, №2 (34), С.73-80, 2017.

УДК 338.48

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент, В. Харченко, М. Дубовик

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Туристична галузь України зазнала колосальних втрат внаслідок війни з Росією. З початком повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року потік іноземних туристів практично припинився. Багато готелів та інфраструктурних об'єктів пошкоджено або зруйновано. Сотні тисяч працівників туристичної сфери втратили роботу. Проте, незважаючи на величезні труднощі, український туризм має значний потенціал для відновлення та подальшого розвитку. За умови запровадження інноваційних підходів, залучення інвестицій та ефективної державної політики, галузь здатна не лише повернутися до довоєнного рівня, а й вийти на якісно новий рівень.

Метою дослідження є пошук можливостей інноваційно-інвестиційного розвитку туристичної індустрії в умовах воєнного стану.

Воєнний стан призвів до різкого падіння туристичних потоків. Якщо у 2021 році Україну відвідали понад 14 млн. іноземців, то за перші 8 місяців 2022 року їх кількість скоротилася до 1,5 млн. осіб. Обсяг наданих туристичних послуг у I півріччі 2022 року склав 2,1 млрд. грн, що на 80 % менше порівняно з аналогічним періодом 2021 року [1]. Понад 300 готелів вимушені були припинити роботу. Багато туристичних об'єктів зазнали руйнувань під час бойових дій. Найбільше постраждали міста на Сході та Півдні країни. Втрати туристичної галузі України за підрахунками експертів сягають 5-10 млрд. доларів США.

Таким чином, російська агресія завдала колосальної шкоди українському туризму. Повоєнне відновлення туристичної галузі вимагатиме значних зусиль та інвестицій, а також пошуку можливостей інноваційно-інвестиційного розвитку. Вважаємо, що одним із перспективних напрямів розвитку туристичного бізнесу в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення України є розвиток внутрішнього туризму. Це дозволить підтримати туристичну галузь та зберегти робочі місця у складних умовах війни та різкого падіння чисельності іноземних туристів.

Огляд літератури [1-2] показав, що для поживлення та стимулювання внутрішнього туризму держава має запровадити ряд заходів. Вважаємо, що важливими серед них є:

- Запуск програми часткової компенсації витрат на подорожі по Україні (аналогічно до програми "Доступні кредити 5-7-9 %").

- Створення нових тематичних туристичних маршрутів (еко-туризм, гастрономічний туризм тощо).
- Проведення інформаційної кампанії щодо туристичних можливостей українських регіонів.
- Розвиток сільського зеленого туризму, зокрема на Західній Україні.
- Впровадження єдиного всеукраїнського туристичного онлайн-ресурсу.

За умови комплексної державної підтримки внутрішній туризм може стати рушійною силою відновлення галузі в умовах війни. Відповідно до ст. 6 Закону України "Про туризм" передбачено розробку та реалізацію програм розвитку туризму.

*Впровадження інновацій у туризмі.* Інновації та новітні технології мають стати ключовим елементом розвитку туризму в Україні в умовах воєнного стану. Основні напрями впровадження інновацій:

- Розвиток інформаційних технологій: створення мобільних додатків, онлайн-платформ, віртуальних турів тощо.
- Використання технологій доповненої реальності у музеях, під час проведення екскурсій.
- Впровадження цифрових інновацій у готелях та ресторанах (електронні меню, мобільний чек-ін тощо).

- Створення інноваційних туристичних кластерів, технопарків.
- Підготовка IT-фахівців для туристичної галузі.
- Розробка туристичних IT-продуктів світового рівня, які можна експортувати.

Запровадження інновацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості українського туризму.

*Покращення туристичної інфраструктури.* Важливим напрямом розвитку є модернізація та розбудова туристичної інфраструктури. Необхідними заходами є:

- Відновлення пошкодженої інфраструктури туристичних об'єктів. Пошкоджені внаслідок бойових дій готелі, ресторани, пам'ятки архітектури потребують термінової реконструкції. Це дозволить якнайшвидше відновити туристичну привабливість міст. Необхідна державна підтримка таких проектів у вигляді пільгових кредитів, податкових канікул тощо.

- Будівництво нових готелів, хостелів, ресторанів. Для розвитку туризму потрібно зводити нові готелі, хостели, ресторани. Особливо це актуально у невеликих містах та сільській місцевості з туристичним потенціалом. Держава має стимулювати таке будівництво шляхом спрощення дозвільних процедур, надання земельних ділянок, пільгового оподаткування тощо.

- Розвиток транспортної інфраструктури: модернізація аеропортів, доріг, залізничного сполучення.

- Реконструкція пам'яток історії та архітектури. Багато пам'яток архітектури постраждали внаслідок війни. Їх відновлення не лише дозволить зберегти культурну спадщину, але й збільшити туристичну привабливість міст і селищ.

- Благоустрій міст, створення комфортних туристичних хабів.

*Розвиток туристичної інфраструктури в регіонах.* Туристичний потенціал має бути реалізований не лише у великих містах, але й в регіонах. Створення закладів розміщення, харчування, дозвілля, транспортної доступності у менш відомих, але мальовничих куточках України сприятиме внутрішньому та міжнародному туризму. Україна володіє унікальними природними ландшафтами, заповідниками, річками та лісами, що утворює міцний потенціал для розвитку еко-туризму. Популярність активного зеленого відпочинку зростає у світі. Розвиток еко-турів, сільського зеленого туризму, велосипедних та пішохідних маршрутів надасть можливість відновлення туристичної індустрії в умовах війни.

*Будівництво нових туристичних об'єктів.* Створення сучасних розважальних комплексів (аквапарки, тематичні парки тощо) за прикладом успішних курортів дозволить залучити більше відвідувачів та диверсифікувати туристичну пропозицію України. Покращення інфраструктури туристичної індустрії сприятиме залученню внутрішніх та іноземних туристів, а також забезпечить перспективи розвитку та процвітання міст та регіонів України.

Одним з найперспективніших видів туризму в Україні є *медичний туризм*. Наша країна має висококваліфікованих лікарів та розвинену мережу сучасних клінік і лікарень. Вартість медичних послуг в Україні значно нижча, ніж у Європі чи США, що приваблює іноземців. Розвиток медичного туризму дозволить залучити інвестиції у модернізацію медичної інфраструктури.

Також перспективним є розвиток *промислового туризму*. Україна мала потужний промисловий потенціал, зокрема в аерокосмічній та військовій галузях. Організація екскурсій на заводи, такі як «Антонов», «Південмаш», дозволить зацікавити туристів демонстрацією етапів розвитку технічного прогресу в Україні. Промисловий туризм сприятиме просуванню українського виробництва за кордоном.

*Просування українського туризму за кордоном.* Важливим завданням є формування позитивного іміджу України як привабливого та безпечного туристичного напрямку на міжнародному ринку. Це можна досягти шляхом проведення активних PR-кампаній і реклами за кордоном. Ефективними каналами просування можуть бути розміщення реклами на популярних міжнародних телеканалах, публікація статей і оголошень в іноземних друкованих виданнях і популярних інтернет-ЗМІ, трансляція відеороликів в аеропортах і громадському транспорті ключових країн-партнерів.

Доцільним буде проведення презентацій під час різноманітних міжнародних подій – виставок, конференцій, форумів, на яких можна буде продемонструвати туристичний потенціал України. Це дозволить оперативно донести інформацію до цільової професійної аудиторії. Важливим є виготовлення якісної поліграфічної продукції (брошур, буклетів, каталогів, путівників) іноземними мовами з описом туристичних можливостей країни. Організація інфо-турів та прес-турів для іноземних журналістів і блогерів також сприятиме позитивним публікаціям у ЗМІ за кордоном. Важливою є участь України у найбільш значущих міжнародних туристичних заходах – виставках, ярмарках, форумах, особливо у країнах, які є цільовими ринками в'їзного туризму.

Перспективним для туристичної індустрії є залучення популярних іноземних блогерів, лідерів думок задля висвітлення українських туристичних можливостей у їх блогах, які мають мільйонні аудиторії по всьому світу. Організація для них спеціальних прес-турів стане чудовою мотивацією та заохоченням їх публікацій.

Гастрономічні фестивалі, музичні конкурси і фестивалі, історичні реконструкції та карнавали, організація масштабних спортивних змагань — усе це здатно привернути увагу міжнародної спільноти та туристів до України.

Просування українського туризму за кордоном сприятиме швидшому відновленню потоку іноземних гостей після війни.

Отже, аналіз можливостей інноваційно-інвестиційного розвитку туризму в Україні в умовах воєнного

стану показав, що незважаючи на колосальні втрати, спричинені російською військовою агресією, український туризм має значний потенціал для відновлення та подальшого розвитку. За умови впровадження інновацій, залучення інвестицій та реалізації продуманої державної політики, галузь здатна не лише повернутися до довоєнного рівня, але й вийти на новий рівень. Пріоритетами мають стати розвиток внутрішнього туризму, впровадження новітніх технологій, розбудова інфраструктури та просування українського туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг. Це дозволить забезпечити внесок туризму в відбудову економіки України після закінчення воєнного стану.

#### Список літератури

1. Велике руйнівництво: культурні втрати України під час війни. URL: [https://lb.ua/culture/2022/03/25/510869\\_velike\\_guynivnitstvo\\_kulturni.html](https://lb.ua/culture/2022/03/25/510869_velike_guynivnitstvo_kulturni.html) (дата звернення: 29.09.2023).
2. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України / Плотнікова М. Ф. та ін. *Державне управління*. 2022. № 3. С. 102-112.

УДК 338

О. Степанова, д.культурології, професор, М. Коробкіна

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В СИСТЕМІ КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА ІВАНО- ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ресторанний бізнес – невід’ємна частина сфери гостинності будь-якої країни. Воно має велике значення в організації побуту населення. Основною послугою закладів ресторанного господарства є надання харчування, але люди приходять не лише за смачною їжею, а й за атмосферою, враженнями та приємними спогадами.

Ресторанний бізнес - це відкритий і жвавий сектор де люди з усього світу знаходять задоволення у споживанні їжі і насолоджуються вишуканими стравами.

Однак ресторанний бізнес не є простим підприємництвом. Він вимагає значного зусилля знань і керування, щоб стати успішним. Основою успішного ресторанного бізнесу є вміння створювати інноваційні та смачні страви залучати та задовольняти клієнтів ефективно управляти робочим процесом і забезпечувати високі стандарти обслуговування.

Ресторанний бізнес має значний вплив на економіку країни: забезпечує працевлаштування населення, сприяє розвитку туризму та залучає інвестиції. Він являється якісною характеристикою рівня розвитку економіки держави, є одною з найприбутковіших складових туристичної галузі, але й найризикованішою.

Однією з основних частин туристичної галузі є курортне господарство. Воно є дуже привабливим для людей всіх верст населення завдяки своїм рекреаційним послугам. Головна мета рекреаційно-курортного господарства – забезпечити відпочинок, релаксацію та задоволення потреб туристів.

Курортне господарство - це систематично організована діяльність спрямована на створення розвитку і управління курортами з метою задоволення потреб туристів та поліпшення їх фізичного психологічного та соціального благополуччя. Курортне господарство включає в себе широкий спектр послуг які можуть бути пов'язані з відпочинком лікуванням рекреацією спортом культурою та іншими сферами життя.

Основні завдання курортного господарства включають:

1. Розвиток туризму: Курортні місця мають залучати туристів різних профілів надавати їм зручні та комфортні умови для відпочинку.

2. Лікувально-оздоровча діяльність: Курорти можуть бути спеціалізованими на лікуванні різних хвороб зокрема застосовуючи природні лікувальні фактори які притаманні даному курортному району.

3. Розвиток інфраструктури: Наявність якісної та розвинутої інфраструктури є важливим фактором успіху курорту. Це може включати готелі ресторани магазини розваги спортивні комплекси медичні заклади та інші об'єкти.

4. Збереження навколишнього середовища: Курортне господарство повинне дбати про екологічну стійкість і здоров'я навколишнього середовища зберігаючи природні ресурси і красу курортних зон.

5. Привабливість для інвесторів: Залучення інвестицій в розвиток курортів створення стабільного і сприятливого бізнес-середовища можуть позитивно вплинути на їх розвиток та підвищення якості послуг.

Курортне господарство має велике значення для регіонального розвитку створення робочих місць росту економіки та задоволення потреб туристів. Воно вимагає системної роботи взаємодії держави місцевої влади бізнесу та громадських організацій з метою забезпечення сталих та привабливих курортних умов для відпочинку і лікування

Одним з найперспективніших регіонів України є Івано-Франківська область. Саме тут зосереджена велика частина рекреаційних курортів країни. Ця область має багатий історичний спадок і багатошарову культуру, славиться архітектурою та історичними пам'ятками, відома своєю природною красою та лікувальними джерелами.

Івано-Франківська область дійсно має потенціал для розвитку курортного господарства. Знаходячись у Карпатському регіоні України область має привабливі природні умови які чудово підходять для розвитку туризму.

Гірські пейзажі з чистим повітрям живописними гірськими річками і лісами роблять цю область ідеальним місцем для людей які хочуть насолоджуватись активними відпочинком на природі. Курорти Яремче Буковель та Ворохта відомі своїм гірськолижним туризмом та гарними умовами для зимових видів спорту. Туристи можуть скористатись сучасними гірськолижними трасами санчатами та катками.

Проте Івано-Франківська область також приваблює туристів у будь-яку пору року. Вона пропонує можливості для гірського туризму піших прогулянок велосипедних прогулянок кінних прогулянок рибалки та багато іншого. Незалежно від сезону курорти області пропонують розмаїття послуг та розваг для туристів – від SPA-центрів та ресторанів до екскурсій та культурних подій.

Важливим аспектом розвитку курортного господарства є інфраструктура. У Івано-Франківській області відбуваються інвестиції в будівництво та реконструкцію готелів гірськолижних трас туристичних маршрутів та інших туристичних об'єктів. Поступово покращується доступність і комфортність для відпочиваючих що сприяє зростанню числа туристів у регіоні.

За останні роки у Івано-Франківській області спостерігається збільшення популярності як серед внутрішніх так і міжнародних туристів. Завдяки своєму природному та культурному багатству область привертає людей які шукають вражаючі пейзажі здоровий відпочинок і незабутні враження.

Ресторанний бізнес в системі курортного господарства є важливою складовою частиною туристичної інфраструктури. Курорти приваблюють відвідувачів з різних країн і областей, які шукають відпочинок розваги та якісне харчування.

Ресторанний бізнес в системі курортного господарства Івано-Франківської області має великий потенціал оскільки регіон є популярним туристичним напрямком. Завдяки своїй привабливій природі, гірським ландшафтам та історичним пам'яткам, Івано-Франківська область привертає багато відпочиваючих та туристів.

Як згадується у статті [3], наразі готельно-ресторанний бізнес переживає важкі часи, але у західних областях України спостерігається позитивна динаміка: кількість ресторанів та кафе в Івано-Франківській області зросла на 20% від початку війни.

Успішний ресторанний бізнес на курорті вимагає доброго розуміння сезонності, місцевих культурних особливостей та смаків клієнтів. Ресторани на курортах можуть пропонувати різноманітне меню, щоб задовольнити потреби різних типів відвідувачів включаючи місцеві страви міжнародну кухню вегетаріанські та дієтичні страви.

Підвищена конкуренція серед ресторанів на курортах вимагає високої якості продуктів, стандартів обслуговування та унікальності пропозиції. Ресторанам варто звернути увагу на створення привітної та затишної атмосфери, обслуговування високого рівня та надання додаткових послуг таких, як музичні виступи шоу або тематичні вечірки.

Ефективне управління рестораном вимагає грамотного планування запасів, керування персоналом, фінансового контролю та маркетингу. Компанії повинні бути гнучкими та швидкозмінними, підлаштовуватись до змін в запитах клієнтів та прогнозувати тенденції.

Також ресторанний бізнес на курорті може використовувати сталість культурної спадщини та природних ресурсів регіону. Наприклад, ресторани можуть акцентувати увагу на місцевих продуктах, кулінарних традиціях та оригінальних рецептах.

Окрім привабливості для туристів ресторанний бізнес також може мати попит серед місцевих мешканців. Люди зазвичай хочуть провести час на свіжому повітрі насолодитися гарним краєвидом та випробувати смачну їжу. Ресторани можуть стати ідеальним місцем для вечері або святкування різних подій для місцевих жителів роблячи їх життя більш насиченим та цікавим.

Туроператори і готельні комплекси можуть співпрацювати з ресторанами для надання пакетних послуг та розширення асортименту для своїх клієнтів.

Узагалі успішний ресторанний бізнес на курорті може стати ключовим елементом привабливості місця, збільшити його престиж та вплинути на рентабельність туристичного бізнесу в цілому.

Івано-Франківська область відома своєю багатою культурною спадщиною та прекрасною кухнею що зробило її привабливим місцем для відкриття ресторанів і кафе. Однак як і в будь-якому іншому регіоні ресторанний бізнес у цій області зіткнувся з рядом проблем.

Одна з найважливіших проблем – це високий рівень конкуренції. Івано-Франківськ є популярним туристичним містом де можна знайти велику кількість ресторанів і кафе. Така ситуація створює великий тиск на власників ресторанів які змушені боротися за клієнтів і привертати їх увагу.

Другою проблемою є високі ціни на продукти харчування та інгредієнти. Ввезення продуктів з інших регіонів або навіть з-за кордону може виявитися дорогим і складним процесом. Це може призвести до підвищення цін на страви що негативно впливає на популярність ресторану серед місцевих мешканців.

Третя проблема пов'язана зі сезонністю туристичного потоку. У певні періоди року наприклад взимку туристичний рух може значно зменшитися що призводить до скорочення кількості клієнтів у ресторанах. Це може ставити власників закладів перед викликом зберегти стабільність свого бізнесу протягом цих періодів.



Також важливо зазначити що недосконала інфраструктура та недостатня реклама можуть бути ще однією проблемою для рестораторів в Івано-Франківській області.

Незважаючи на ці проблеми ресторатори в Івано-Франківській області прикладають багато зусиль для привернення клієнтів і забезпечення якісного обслуговування. Вони застосовують різні стратегії такі як пропозиції акційних пропозицій привабливе меню живу музику та інші творчі підходи для збільшення зацікавленості і задоволення клієнтів.

Ресторанний бізнес в курортній системі Івано-Франківської області має великі перспективи. Ця область приваблює велику кількість туристів як власної країни так і з-за кордону завдяки своїм природним красотам гірським курортам термальним джерелам та історичним пам'яткам.

#### **Список літератури**

1. Володимир Клапчук, Ірина Мендела. Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно- ресторанный бізнес і курортна справа України» Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника / гол. редкол. – проф. Володимир Клапчук. 458 с., 2022.

2. Володимир Клапчук, Ірина Мендела. Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно- ресторанный бізнес і курортна справа України» (Івано-Франківськ, 6 грудня 2022 р.) / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника / гол. редкол. – проф. Володимир Клапчук. Івано-Франківськ, 458 с., 2022.

3. Івано-Франківські новини. 2022, URL: <https://galka.if.ua/kilkist-restoraniv-ta-kafe-u-frankivsku-zrosla-na-20-vid-pochatku-viyuny/>

4. Качала Т.М., Петровська І.О. Значення готельно-ресторанного бізнесу в господарчій системі регіону: Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Т.29(68). №5. С.54-58., 2018. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kachala.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kachala.htm)

5. Мендела І. Я. РОЗВИТОК КУРОРТІВ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: Науковий вісник Ужгородського національного університету, с 41-43., 2017. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14\\_2\\_2017ua/10.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_2_2017ua/10.pdf)

6. Н. І. Дуляба, С. М. Ільчишин, Проблеми та перспективи розвитку ресторанного господарства в індустрії туризму: наукове фахове видання «Ефективна економіка», 2021 URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2021/108.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/108.pdf)

7. Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, Технодрук, 266 с., 2023. URL: [http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf\\_11\\_05\\_2023.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_11_05_2023.pdf)

## *Платформа 2. АДАПТАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДО ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ*

UDC 330.101.541

A. Oleshko, Ye. Saliy

oleshko.aa@knutd.edu.ua, elizabeth.saliy@ukr.net

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

### **MANAGING THE SHADOW ECONOMY OF UKRAINE IN POST-WAR RECOVERY**

The negative impact of the shadow economy is reflected in all stages of social production, and also distorts the foundations of fair competition, reduces revenues to budgets at all levels, and provokes corruption. During the military actions, Ukraine should be especially active in combating tax evasion and speculation, but after the end of the war, the problems of the shadow economy will remain and will require even greater regulation. Currently, for Ukraine, the fight against the shadow economy is a mandatory condition for joining the EU.

The functioning of the shadow economy in Ukraine is traditionally aimed at obtaining the following forms of income:

concealment from taxation;

illegal export of capital and goods;

corruption;

illegal production of goods and services and their implementation;

theft of state property;

fraud in the financial and credit sphere;

criminal activity of economic subjects (drug business, theft and robbery, racketeering, etc.);

artificial underestimation of fixed and regulated prices for goods and services due to the use of "shadow" prices

[1].

During the war the shadow sector makes up approximately 50% of the entire economy of Ukraine, providing people with work and income, as well as performing the role of social support. Attempts to ban and even directly suppress shadow activities did not work in Ukraine. One of the reasons for this is that the traditional "semi-shady" way of conducting business and receiving income of citizens before the war gave the authorities additional leverage over them, in order to ensure political loyalty and economic support of the authorities by the population. This made the authorities not interested in creating a more transparent economic environment [2]. The shadow economy in Ukraine has fundamental prerequisites. First, there are heterogeneous taxation conditions, when some physical and legal entities pay all taxes, while others enjoy benefits. Those enterprises and others, which have to pay taxes in full, try to go into the "shadow" because of the tax burden. As a result, the more economic players move to the shadow economy, the more the tax burden falls on those who continue to work "whitely" and transparently. Secondly, it is a low level of trust in institutions, regulatory pressure and the level of monopolization. In a monopolized economy, smaller businesses move to the shadow economy to minimize taxes and not lose out to monopoly businesses in the market. Accordingly, the first actions after the war to minimize the shadow economy in Ukraine are demonopolization and simplification of regulatory procedures, as well as digitization of the main management processes. At the same time, it is necessary not to raise taxes, but to create a starting equilibrium point of taxation from lower to higher. However, after the war, in order to successfully regulate the shadow economy, the government can raise tax rates, excises, duties and fees, such taxation will fall on those economic entities that can cope with it. This method is more effective in terms of both capital distribution and social solidarity. Currently, the personal income tax in Ukraine is the same for everyone and is 18%. The current military levy (introduced back in 2015) is currently 1.5%. If the government of Ukraine will not be able to introduce progressive taxation in the country, then it is possible to introduce taxes like those, which will be applied only to incomes that reach a certain limit. Such a step may be better accepted by the population in Ukraine. The introduction of higher taxes on luxury goods can also promote progressive taxation. The increase in the tax rate should also be applied to other direct and indirect taxes (for example, excise taxes on alcohol and tobacco). First, VAT and excise taxes are investment friendly. Second, these taxes create fewer distortions in labor supply and production chains. Third, in the Ukrainian context with significant administrative constraints, it is probably easier to enforce VAT because VAT, for example, incentivizes taxpayers to report expenses in order to receive VAT refunds. The National Bank of Ukraine should be the main supervisory body in this area, as the presence of a single regulatory institution not only clearly defines the rules, but also limits bureaucracy and information leaks. For example, the shadow banking sector can be expected to grow and it will be important to have one body to set the rules of the game [3].

In unstable and conflict situations, a large part of the population has no other alternative than informal work in the shadow economy to secure their livelihood. Given the prospect of joining the EU, regulatory efforts should be

made to prevent the widespread spread of shadow employment in Ukraine. Reasons for employment of the population in the shadow economy of Ukraine:

the growth of poverty and economic difficulties in the post-war period will increase the incentives to evade income reporting;

the scale of internal forced migration in Ukraine may cause an increase in the level of shadow employment;

weakening of institutions responsible for solving the problem of employment in the informal sector, as well as changes in priorities for regulation after the war can create a more favorable environment for the shadow economy.

To avoid encouraging job flows into the shadow economy in the post-war recovery, the administrative and tax burden on employment should be as low as possible. A clear link between contributions and social security coverage, particularly pensions and unemployment benefits, is needed to reduce the tax burden on employment in the formal economy [4].

At conferences and in program documents on the post-war reconstruction of Ukraine, special attention is paid to the regulation of such a form of the shadow economy of Ukraine as corruption. The fight against corruption is a common narrative of post-war reconstruction and attempts to promote democracy in Ukraine. However, traditionally, reconstruction aid has historically been used by elites for appropriation purposes and ended up strengthening an uneven system rather than building a sustainable and successful country, despite a wide range of opportunities. In historical perspective, the experience of Western post-war reconstruction efforts shows that too often they have created favorable conditions for corruption among elites in war-torn countries, directly and indirectly, without regulating this phenomenon at all. Analyzing the state of Ukraine's democracy after the start of the war, ambiguous conclusions can be made. The economy is showing improvement after regulation, and at the same time the desire of the current Ukrainian elites to increase their relative power. This phenomenon is explained by the fact that many of the main actors left Ukraine before or during the war, resulting in the weakening of oligarchic groups. Those oligarchic groups that did not flee abroad created new, smaller and nominally pro-European structures. As a result, in the post-war reconstruction of Ukraine, it becomes realistic to finally reach a turning point when corruption can finally be overcome, as there are prospects for Ukraine to join the EU. However, there is also a possibility of a less effective scenario, in which only the relative balance of various anti-reform participants will change, leading to the emergence of a new, more centralized version of corruption that gives a competitive advantage to a smaller circle of people. To combat corruption, the scheme of Western assistance to Ukraine in post-war reconstruction should be based on two key levels: financial flows that direct money to the most economically competitive bidder, rather than to those agents with the best access to political resources, and political the process aimed at the integration of Ukraine into the European Union. Both are interconnected and interdependent, thus both have a significant impact on reducing the level of corruption. There is also a need for an entirely new institution to coordinate and oversee reconstruction efforts in Ukraine (hereafter the Reconstruction Coordination Institute, or RCI). In this case, an exclusively technocratic RCI will become an external key pillar for establishing the right structure of incentives for both Western partners and Kyiv. Institutionalizing relations between Ukraine and Western countries in order to add more channels of interaction can give the impetus needed to distribute money as intended. It would also significantly increase the role of Ukrainian political structures in a system that mostly depended on the political will of Western actors [5].

Directions, tools and regulatory mechanisms for reducing the level of the shadow economy of Ukraine in the post-war period should be characterized by the rational use of scarce financial resources of the state budget and state banks, regulation of tax policy, reduction of the level of corruption, maximization of the attraction of credit and grant assistance from external creditors, regulation of the labor sector, as well as involvement in the financing of funds of the European Union, the International Monetary Fund, the EBRD, another investment funds, etc.

#### **List of references**

1. Артус М. Тіньова економіка та напрями її подолання за умов ринкових відносин. Галицький економічний вісник. 2012. №2(35). — с.5-9

2. Yurchyshyn V. How the world will enter 2023. Economic prospects of recovery of Ukraine. Analytical report. Razumkov Center. MATRA Programme supported by the Embassy of the Kingdom of the Netherlands in Ukraine. January 2023. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2023/03/20/2023-MATRA-I-KVARTAL-ENGL-2-5.pdf>

3. Weder di Mauro B., Rogoff K., Sologoub I., Mylovanov T., Obstfeld M., Johnson S., Guriev S., Gorodnichenko Y., Eichengreen B. Becker T. Post-war macroeconomic framework for Ukraine. Centre for Economic Policy Research. 2023. URL: <https://cepr.org/publications/books-and-reports/post-war-macroeconomic-framework-ukraine>

4. Gorodnichenko Y., Sologoub I., Weder di Mauro B. Rebuilding Ukraine: Principles and policies. PARIS REPORT 1. Centre for Economic Policy Research. 2022. URL: [https://cepr.org/system/files/publication-files/178114-paris\\_report\\_1\\_rebuilding\\_ukraine\\_principles\\_and\\_policies.pdf?fbclid=IwAR3vnBleoCmQnazWYEBHTQ4dTGtswNIN-JEIrCuc2LvP1ypTUisa-PFhpDI#page=60](https://cepr.org/system/files/publication-files/178114-paris_report_1_rebuilding_ukraine_principles_and_policies.pdf?fbclid=IwAR3vnBleoCmQnazWYEBHTQ4dTGtswNIN-JEIrCuc2LvP1ypTUisa-PFhpDI#page=60)

5. Richter, M.M. 'Call the Bluff' or 'Build Back Better'—Anti-corruption reforms in post-war Ukraine. 2023. Global Policy, 14, 611–622. DOI: <https://doi.org/10.1111/1758-5899.13251>

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Забезпечення розвитку зеленого інтелектуального капіталу закладів вищої освіти (ЗВО) як провідників інновацій та форматорів майбутнього інтелектуального потенціалу країни є запорукою сталого розвитку та результативного реформування соціально-економічної системи України. Процеси реформування вітчизняної освітньої галузі обумовлюють необхідність розробки наукових засад та принципів оцінки їх діяльності задля формування комплексу заходів із створення умов для нарощування зеленого інтелектуального капіталу ЗВО.

Враховуючи основні недоліки існуючих інтегральних методів оцінювання інтелектуального капіталу, а саме: суб'єктивність результатів використання методу експертних оцінок, розрахунків на підставі обмеженої кількості чинників, а також представлення чинників різними одиницями виміру було запропоновано застосування методу багатофакторного аналізу – методу головних компонент, який дозволяє усунути вищезазначені недоліки в оцінці та аналізі чинників розвитку та нарощування зеленого інтелектуального капіталу ЗВО.

Метод оцінки розвитку зеленого інтелектуального капіталу (ЗІК) було розроблено з використанням рекомендацій Е. Педро [1], існуючих підходів до його оцінки для промислових підприємств О. Кожушко [2] та підходів до оцінки людського розвитку О. Тутової, а також класифікації складових інтелектуального капіталу за Л. Едвінсоном [3]. Джерелом збору даних для аналізу слугували звіти ректорів закладів, що досліджувались. В наслідок того, що значення вхідних  $i$ -показників певної складової ЗІК окремого ЗВО могли коливатися у відносно великих інтервалах та мати різні одиниці виміру, вони були лінійно нормалізовані А.Херв'є [4] в межах  $[-1, 1]$ :

для чинників-стимуляторів:

$$\tilde{x}_{ia} = 2 \times \frac{x_{ia} - x_i^{min}}{x_i^{max} - x_i^{min}} - 1 \quad (1)$$

та для чинників-дестимуляторів:

$$\tilde{x}_{ia} = 2 \times \frac{x_i^{max} - x_{ia}}{x_i^{max} - x_i^{min}} - 1, \quad (2)$$

де  $\tilde{x}_{ia}$  – нормалізоване значення вхідного  $i$ -показника за а-період спостереження;

$x_{ia}$  – базове значення вхідного  $i$ -показника за а-період спостереження;

$x_i^{max}$ ,  $x_i^{min}$  – відповідно максимальне та мінімальне значення  $i$ -го показника за всі періоди спостереження.

Далі з використанням статистичного програмного продукту Statistica проводиться факторний аналіз методом головних компонент. За його результатами вхідні  $i$ -показники перетворенні в нові  $iy$ -показники з різними факторними навантаженнями за  $y$ -чинниками. В рамках певної  $m$ -складової ЗІК на підставі максимальних факторних навантажень для кожного  $iy$ -показника розраховувалася його ваговий коефіцієнт:

$$d_{iym} = \frac{f_{iym} \times Var_{iym}}{\sum f_{iym} \times Var_{iym}} \quad (3)$$

де  $d_{iym}$  – ваговий коефіцієнт вхідного  $i$ -го показника з максимальним значенням факторного навантаження, який увійшов в  $y$ -чинник (головну компоненту)  $m$ -складової ЗІК,  $i = \overline{1, n}$ ,  $\sum d_{iym} = 1$ , де  $n$  – вхідних  $i$ -показників  $m$ -складової ЗІК;

$f_{iy}$  – максимальне значення факторного навантаження вхідного  $i$ -показника, який увійшов в  $y$ -чинник (головну компоненту);

$Var_{iy}$  – частки загальної дисперсії  $y$ -чинника (головної компоненти), який згрупував вхідні  $i$ -показники  $m$ -складової ЗІК з факторними навантаженнями більше 0,7 (з сильним кореляційним зв'язком за критерієм Пірсона).

Щорічні значення інтегрального показника розвитку окремої  $m$ -складової ЗІК ЗВО передбачають визначення індикаторів для  $iy$ -показників (для вхідних  $i$ -показників, що згруповані за  $y$ -чинниками з факторними навантаженнями більше 0,7):

$$d_{iyL} \times L_{i \text{ норм}} \quad (4)$$

$$d_{iyB} \times B_{i \text{ норм}} \quad (5)$$

$$d_{iyO} \times O_{i \text{ норм}}, \quad (6)$$

де  $d_{iyL}$ ,  $d_{iyB}$ ,  $d_{iyO}$  – відповідно вага  $iy$ -показника клієнтської, людської та інноваційної  $m$ -складової ЗІК,  $i = \overline{1, n}$ , де  $n$  – кількість  $i$ -показників, що використовуються для оцінки  $m$ -складової ЗІК ( $\sum d_{iy} = 1$ );

$L_{i \text{ норм}}$ ,  $B_{i \text{ норм}}$ ,  $O_{i \text{ норм}}$  – нормалізовані значення вхідних  $i$ -показників відповідно зеленого людського капіталу, зеленого капіталу відносин та зеленого організаційного капіталу (інформаційного, інноваційного, процесного) в межах  $[-1, 1]$ .

При нормалізації вхідних  $i$ -показників деякі з них набули нульового значення, тому з метою запобігання отримання нульових значень інтегральних індикаторів  $i$ -показників та, як наслідок, самого інтегрального показника розвитку та захисту окремої  $m$ -складової ЗІК для їх розрахунків було використано нормовану адитивну згортку. Враховуючи зазначене щорічна оцінка інтегрального показника для окремої  $m$ -складової ЗІК певного ЗВО здійснювалася в межах  $[-1,1]$  за формулами:

$$I_L = \sum_{i=1}^n d_{i_{yL}} \times L_{i \text{ норм}} \quad (7)$$

$$I_B = \sum_{i=1}^n d_{i_{yB}} \times B_{i \text{ норм}} \quad (8)$$

$$I_O = \sum_{i=1}^n d_{i_{yO}} \times O_{i \text{ норм}} \quad (9)$$

де  $I_L, I_B, I_O$  – відповідно інтегральні показники розвитку складової ЗІК за певний період для окремого ЗВО ( $-1 \leq I_m \leq 1$ ).

З метою визначення інтегрального показника розвитку ЗІК в цілому за роками спостереження отримані дані про рівня розвитку складових ЗІК (інтегральні показники без нормалізації) підлягають факторному аналізу методом головних компонент та перетворюються в нові  $mz$ -показники. Для кожного  $mz$ -показника (інтегральних показників  $I_L, I_B$  та  $I_O$ , що згруповані за  $z$ -компонентами з факторними навантаженнями більше 0,7) розраховується його ваговий коефіцієнт:

$$d_{zm} = \frac{f_{zm} \times Var_{zm}}{\sum f_{zm} \times Var_{zm}} \quad (10)$$

де  $d_{zm}$  – вага інтегрального показника  $m$ -складової ЗІК з максимальним значенням факторного навантаження, який увійшов в  $z$ -чинник (головну компоненту), де  $m = \overline{1,3}$  – індекс складової ЗІК ( $\sum d_{zm} = 1$ );

$f_{zm}$  – максимальне значення факторного навантаження інтегрального показника  $m$ -складової ЗІК, який увійшов в  $z$ -чинник (головну компоненту);

$Var_{zm}$  – частки загальної дисперсії  $z$ -чинника (головної компоненти), який згрупував інтегральні показники  $m$ -складової ЗІК з факторними навантаженнями більше 0,7.

Розрахунок річних значень інтегрального показника ЗІК для кожного ЗВО передбачали визначення індикаторів за відповідний період спостереження:

$$d_{zL} \times I_L \quad (11)$$

$$d_{zB} \times I_B \quad (12)$$

$$d_{zO} \times I_O, \quad (13)$$

де  $d_{zL}, d_{zB}, d_{zO}$  – відповідно ваговий коефіцієнт  $mz$ -показника або інтегрального показника  $m$ -складової ЗІК ( $\sum d_{zm} = 1$ );

$I_L, I_B, I_O$  – інтегральні показники відповідно зеленого людського капіталу, зеленого капіталу відносин та зеленого організаційного капіталу за роками спостереження ( $-1 \leq I_m \leq 1$ ).

Враховуючи річні значення індикаторів за складовими ЗІК річна оцінка інтегрального його показника для певного ЗВО ( $I_{зІК}$ ) здійснювалася в межах  $[-1,1]$  за нормованою адитивною згорткою:

$$I_{зІК} = d_{zL} \times I_L + d_{zB} \times I_B + d_{zO} \times I_O = \sum d_{zm} \times I_m \quad (14).$$

Використання адитивної згортки базується на результатах чисельного моделювання вихідних ефектів, за якими подібність адитивної та мультиплікативної згорток проявляється, коли стає неможливою миттєва зміна вихідного ефекту відповідно до зміни вхідних ресурсів, тобто коли крок інтегрування стає меншим за час, який необхідний для зміни вихідного ефекту відповідно до вхідного ресурсу [5]. Саме такими тенденціями характеризується вплив чинників на рівень розвитку ЗІК.

Діапазон характерних значень інтегрального показника розвитку ЗІК в цілому та його складових для окремого ЗВО прийнято відповідно до особливостей нормалізації вхідних  $i$ -показників в межах  $[-1, 1]$ . Рівень розвитку ЗІК за певний період має відносний характер, оскільки значення інтегрального показника (індикаторів) відображає відносні зміни між періодами спостереження [6]. При зміні періоду спостереження інтервал значень показників за певний рік та відносна оцінка також змінюються.

### Список літератури

1. Pedro Eu., Leitão J. & Alves H. (2018). Intellectual capital and performance: Taxonomy of components and multi-dimensional analysis axes. Journal of Intellectual Capital, Vol. 19 Issue: 2, pp.407-452. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0118>.
2. Kozhushko, O. (2011). Ekonomichne modeliuвання rivnia zakhystu intelektualnogo kapitalu promyslovykh [Economic design of level of defence of intellectual capital of industrial enterprise]. Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seriya Ekonomichni nauky [Announcer of the Zhytomyr state technological university. Series are Economic sciences]. Vol. №3(57). Retrieved from [https://doi.org/10.26642/jen-2011-3\(57\)-254-257](https://doi.org/10.26642/jen-2011-3(57)-254-257).
3. Edvinsson L. & Maloni M. (1997). Intellectual Capital: relizing your company's true value by finding its hidden brainpower (1 st ed.). HarperBusiness.
4. Herv'e Abdi.(2010) Normalizing Data. In Neil Salkind (Ed.), Encyclopedia of Research Design.Thousand Oaks, CA: Sage. Retrieved from <https://www.utdallas.edu/~herve/abdi-Normalizing2010-pretty>.
5. Chevchenko V.L. (2014). Якісна схожість згорток в математичних моделях процесів розвитку складних систем. Телекомунікаційні та інформаційні технології. – 2014. – №3. С.32.

6. Хаустова Є. Б. Поняття інтелектуального капіталу та його складові для вищого навчального закладу (ВНЗ) [Текст] / Є. Б. Хаустова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. "Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України", 2 жовтня 2015 р. - 2015. - Спец. вип. : Серія "Економічні науки". - С. 384-395. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/809>

УДК 330

П. Пузирьова, О. Покальчук

[puzyrova@ukr.net](mailto:puzyrova@ukr.net)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО КОНТЕКСТУ**

За останнє десятиліття в Україні відбулися значущі зміни на страховому ринку, що свідчить стрімкий розвиток та позитивна динаміка. Серед основних позитивних зрушень у фокусі міжнародного та національного контексту слід відзначити [1; 2]:

1. Зростання сум акумульованих страхових платежів: стабільне зростання сум акумульованих страхових платежів у 2,36 рази свідчить про збільшення обсягу страхових угод та популярність страхових продуктів серед населення та підприємств.

2. Збільшення страхових резервів: зростання страхових резервів у 2,91 рази свідчить про збільшення фінансової стабільності страхових компаній, що може бути результатом покращення стратегій управління ризиками та дотримання страховиками високих стандартів фінансової стійкості.

3. Зростання виплат: збільшення виплат у 2,13 рази може свідчити про покращення страхового обслуговування та розширення покриття страхових подій. Це може призводити до більшої довіри споживачів до страхових компаній.

Такі позитивні тенденції можуть бути драйверами розвитку страхового ринку в Україні в подальшому. Важливо відзначити, що такі зміни можуть бути також результатом реформ в галузі страхування, поліпшення законодавства, а також розвитку економіки та зростання фінансової грамотності населення [3].

Для більш точної оцінки та розуміння цих тенденцій слід додатково проаналізувати чинники, що впливають на страховий ринок, такі як інновації, конкуренція, зміни в регулюючому середовищі та інші важливі аспекти.

Зростання глобальних страхових премій свідчить не лише про зростання обсягів економіки, але і про те, що люди та компанії все більше усвідомлюють ризики, пов'язані з різноманітними аспектами життя та бізнесу. Природні катастрофи та пандемії, як COVID-19, наголошують на необхідності страхового захисту від непередбачуваних подій. Збитки від таких подій можуть суттєво впливати на фінансову стабільність індивідів та компаній [4; 6].

Захист від цивілізаційних ризиків стає ключовим аспектом фінансового планування, і страхові компанії грають важливу роль у наданні цього захисту. Зростання обсягів страхових премій може також вказувати на те, що люди стають більш освіченими та відповідальними щодо своєї фінансової безпеки [5; 7].

Серед основних інноваційних стратегій формування та розвитку конкурентоспроможної діяльності страхових компаній у сфері міжнародного та національного контексту відносять [1-4]:

- клієнто-орієнтованість – розвиток стратегій, що спрямовані на задоволення потреб і очікувань клієнтів. Розуміння їхніх потреб і вигід для їхніх послуг дозволить привертати нових клієнтів та утримувати існуючих. Необхідне застосування інструментів відгуку клієнтів для постійного вдосконалення сервісу та пристосування до змінних потреб;

- прозорість і довіра - забезпечення прозорості в управлінні фінансами та обліком, що допоможе збільшити довіру як соціального партнера, так і клієнтів. Необхідне впровадження ефективних комунікаційних стратегій для пояснення умов страхування та інших аспектів роботи компанії;

- платоспроможність страховиків – відбувається постійний моніторинг фінансового стану компанії та забезпечення належних стандартів платоспроможності. Необхідний розвиток стратегії ризик-менеджменту для зменшення можливостей фінансових втрат;

- захист прав споживачів - впровадження і ефективне здійснення політики захисту прав клієнтів. Необхідне навчання працівників компанії щодо етичних аспектів та важливості дотримання прав клієнтів;

- використання технологій – використання інноваційних технологій для покращення процесів управління, оцінки ризиків та забезпечення якості обслуговування. Необхідність впровадження цифрових рішень для зручності клієнтів;

- вивчення досвіду інших країн – аналіз кращих практик і досвіду ведення страхового бізнесу в розвинених країнах. Необхідно впроваджувати успішні стратегії та адаптувати їх під власні умови;

– партнерство і співпраця – укладання стратегічних партнерських угод, які можуть допомогти розширити асортимент послуг та збільшити конкурентоспроможність [5-7].

Таким чином, ці стратегії мають сприяти розв'язанню зазначених проблем та підвищенню ефективності управління страховою компанією.

Серед основних кроків та взаємозв'язків між бізнес-процесами в страхових компаніях слід виділити наступні:

1. Підбір ризиків та актуаріальний аналіз: ідентифікація потенційних ризиків, які можуть виникнути для клієнтів. Актуаріальний аналіз ризиків для визначення страхових тарифів.

2. Оформлення полісів: процес укладення угод між страховиком і клієнтом. Визначення умов та обсягу страхового покриття.

3. Управління страховими виплатами: обробка та вирішення страхових випадків. Виплата страхових сум у разі настання страхового випадку.

4. Клієнтське обслуговування: забезпечення інформації та консультацій клієнтам. Розробка та пропозиція нових страхових продуктів.

5. Фінансовий моніторинг: контроль фінансової стійкості компанії. Аналіз рентабельності різних видів страхування.

Ці бізнес-процеси спрямовані на досягнення цілей максимального задоволення потреб клієнтів, забезпечення платоспроможності компанії та досягнення рентабельності в сфері страхування. Це може включати також елементи стратегічного планування, маркетингу та розвитку нових продуктів для підтримки стійкого розвитку страхової компанії [5-7].

Якщо говорити про конкурентоспроможність страхових компаній, інновації тут можуть виявитися ключовим елементом успіху. Зокрема, важливо розглядати технологічні та стратегічні підходи.

1. Цифрові технології: Розробка зручних мобільних додатків для клієнтів, що дозволяють швидко оформляти поліси та подавати заявки. Використання штучного інтелекту для аналізу ризиків та визначення більш точних тарифів.

2. Страхування на основі даних: Використання великих даних для аналізу та передбачення тенденцій у страховому ринку. Персоналізоване страхування на основі індивідуального страхового профілю клієнта.

3. Стратегії ризик-менеджменту: Розвиток програм з попередження страхових випадків, наприклад, систем моніторингу для автоматичного виявлення потенційних ризиків.

4. Глобальний ринок: Розширення міжнародної присутності через партнерства та стратегічні союзи з іншими страховими компаніями.

5. Сталі інновації: Спрямування на довгострокові ініціативи, такі як розробка нових видів страхування або впровадження новітніх методів врегулювання збитків.

Загалом, успішна стратегія буде поєднанням гнучкості, технологічного вдосконалення та глибокого розуміння потреб клієнтів у різних країнах. Диверсифікація послуг, покращення комунікації та використання цифрових технологій можуть підвищити ефективність страхових компаній. Це також дозволить їм краще задовольняти потреби клієнтів та легше взаємодіяти з учасниками страхового процесу.

Отже, вектор трансформаційних змін на страховому ринку повинен бути спрямований, передусім на підвищення конкурентоспроможності страхових компаній завдяки диверсифікації страхових послуг, налагодженню дієвих комунікаційних зв'язків між учасниками страхового процесу, широкому використанню цифрових технологій у страховому процесі [1-7].

### Список літератури

1. Гарасимлюк, М. В., Запишна. А. С. Формування інноваційної стратегії розвитку підприємств. Регіональна економіка 2022, №3. С. 118-125.

2. Заволока Л.О., Колеснік Є.О., Сіліна І.С. Інновації на ринку страхових послуг. Економіка та управління підприємствами. Випуск 19. 2018. С. 195-200.

3. Галушак В.В. Інновації як чинник підвищення ефективності страхової діяльності. Причорноморські економічні студії. Випуск 46-2. 2019. С. 53-58.

4. Віленчук О.М. Інноваційні стратегії управління діяльністю страхових компаній: міжнародний та національний контексти. Вісник ХДУ Серія Економічні науки, № 41 (2021). С. 65-70.

5. Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2014. - 318 с.

6. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022. – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.

7. Пузирьова П. В. Актуальні аспекти забезпечення технологічної конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах [Електронний ресурс] / П. В. Пузирьова // Ефективна економіка. – 2014. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3365>

8. Пузирьова П. В. Актуальні аспекти менеджменту організації страхового бізнесу / П. В. Пузирьова, Ю. Г. Ковальська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 3 (130). – С. 100-103.

## НЕОБХІДНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРОВАНІХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Постійний розвиток інновацій грає ключову роль у сучасному економічному середовищі. Впровадження нових технологій, підтримка досліджень і розвиток інтелектуального потенціалу сприяють підвищенню конкурентоспроможності та стійкості економіки [1; 5].

Так, поступове підвищення рівня інноваційності економіки вимагає системного підходу та використання різних інструментів для ефективного впливу на науково-технічний, інноваційний та інтелектуальний потенціал інтегрованих структур бізнесу. До ключових напрямків, які можуть сприяти цьому процесу належать [2; 6]:

1. Навчання та освіта: розвиток наукового та технічного навчання (забезпечення якісної освіти в галузі науки та техніки); стимулювання інженерної та наукової активності (надання інцентивів для обрання кар'єри в науці та інженерії).

2. Дослідження та розвиток: фінансування наукових досліджень (забезпечення належного фінансування для наукових проєктів та досліджень); створення інноваційних центрів (розбудова інноваційних екосистем та центрів для сприяння співпраці між наукою та бізнесом).

3. Створення сприятливого бізнес-середовища: підтримка інноваційних підприємств (забезпечення фінансової та правової підтримки для інноваційних стартапів та компаній); податкові стимули для досліджень і розробок (надання податкових пільг для компаній, що вкладають у наукові дослідження та розвиток).

4. Міжнародна співпраця: обмін інноваційними ідеями (залучення до міжнародних проєктів та спільних досліджень); трансфер технологій (сприяння обміну та передачі технологій між країнами).

5. Регулююча політика: створення ефективного законодавства (розробка законодавчого середовища, яке сприяє інноваціям та захищає права інтелектуальної власності); сприяння конкуренції (забезпечення конкуренції на ринку для стимулювання інновацій та підвищення якості продуктів і послуг) [1-6].

Ці заходи разом можуть створити сприятливий клімат для розвитку інновацій та використання науково-технічного, інноваційного та інтелектуального потенціалу інтегрованих структур бізнесу.

Так, інтеграція різних господарюючих суб'єктів може стати справжнім каталізатором для досягнення великих результатів в інноваційній діяльності. Взаємодія між підприємствами, науково-дослідними установами та іншими організаціями сприяє обміну знаннями та ресурсами, що в свою чергу може призвести до більш ефективного використання інтелектуальних здібностей [1; 3; 5].

Нові організаційні форми також важливі, оскільки вони можуть бути спеціально адаптованими для стимулювання творчості, інновацій та швидкого реагування на зміни. Наприклад, підприємства, орієнтовані на постійне удосконалення техніко-технологічної бази, можуть мати конкурентну перевагу в швидкозмінному світі.

Так, інтегрування господарюючих суб'єктів та впровадження нових організаційних форм несуть фундаментальні аспекти сучасної інноваційної діяльності [2; 4; 6].

Необхідність та значення інтегрованих структур бізнесу в умовах інноваційної економіки проявляється в наступному:

Кластеризація та кластерні ініціативи – співпраця різних компаній, установ, та дослідницьких організацій у вигляді кластерів може сприяти обміну інформацією, ресурсами та експертизою, що дозволяє ефективніше вирішувати загальні завдання та спільно використовувати інноваційні ресурси [1-6].

Інклюзивні бізнес-моделі – виникають нові організаційні форми, такі як інноваційні лабораторії, стартап-інкубатори та технологічні хаби, які створюють сприятливе середовище для розвитку новаторських ідей та технологій [2-5].

Створення партнерств – співпраця між приватними компаніями, державними установами та вищими навчальними закладами може сприяти обміну знаннями та ресурсами, що сприяє інноваційному розвитку [3-6].

Використання людських ресурсів – організації стають більш орієнтованими на розвиток та використання інтелектуальних здібностей своїх працівників. Запровадження систем навчання, стимулювання креативності та інновацій може підтримати постійне удосконалення технічної та технологічної бази.

Глобальні інноваційні мережі – у світі зростає важливість міжнародної співпраці в інноваційній сфері. Глобальні мережі дозволяють об'єднувати талановиті індивіди та компанії з різних країн для спільної розробки нових технологій.

Ці підходи спрямовані на створення екосистеми, де інновації мають всі шанси успішного розвитку в результаті спільних зусиль та обміну ресурсами [1-6].



Важливість та необхідність існування інтегрованих структур бізнесу в умовах інноваційної економіки для забезпечення інноваційного розвитку та адаптації до змін в економічній системі описується такими характеристиками:

- інтегровані структури та інноваційна активність (інтегрованість, інноваційна активність);
- органічна єдність технологічного та організаційно-економічного розвитку (органічна єдність, технологічний розвиток, організаційно-економічний розвиток);
- реагування на динамізм економічної системи (гнучкість та адаптабельність, швидкість реакції);
- перспективи для досягнення цілей (інноваційна конкурентоспроможність, стійкість у довгостроковій перспективі).

Отже, інтегровані структури бізнесу можуть служити ефективним інструментом для досягнення інноваційної активності та стійкого розвитку в умовах мінливого економічного оточення [1-6].

Так, вивчення нових типів інтегрованих формувань та їх впливу на інноваційний розвиток економіки є важливим напрямком досліджень, де інтегровані формування включають в себе різні види бізнес-структур, такі як консорціуми, альянси, стратегічні партнерства та інші форми співпраці між підприємствами. При цьому особливу увагу займають:

1. Інноваційний потенціал – як оцінка здатності інтегрованих формувань до сприяння інноваційному розвитку (аналіз їхньої здатності до спільної науково-дослідницької роботи, обміну технологічними знаннями та інноваційними рішеннями).

2. Ефективність виробництва – вивчення впливу інтегрованих структур на ефективність виробництва (оцінка оптимізації виробничих процесів, виробничої логістики та забезпечення якості).

3. Економічний вплив – дослідження економічного впливу інтегрованих формувань на макроекономічний розвиток (аналіз внеску таких структур у створення робочих місць, збільшення обсягів виробництва та збільшення ВВП).

4. Чинники успіху та ризику – вивчення чинників, які сприяють успішному функціонуванню інтегрованих формувань, а також ідентифікація можливих ризиків, таких як конфлікти інтересів, технологічні невдачі тощо.

5. Стратегії розвитку – розробка рекомендацій щодо стратегій розвитку інтегрованих формувань для сприяння інноваційному розвитку економіки.

Ці дослідження можуть вносити вагомий вклад у розвиток бізнес-стратегій, політики управління та підтримки інновацій в економіці.

#### Література

1. Olshanska O. V. The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation = Інноваційний потенціал інтегрованих структур бізнесу: теоретико-методичний базис оцінювання та реалізації [Текст] / О. В. Olshanska, Р. В. Пузырова // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.

2. Olshanska O. The mechanism of public financial support for stimulation of innovation in integrated clusters / О. Olshanska, Р. Пузырова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 10 (245). – С. 32-40.

3. Фінансово-інвестиційні детермінанти регіонального розвитку: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг.ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2012. - 393 с.

4. Механізм фінансової підтримки малого підприємництва: зарубіжний досвід та вітчизняна практика [Електронний ресурс] : монографія / О. В. Чернявська, Т. С. Юрко. - Електрон. текст. дані. - Полтава : ПУЕТ, 2018.

5. Puzyrova P. The algorithm for constructing a decomposition matrix of innovative risks: the degree of their influence on innovation potential for integrated business structures in dynamic conditions of modern development / P. Puzyrova // Innovations and prospects of world science : proceedings of V International scientific and practical conference, Vancouver, Canada, 29-31 December 2021. – Perfect Publishing, Vancouver, Canada, 2021. – P. 845-852.

6. Puzyrova P. The financial risks of innovative activities of integrated business structures: modern aspects of reduction and neutralization / P. Puzyrova // Modern directions of scientific research development : proceedings of VII International scientific and practical conference, Chicago, USA, 22-24 December 2021. – BoScience Publisher, Chicago, USA, 2021. – P. 715-721.

7. Пузырьова П. В. Основні фактори впливу на процес формування та розвитку інноваційного потенціалу інтегрованих структур бізнесу / П. В. Пузырьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2020. – № 10 (233). – С. 72-81.

8. Пузырьова П. В. Теоретико-методичні аспекти оцінювання інноваційного потенціалу як інтегрованої системи інноваційного розвитку підприємства / П. В. Пузырьова // Advancing in research and education : abstracts of XII International scientific and practical conference, La Rochelle, France, December 07-10, 2020. – International Science Group, La Rochelle, France, 2020. – P. 116-122.

## ВПЛИВ ЕМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ З УКРАЇНИ НА СТАН НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Від початку повномасштабної війни з України виїхало близько 30 % населення, серед яких переважна більшість жінки з дітьми та чоловіки похилого віку. Також, спричинені війною катастрофічні збитки проявляються у знищенні багатьох об'єктів критичної інфраструктури, порушенні їх функціонування та масових руйнувань цивільних об'єктів. Таким чином, все це прискорило та підсилило процес міграції населення України до більш безпечних регіонів, як в середині країни, так і за її межами. У свою чергу, масовий виїзд населення призвів до збільшення розриву в освітньому, культурному, соціально-економічному розвитку України.

Відповідно до офіційних даних, від початку повномасштабного вторгнення РФ кількість населення України зменшилася на 7,7 млн осіб, і негативне сальдо в 2023 році може сягнути 15 млн осіб. За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, станом на кінець 2022 р. 7 891 977 українців були змушені покинути Україну [1]. Найбільше мігрантів прийняли європейські сусідні держави. До десятки країн котрі прийняли найбільше біженців входять: Польща (близько 1,5 млн), Німеччина (1 млн), Чехія (455 тис.), Італія (170 тис.), Іспанія (150 тис.), Туреччина та Велика Британія (140 тис.), Франція (118 тис.), Словаччина (100 тис.), Австрія та Румунія (88 тис.) [2].

Біженцям надано доступ на ринки праці ЄС та можливості соціальної інтеграції. За даними польських джерел, українські біженці в Польщі сплатили податків на понад 2 млрд євро від початку повномасштабного вторгнення, що втричі перевищує витрати на допомогу переселенцям [3]. В очікуванні нової хвилі міграції восени 2022 р. Польща приготувала додатково 100 тис. місць у пунктах прийому для українців, а ринок праці наприкінці осені містив близько 4 тис. вакансій для українців.

Динаміка міграційних процесів до європейських країн вказує на зміну пріоритетів у виборі країн тимчасового проживання. За даними Європейського статистичного бюро (Eurostat), у вересні 2022 р. Польща прихистила на 13 735 осіб менше порівняно із серпнем того ж року [4]. Також суттєво зменшилася кількість громадян України, які шукали тимчасового захисту у Франції та Німеччині. Водночас в Ірландії, Данії та на Кіпрі українців значно побільшало [5].

За результатами дослідження, яке проводив “Центр економічних стратегій”, на запитання: “Які фактори вплинуть на рішення повернутися в Україну?”, люди найчастіше вказували: остаточне закінчення війни (51 %); припинення повітряних ударів (34 %); добре оплачувана робота (27,2 %) [6].

За даними вітчизняних соціологічних опитувань, 33 % респондентів мають намір повернутися після припинення обстрілів; 35 % – відразу після того, як закінчиться війна; 13 % – через декілька років після закінчення війни; 9 % – після того, як будуть впевнені, що знайдуть роботу; 11 % опитаних планують повернутися найближчим часом, а ще 7 % узагалі не планують повертатися в Україну [7].

Мільйони українців, виїхавши за кордон, починали розраховуватися там українськими банківськими картками, що призвело до масштабного відпливу національної валюти і стало серйозним викликом для фінансової системи України. Державі вдалося втримати ситуацію під контролем вживши жорстких, але дієвих валютних обмежень. Однак, у 2022 році, українські золотовалютні резерви зменшилися на понад 28 млрд доларів. У 2023 році, оскільки більшість біженців починає інтегруватися в суспільство, знаходять роботу, отримують соціальні виплати в прихистивших їх країнах, а також великої кількості нових біженців не очікується, можна припустити, що потік коштів з України зменшуватиметься. Проте, українці за кордоном ще довго тиснутимуть на національний валютний ринок, адже певна частка емігрантів мають віддалену роботу в українських компаніях і відповідно, відплив коштів за кордон не зникне повністю.

Виїзд мільйонів українців за кордон вплинув не лише на фінансову стабільність. Набагато суттєвіше від міграційної хвилі постраждали ринок праці, споживання та виробництво, а отже і валовий внутрішній продукт.

До війни, основним фактором розвитку національної економіки був споживчий попит. Попит стимулював виробництво товарів, заробітки компаніям, створення нових робочих місць та зростання рівня життя. На даний момент, вимушена міграція негативно впливає на сукупний попит, наприклад, мігранти, що продовжують за кордоном працювати в українських компаніях витрачають свої поточні заробітки та заощадження не в Україні, а за кордоном.

На даний момент, очевидно, що від'їзд значної частини платоспроможного населення та молоді негативно впливатиме на темпи розвитку ВВП в майбутньому. Довгострокове економічне зростання стане неможливим без повернення людей на Батьківщину. У післявоєнний період, в Україну вкладатимуть дуже суттєві інвестиції. Зокрема, тринадцять країн вже погодилися та понад п'ятнадцять країн роздумують, над наданням допомоги у відновленні регіонів, областей, громад [8]. Не зважаючи на таку вагомую допомогу, ми можемо зіткнутися з проблемою, що партнерські кошти просто не буде кому освоювати. З часом проблема

буде лише посилюватись, зважаючи на те, що лівова частка вимушених переселенців за межі країни – діти. Після закінчення війни, пріоритетним завданням уряду має стати повернення платоспроможного населення, у першу чергу – молоді, адже нас очікує справжня демографічна катастрофа. Країна не зможе функціонувати за умов нестачі працюючого населення, з одного боку, та невідповідною кількістю пенсіонерів, – з іншого.

Повернення мігрантів потребуватиме роботи держави у багатьох напрямках, – від економічного до безпекового.

Чимало українців виїхали за кордон у зв'язку з руйнуванням їх житла, тому житлова політика має бути однією з ключових напрямків зосередження ресурсів. Очевидно що відбудувати за рік, а то й два держава не зможе, на повне відновлення знадобляться десятки років. Проте можна вжити альтернативних кроків, наприклад, як вже започаткована урядом програма “єОселя”. Щоправда, наразі, вона доступна лише для військовослужбовців, медиків, науково-педагогічних працівників та учителів. Дана програма дає змогу взяти кредит на купівлю житла під 3 % річних терміном на 20 років.

Іншою вагомою складовою політики повернення українців з-за кордону є добре оплачувана робота. Ця проблема з часом вирішиться природним чином, адже брак робочої сили після війни змушуватиме роботодавців до підвищення заробітних плат. Однак, державі потрібно буде стимулювати найм працівників, шляхом або зниження податків до фонду оплати праці, або шукати альтернативні пропозиції для роботодавців.

На тлі масової міграції перед державою постають низка викликів, для боротьби з якими має бути сформована ефективна економічна політика. Під час воєнного стану, та щонайменше декілька років після закінчення війни пріоритетами для уряду мають стати забезпечення першочергових потреб населення ( житло, вода, їжа, паливо ) та створення умов для повернення вимушених переселенців додому.

Регулюючий вплив має бути спрямований на відновлення реального сектору економіки, регулювання інфляції, оптимізацію бюджетних видатків, регулювання боргового навантаження на економіку та бюджетного дефіциту, збалансування доходної та видаткової частин державного бюджету, стимулювання інновацій, активізацію інвестиційної діяльності, стимулювання зайнятості, боротьба з бідністю та забезпечення принаймі нескорочення рівня реальних доходів населення [9].

Головним орієнтиром державної соціальної політики має стати повернення економічно активного населення та молоді до України шляхом створення безпечних та економічно, соціально й екологічно прийнятних умов життя.

#### Список літератури

1. Ситуація з біженцями в Україні / портал оперативних даних про біженців УВКБ ООН. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>
2. В яких країнах Європи найбільше українських біженців. Слово і діло. 2022. 08 лист. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/yakux-krayinax-yevropy-najbilshe-ukrayinskyxbizhencziv>.
3. Біженці з України сплатили податків у Польщі на 2 мільйони євро. Це утричі більше ніж країна витрачає на біженців. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2022/11/07/95169342> .
4. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
5. Українських біженців стало менше в Польщі, Німеччині та Франції і побільшало в Ірландії, Данії та на Кіпрі. Дзеркало тижня. URL: <https://zn.ua/ukr/WORLD/ukrajinskikh-bizhentsiv-stalo-menshe-v-polshchi-nimechchini-ta-frantsiji-i-pobilshalo-v-irlandiji-daniji-ta-na-kipri.html>.
6. Опитування “Центр економічної стратегії”, дослідницька агенція Info Sapiens. URL: <https://ces.org.ua/shcho-stymulyuvatyme-ukrayins%CA%B9kykh-bizhentsiv-povernutysya-dodomu>
7. Пищуліна О., Юрчишин В., Маркевич К., Міщенко М., Добровольський Д. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. Центр Разумкова, 2022 : С. 227-228.
8. Післявоєнне відновлення України: які країни взяли шефство над містами та областями. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/03/01/infografika/suspilstvo/pislyavoyenne-vidnovlennya-ukrayiny-yaki-krayiny-vzyaly-shefstvo-nad-mistamy-ta-oblastyamy>.
9. Олешко, А. А., Будякова, О. Ю., & Квас, В. О. (2022). Регулююча роль держави у відновленні національної економіки. *Економіка та держава*.

## ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ ТА БІЗНЕСУ В РЕАЛІЯХ ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ

Технологічні зміни внесли серйозні корективи як у формування глобальної економічної системи, так й в економіку окремих ринків та підприємств. Організації всіх типів та розмірів вже сьогодні покладаються на цифрові або інформаційно-комунікаційні технології, щоб залишитися конкурентоспроможними. Через важливість та розповсюдженість інформаційно-комунікаційних технологій бізнес-лідери повинні бути в змозі управляти цифровими ресурсами та інфраструктурою. Однак, незважаючи на те що багато організацій вже включилися в «цифрову гонку», не всі розуміють, як вбудуватися в нову цифрову реальність.

На сьогоднішній день темпи цифровізації в Україні дуже високі. Тому цифрова економіка повинна розвиватись більш високими темпами, ніж в інших країнах, і статистика останніх років це тільки підтверджує. Однак, людський чинник надає не тільки сприяння, але й створює ряд складнощів цифровий трансформації соціально-економічних систем.

Складність перша – критична нестача компетентних фахівців.

Головний навик фахівців з цифрової трансформації – це постійне оновлення знань і інструментів, lifelong learning. Жодна технологія, тим більше цифрова, не живе вічно. Актуальну фундаментальну освіту плюс здатність швидко переучуватися і нарощувати свої професійні компетенції – основні чинники успіху в епоху digital [1].

Для підготовки компетентних фахівців, які дотримуються lifelong learning, деякі сучасні компанії розробляють та впроваджують онлайн курси, зокрема українська компанія Genesis створила Genesis Academy та пропонує Освітні можливості від кофаундингової ІТ-компанії.

Genesis Academy навчає не лише набору інструментів, а й продуктового підходу, який не застаріває. В основі освітніх програм – реальний досвід запуску й масштабування технологічних продуктів на глобальному ринку.

За 7 років освітніх проєктів Genesis реалізував:

- 118000 реєстрацій на заходи;
- 1600+учасників довгострокових програм;
- 390 працевлаштованих в Genesis або партнерських компаніях;
- 16 випускників-спеціалістів топ рівня;
- 3 випускники заснували бізнеси в Genesis.

Під час навчання здобуваються компетенції, що будуть актуальні навіть через десять років. Розвивається продуктове мислення, аби бачити не окремі елементи, а комплексну картину функціонування ІТ-продукту.

Genesis Academy – це екосистема освітніх можливостей у різних сферах продуктового ІТ-бізнесу [2].

Компанія SoftServe пропонує навчання та сертифікацію через онлайн ІТ курси. SoftServe переконана, що суперсила кожного полягає в бажанні багато, старанно та швидко вчитись. SoftServe Університет пропонує ІТ курси по напрямкам:

- Основи штучного інтелекту (ШІ);
- Основи робототехніки: побудова робомобіля;
- Розробка без коду в MS Power Platform;
- Devops internship;
- Професійних коучингових навиків;
- Практичні програмування.

SoftServe – це велика ІТ-компанія, що спеціалізується на розробці програмного забезпечення та наданні ІТ-послуг. Принципи роботи SoftServe включають:

1. Інновації та технологічний лідерство: Компанія вкладає значні зусилля в дослідження та впровадження новітніх технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн та інші, для створення інноваційних рішень для своїх клієнтів.

2. Клієнтська спрямованість: Компанія співпрацює з клієнтами на всіх етапах проєкту, починаючи від консультацій та стратегічного планування, аж до розробки, впровадження та підтримки рішень.

3. Командна робота та співпраця: Компанія створює команди з різними технічними експертизами, що сприяє обміну знаннями та взаємодії між співробітниками.

4. Постійне навчання та розвиток: Компанія надає можливості для навчання, сертифікації та участі в проєктах, що допомагає розширити навички та знання своїх працівників. Це дозволяє SoftServe залучати нових людей до себе у компанію [3].

Компанія Ciklum – на додаток до розробки програмного забезпечення, також пропонує послуги ІТ-консалтингу. Принципи роботи Ciklum як ІТ-консалтингової компанії включають:

1. Бізнес-орієнтованість: Компанія співпрацює з клієнтами для визначення їхніх бізнес-цілей, потреб і викликів. Вони надають консультаційні послуги з метою розробки та впровадження стратегій технологій, які сприятимуть досягненню цих цілей.

2. Технологічна експертиза: Компанія надає консультації з вибору технологій, архітектури систем, оптимізації процесів розробки та інших аспектів ІТ-розвитку.

3. Індивідуальний підхід: Компанія адаптує свої консультаційні послуги до конкретних потреб клієнта та розробляє індивідуальні стратегії технологічного розвитку.

Академія Ciklum DevOps пропонує отримати практичний досвід роботи [4].

Luxoft – це відома ІТ-консалтингова компанія, що спеціалізується на розробці програмного забезпечення та наданні послуг в галузі цифрової трансформації. Принципи роботи Luxoft включають:

1. Індивідуальний підхід: Компанія надає індивідуальні рішення, які враховують специфіку та стратегію кожного клієнта, щоб досягти найкращих результатів.

2. Стратегічне партнерство: Компанія активно співпрацює зі своїми клієнтами, допомагає їм визначити та реалізувати їхню цифрову стратегію, розробляє інноваційні рішення та допомагає вирішувати складні бізнес-проблеми.

3. Технологічна експертиза: Компанія використовує передові технології та методології розробки для створення інноваційних рішень та забезпечення високої якості продуктів.

4. Гнучкість та швидкість реакції: Компанія пропонує різні моделі співпраці, включаючи віддалену роботу та аутсорсинг, щоб забезпечити швидке реагування на змінні потреби клієнтів та ефективне виконання проектів.

Luxoft training A DXC Technology Company також пропонує навчання [5].

ELEKS – це компанія, яка пропонує послуги розробки програмного забезпечення та ІТ-консалтингу. Основні принципи роботи ELEKS включають:

1. Клієнтська орієнтація: Компанія докладє зусиль, щоб зрозуміти бізнес-вимоги клієнта та створити рішення, що відповідають їхнім цілям.

2. Якість та інженерна культура: Компанія має розроблену інженерну культуру, яка включає в себе використання передових технологій, процесів та стандартів, а також постійне професійне навчання своїх співробітників.

3. Інновації та дослідження: Компанія вкладає зусилля в дослідження нових трендів і розробку передових рішень, щоб допомогти своїм клієнтам бути конкурентоспроможними на ринку.

ELEKS University надає можливості для постійного саморозвитку не лише фахівцям, а й студентам та ІТ-ентузіастам. Включає 7 основних напрямів та 10 курсів [6].

GlobalLogic – це відома аутсорсингова компанія, яка надає послуги розробки програмного забезпечення та консалтингу. Принципи роботи GlobalLogic включають:

Партнерство: Вони ставлять клієнтів на перше місце, розуміють їхні бізнес-потреби та працюють у тісному співробітництві, щоб досягти спільних цілей.

Інновації: Вони прагнуть застосовувати передові практики розробки та експериментувати з новими ідеями для створення високоякісного програмного забезпечення.

Талановита команда: Компанія пропонує сприятливу робочу атмосферу, постійний професійний розвиток та надає можливості для творчого самовираження своїм співробітникам.

Глобальний підхід: Вони розуміють міжкультурні виклики та пристосовуються до потреб різних ринків, надаючи гнучкі рішення та виконуючи проекти на високому рівні.

GL BaseCamp – це free ІТ-курси з розробки та тестування, що включають лекції та практичні заняття. Вони розраховані на студентів та розробників-початківців, які вже мають хороші базові знання і хочуть доповнити їх практичним досвідом, отримати менторську підтримку та перейняти досвід експертів GlobalLogic [7].

N-iX: N-iX є провідною аутсорсинговою компанією в Україні, яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення та послугах консалтингу.

Компанія прагне створити команду експертів у різних галузях технологій та бізнес-доменів. Їхні спеціалісти постійно оновлюють свої знання та навички, щоб залишатись на передовій технологічного розвитку.

Центр навчання NIX дає Відмінний старт в ІТ-сфері [8].

Сучасний світ стає все більш та більш технологічним. Продуктом процесів, що відбуваються є смартекономіка. У найближчі десятиліття всі галузі, ринки, напрямки діяльності будуть переорієнтовано відповідно до вимог нових цифрових економічних моделей. Все вищезазначене дозволяє зробити висновок про те, що реформування системи освіти на основі сучасних технологічних змін та з урахуванням актуальних економічних тенденцій неминуче. Підготовка кадрів з ключовими компетенціями та навичками в сфері смартекономіки стає першочерговим завданням.

#### Список літератури

1. Будякова О.Ю. Особливості інноваційного режиму цифровізації економіки. Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: мат. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 08 жовтня 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021. С. 38-39.

2. Olshanska O. V. The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation/ O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.
3. Genesis Academy <https://www.academy.gen.tech/about-us>
4. SoftServe Онлайн ІТ курси - SoftServe ([softserveinc.com](https://softserveinc.com))
5. DevOps DevOps Academy - Jobs at Ciklum
6. Luxoft training A DXC Technology Company ([luxoft-training.com](https://luxoft-training.com))
7. ELEKS University ELEKS University
8. GlobalLogic GlobalLogic Ukraine
9. Центр навчання | NIX ([nixsolutions.com](https://nixsolutions.com))

УДК 338:656.07

З. Шацька, О. Стужний

shatskaya@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **СМАРТ-ЛОГІСТИКА, ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Термін «smart» у перекладі з англійської означає «розумний», «тобто такий, що сприяє розвитку розумних технологій, розумних інновацій та формуванню розумного суспільства» [1]. Також цей термін сьогодні розуміють як аббревіатуру цілком певних слів-дескрипторів (від лат. descriptor – описує), а саме: S – «Specific», конкретний; M – «Measure», вимірний; A – «Achievable», здійснений; R – «Relevant», релевантний (істотний); T – «Time Bounded», обмежений в часі.

Стрімкий розвиток нових технологій під впливом науково-технічного прогресу спричинив формування смарт-економіки. На сьогоднішній день смарт-економіка розглядається, як «еволюційно наступний етап розвитку концепцій економічного знання, яке ґрунтується на комплексній модернізації та інноваційному розвитку всіх секторів на основі технологій нового покоління та забезпечує високу додану вартість, енерго-ефективність, формування захищеного природного середовища та соціальну стабільність» [1]. Основою smart-економіки є смарт-технології, що широко використовуються в різних секторах економіки [2].

В останнє десятиліття логістичний світ переживає серйозні зміни. Однією з головних причин таких змін є трансформація логістичного сектора та розподілу ланцюгів постачання під впливом нових цифрових технологій. Впровадження цифрових технологій в логістичній індустрії спричиняють стрімкі зрушення – від поглиблених кооперацій між окремими країнами до унікальних наднаціональних рішень, відбувається перенесення ланцюгів поставок максимально близько до країни виробництва чи реалізації власного продукту. Логістика надає можливість фахівцям успішно вирішувати конкретні завдання, що є для бізнесу досить важливими, ці завдання мають вимірний результат і, крім того, вони практично всі здійсненні і їх вирішення обмежено в часі. Отже, приставка «SMART» повністю відповідає змісту логістики та посилює її значущість і унікальність для ведення господарської діяльності сучасного підприємства. Смарт-логістика – це «оптимізація інформаційних логістичних потоків, але при цьому обов'язково в електронному вигляді з поступовим відходом від ручного керування в бік автоматизації за допомогою додатків, сервісів та проведення алгоритмізації процесів» [5]. Чим більш автоматизованим буде алгоритм, тим меншим буде вплив людського чинника.

Одним із перспективних напрямів розвитку сучасної цифрової економіки є стрімкий розвиток технологій, побудованих на засобах сервісу віртуальних мереж та послуг. Взаємодію та оптимальне управління віртуальними матеріальними та інформаційними потоками на підприємстві забезпечує ефективна та результативна смарт-логістика. Смарт-логістика постає одним із найперспективніших напрямів наукових досліджень, що зумовлює розробку теоретико-методологічного інструментарію та практичних методів дослідження віртуальних логістичних процесів та систем. Додаючи до логістики приставку «смарт», розуміють конкретні речі, а саме: електронний документообіг, електронний кабінет логіста та інші зміни логістичних бізнес-процесів.

На сьогоднішній час найбільш актуальними та перспективними в галузі смарт-логістики залишаються такі питання:

- оцінка та розробка бізнес-аналітичних систем в логістиці, які будуть містити у собі елементи управління часовими затримками;
- управління «точними» ланцюгами постачання із використанням смарт-контрактів за технологією блокчейн;
- часткові завдання по управлінню «великими даними» із різних територіальних точок доступу.

Впровадження смарт-логістики на підприємствах різних напрямів діяльності дає змогу забезпечити відповідний рівень інформаційної безпеки при роботі з даними та активізувати аналіз великих обсягів інформації, що досягається шляхом використання хмарних обчислень. Перевагами впровадження смарт-

логістики на підприємстві є: «систематизація ресурсних потоків та рівнів відповідальності; адаптація до змін зовнішнього середовища; висока технологічна мобільність та рівень контролю операційних витрат; відповідність світовим стандартам якості; можливості швидкої реалізації дослідницьких проєктів; вихід на світові ринки шляхом електронної комерціалізації» [3].

Використання новітніх технологій на підприємствах обумовило появу нового підходу в логістичному управлінні – смарт-підходу. Смарт-підхід в управлінні базується на засадах витримування цільових критеріїв, до його основних правил відносять: мету, вимірність процесу, досяжність результату, адекватність розв'язування задач та терміни виконання. Такі критерії є основними складовими логістики з позиції побудови системи чітких правил, що здатні працювати як в режимі встановленої градації відповідальності виконавців, так і в процесному управлінні технологічними операціями.

Смарт-підхід в логістиці дає можливість поєднати точність електронних датчиків та пристроїв з формуванням стратегічних або оперативних планів бюджетування витрат. Запровадження схем процесного управління дозволяє визначити центри відповідальності, а сучасні інноваційні смарт-засоби забезпечують їх оперативними даними.

Смарт-підхід в логістичній діяльності підприємства, перед усім, спрямований на забезпечення оптимізації потокового управління у відповідності до поставлених цілей шляхом використання технологічних та інформаційно-комунікаційних засобів з метою організації «точних» ланцюгів постачання. Концепція реалізації смарт-логістики на підприємстві повинна забезпечувати здатність обробки та збереження даних будь-яких масштабів по всіх ділянках логістичного ланцюга. Таким чином симбіоз матеріального та інформаційного потоків створює «точний» ланцюг постачання, функціонування якого зумовлено правилами відбору «точних» даних та вимірюваних по встановлених ознаках процедур управління. Функціонування смарт-логістики в основному будується на смарт-підході в управлінні оптимальними ресурсними потоками з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Складовими елементами функціонування смарт-логістики є використання смарт-технологій.

До основних переваг смарт-логістики можна віднести:

- систематизацію ресурсних потоків та рівнів відповідальності;
- адаптацію до змін зовнішнього середовища;
- високу технологічну мобільність та рівень контролю операційних витрат;
- відповідність світовим стандартам якості;
- надання можливості швидкої реалізації дослідних проєктів;
- вихід на світові ринки шляхом електронної комерціалізації [3].

При цьому смарт-підхід в логістиці зумовлює потребу в фахівцях високої кваліфікації, знання яких є інтегрованими по декількох напрямках. Разом з цим, очікування значної економії витрат у майбутньому від запровадження смарт-технологій потребує значних капітальних інвестицій в теперішній період, що є фінансовою проблемою для малих та середніх товаровиробників. Також необхідно враховувати інерційність на ринках інновацій, тобто той факт, що ідеї з'являються швидше ніж здатність товаровиробників їх впроваджувати.

На сьогоднішній день смарт-технології в логістиці застосовуються на багатьох підприємствах України й у світі. Завдяки продуманому використанню сучасних цифрових технологій у бізнесі підприємства можуть значно підвищити ефективність своєї діяльності. Але при цьому такі технології можуть зумовити як зміни в існуючих бізнес-процесах, так і появу нових. Цифрові технології – це, насамперед, інновації, впровадження та використання яких потребує наявності відповідних фахівців на підприємстві, здатних постійно навчатися та набувати нових навичок. Згідно з проведеними дослідженнями, майже усі керівники підприємств у сфері логістики згодні з тим, що цифрові технології кардинально змінять логістичні процеси в найближчому майбутньому. При цьому більшість з них зазначають, що не мають наразі сформованої стратегії розвитку своїх підприємств з урахуванням а нових цифрових технологій, що робить їх використання менш ефективним як для окремого підприємства, так і економіки країни в цілому.

Спроможність цифрових технологій докорінно змінити усталені логістичні процеси, адже на зміну існуючій лінійній структурі ланцюгів постачання приходить мережева. Прямо зараз відбувається перетворення лінійних ланцюгів постачання в динамічні взаємопов'язані відкриті системи постачання – цифрові мережі постачання, в яких інформаційні потоки протікають безперервно та є одночасно доступними усім зацікавленим учасникам мережі, що дає змогу уникнути різних проблем та затримок у роботі, які притаманні традиційним ланцюгам постачання.

#### Список літератури

1. Шацька З.Я., Лесюта Н.Ю. Сутність поняття «smart-економіка». Збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку». 10 червня 2022 р. Київ, КНУТД. с. 124-126. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20502/1/IMPER\\_2022\\_V2\\_P124-126.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20502/1/IMPER_2022_V2_P124-126.pdf)

2. Натрошвілі С.Г., Шацька З.Я. Smart-технології, як основа розвитку smart-економіки. Збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку». 10 червня 2022 р. Київ, КНУТД. с. 185-187. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20413/1/IMPER\\_2022\\_V1\\_P185-187.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20413/1/IMPER_2022_V1_P185-187.pdf)

3. Olshanska O. V. The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation/ O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.

4. Фоміченко І.П., Баркова С.О. Смарт- логістика: концептуальні засади та перспективи розвитку в Україні. *Економічний вісник Донбаса*. 2020. №1(59). С.66-71.  
URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5375/1/12.pdf>

5. Шулка О.О., Приходько А.Ю. Застосування принципів «smart-логістики» при організації доставки вантажів. <https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/bitstream/123456789/3010/1/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8C%D0%BA%D0%BE%20%D0%90.%D0%AE.%2C%20%D0%A8%D1%83%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D0%9E.%D0%9E..pdf>

6. R. Costa, R. Jardim-Goncalves, P. Figueiras, M. Forcolin, M. Jermol, R. Stevens (2016). Smart Cargo for Multimodal Freight Transport: When “Cloud” becomes “Fog”, IFAC-Papers OnLine. 49 (12), 121-126

УДК 330

П. Пузирьова, Є. Садовський

puzyrova@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Український ринок ІТ-продуктів включає різноманітних учасників, включаючи ІТ-підприємства, консультантів, аутсорсингові компанії та інші, що відображає різноманітність та динаміку галузі. ІТ-сфера включає в себе широкий функціональний базис, від розробки програмного забезпечення та апаратного забезпечення до надання різноманітних ІТ-послуг. При цьому, важливо враховувати, що ІТ-продукти і послуги є складними системами, які включають в себе технічні, людські та інформаційні складові. ІТ-сфера в Україні останнім часом насправді прогресує, де велика роль належить освіті та розвитку ІТ-спільноти [1; 2].

Загальне визначення ІТ-сфери широко охоплює різні аспекти, пов'язані з інформаційними технологіями:

1. Комп'ютерне програмування, консультування із питань інформатизації, діяльність із керування комп'ютерним устаткуванням: комп'ютерне програмування включає в себе створення програмного забезпечення для різноманітних застосувань; консультування із питань інформатизації включає в себе надання порад і підтримки підприємствам та організаціям щодо впровадження інформаційних технологій; діяльність із керування комп'ютерним устаткуванням означає управління та обслуговування апаратного забезпечення.

2. Видання програмного забезпечення та комп'ютерних ігор: розробка і видання програмного забезпечення для різних платформ; створення та розповсюдження комп'ютерних ігор; надання програмних продуктів у режимі «онлайн» - постачання програм та послуг через мережу Інтернет.

3. Навчання: навчання комп'ютерній грамотності та розробці програмного забезпечення; технічна підтримка, бізнес-аналіз, графічні інтерфейси, контроль якості, системне адміністрування, проєктний менеджмент та розроблення документації; обробка даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність, вебпортали; обробка та аналіз даних; розміщення інформації на веб-сайтах та управління вебпорталами.

4. Дослідження та експериментальні розробки: дослідження нових технологій та експериментальна розробка в інформаційно-комунікаційних технологіях [3; 4; 5].

Отже, різноманітні аспекти, що підтримують інформаційну і технологічну інфраструктуру, від розробки програмного забезпечення до управління даними та досліджень у сфері інформаційних технологій є ключовими напрямками активізації розвитку ІТ-сфери України в умовах сталого розвитку [6; 7].

Визначення ІТ-послуг в законодавстві досить широке і охоплює різноманітні аспекти електронних комунікацій, оскільки сучасний світ дуже сильно покладається на інформаційні технології. Представники ІТ-сфери мають зазначений розрив у заробітних платах між ІТ-спеціалістами та представниками інших галузей економіки, що є характерним для багатьох країн, включаючи Україну. Це у свою чергу обумовлено низкою чинників [1-5]:

– глобальний ринок ІТ: ІТ-спеціалісти часто працюють на глобальному ринку, що дозволяє їм отримувати зарплати, що вищі за середні. Вони можуть працювати для компаній за кордоном або займатися розробкою продуктів та послуг, які мають глобальний попит;

– зростання попиту на ІТ-послуги: висока залежність від технологій у всіх сферах економіки створює великий попит на кваліфікованих ІТ-фахівців;

– конкуренція на ринку: збільшення попиту на ІТ-фахівців призводить до зростання конкуренції між компаніями за талановитими кадрами, що піднімає рівень зарплат;

– зростання рівня кваліфікації: ІТ-сфера швидко розвивається, і професіонали в цій галузі часто вдосконалюють свої навички, що робить їх більш високооплачуваними.



Це може мати як позитивний, так і негативний вплив на економіку країни. З одного боку, це може створювати можливості для розвитку інновацій та залучення іноземних інвестицій. З іншого боку, такий розрив у зарплатах може поглиблювати соціальні і економічні нерівності. Уряд та бізнес повинні працювати разом, щоб забезпечити справедливий розподіл економічних благ від успіху ІТ-сфери для всього суспільства [4-7].

Молодіжний вік працівників в ІТ-галузі вказує на активність та динаміку цієї сфери. Зниження кількості університетів та інших вищих навчальних закладів може вказувати на зміни в підходах до освіти або концентрацію ресурсів у певних областях. Регіональна концентрація здобувачів освіти може бути важливим аспектом для розвитку регіональних інновацій та економічного росту [2-6].

Стратегічні орієнтири державної регуляторної політики для розвитку ІТ-сфери в Україні відображає ключові аспекти, необхідні для забезпечення успішного і стійкого розвитку цієї галузі. Розгляньмо деякі з цих аспектів:

1. Адекватне вимогам часу нормативно-правове та інформаційне забезпечення: це важливий елемент для швидкого реагування на зміни в галузі та технологічний прогрес. Гнучкість і швидкість адаптації нормативно-правового середовища можуть сприяти інноваціям та конкурентоспроможності.

2. Результативне державне регулювання інвестиційного процесу: забезпечення прозорих та стабільних умов для інвестування може стимулювати притік капіталу та розвиток інфраструктури в галузі ІТ.

3. Соціальна та економічна доцільність організації бізнесу в державі: сприяння економічному зростанню та соціальній відповідальності може визначити сталість і узгодженість розвитку.

4. Створені передумови для позитивних суспільних змін: ІТ-розвиток може впливати на суспільний прогрес, включаючи підвищення освіченості, розширення можливостей для громадян та покращення якості життя.

5. Гармонізований розвиток усіх сфер національного господарства: комплексний розвиток сприяє узгодженому та симбіотичному росту всіх секторів економіки [3-7].

Україна вже виявляла значний інтерес до розвитку ІТ-сфери та інновацій. Проте розвиток цього сектору та його активізація в умовах сталого розвитку – це динамічні процеси, які можуть змінюватися.

Отже, основними напрямками розвитку ІТ-сфери в Україні є:

1. Розвиток інфраструктури та технологічних хабів: створення інноваційних парків та технополісів, які забезпечують умови для розвитку та співпраці між ІТ-компаніями; підтримка інкубаторів та акселераторів для стартапів.

2. Залучення інвестицій: залучення інвестицій в ІТ-проекти та стартапи; розвиток фінансових інструментів, спрямованих на підтримку ІТ-галузі.

3. Освіта та кадри: поліпшення якості освіти в інформаційних технологіях та математиці; сприяння проектам з підготовки та перепідготовки кадрів для ІТ-сектору.

4. Створення сприятливого регулюючого середовища: удосконалення законодавства, яке регулює діяльність ІТ-компаній та стартапів; забезпечення прозорості та неперешкодження розвитку інновацій.

5. Стимулювання досліджень та розробок: підтримка проектів досліджень та розробок в галузі інформаційних технологій; сприяння інноваційним рішенням у сфері програмного забезпечення, штучного інтелекту, кібербезпеки тощо.

6. Фокус на зелені технології та сталість: розвиток проектів, спрямованих на зменшення негативного впливу технологій на навколишнє середовище; підтримка енергоефективних технологій та заходів для зменшення викидів [1-7].

Цілісність та об'єктивність продуктів ІТ-сфери підкреслюють їхню важливість на ринку, а синергія різних ресурсів, таких як технічні, людські та інтелектуальні, відзначає важливість співпраці та інтеграції в цьому секторі.

### Література

1. Organizational and economic mechanism of a business security as a guarantee of its sustainable development [Електронний ресурс] / V. Tkachenko, I. Tkachenko, P. Puzyrova, A. Klochko // *Virtual Economics*. – 2019. – Vol. 2, No. 4. – P. 71-85.

2. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // *Формування ринкових відносин в Україні* : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.

3. Карий О. І., Гальків Л. І., Цапулич А. Ю. Розвиток ІТ-сфери України: чинники та напрями активізації. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5, № 1. С. 42-55.

4. Olshanska O. V. The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation / O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova // *Журнал стратегічних економічних досліджень*. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.

5. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects* : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022. – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.

6. Толстова А. В. Інноваційний розвиток економіки країни: кластерний підхід / А. В. Толстова // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2017. - № 58 (спец. вип.). - С. 17-18.

7. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

8. Цифровізація як перспективний напрямок інноваційного розвитку економіки України. (kpi.ua) <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/271795>

УДК 338.2

А. Олешко, Д. Чернаєнко

oleshko.aa@knutd.edu.ua, danil.chernaenko10@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **РОЗБУДОВА СМАРТ МІСТ УКРАЇНИ В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Концепція розумних міст набула значної популярності в останні роки, оскільки суспільства в усьому світі прагнуть вирішити проблеми, які породжує швидка урбанізація, обмеження ресурсів і технологічний прогрес. Розумні міста використовують потужність технологій, керованих даними, для оптимізації різних аспектів міського життя, включаючи транспорт, споживання енергії, управління відходами та управління. Розумні міста слід розглядати як системи людей, які взаємодіють із потоками енергії, матеріалів, послуг і фінансування та використовують їх для каталізації сталого економічного розвитку, стійкості та високого рівня якості життя. Завдяки стратегічному використанню інформаційно-комунікаційної інфраструктури та послуг у процесі прозорого міського планування та управління, яке уважно ставиться до соціальних та економічних вимог суспільства, ці потоки та взаємодії стають розумними. Про актуальність та важливість теми свідчить значна кількість наукових праць.

В Україні впровадження технологій розумного міста створює як можливості, так і виклики. Українські міста, як і багато інших у всьому світі, стикаються з інфраструктурними прогалинами та обмеженими ресурсами для здійснення масштабних технологічних перетворень. Однак виклики не є непереборними. Використовуючи існуючі ресурси, співпрацюючи з постачальниками технологій і визначаючи пріоритети проєктів, які мають найбільший вплив, українські міста можуть стати на шлях розумного міського розвитку.

Розумне місто – це агломерована територія, на яку впливає висока концентрація навчання та інновацій в результаті творчих громадян та установ, а також впровадження цифрової інфраструктури з загальною метою досягнення економічного зростання та високої якості життя, зберігаючи при цьому розумний дефіцит природних ресурсів” [1]. Основні компоненти розумного міста, включаючи розумну економіку, розумних громадян, розумне управління, розумну мобільність, розумне середовище та розумне життя, представляють цілісний підхід до міського планування та управління, який інтегрує інформаційні та комунікаційні технології в усі аспекти міського життя [2].

Метою розумного міста є підвищення його конкурентоспроможності, створення ефективної системи управління економікою міста, забезпечення безпечних і комфортних умов життя для його мешканців. Основні характеристики розумного міста охоплюють ефективність міської інфраструктури, ефективне управління ресурсами, акцент на економічній життєздатності, охоплює аспекти обслуговування міського середовища, забезпечення комфортного та безпечного середовища для добробут людини. Оскільки світ урбанізується з безпрецедентною швидкістю, перетворення міст на розумні, ефективні та стійкі об'єкти стало критично важливим завданням. З огляду на те, що до 2050 р., за даними Економічної та соціальної ради ООН, 68% населення планети проживатиме в містах, неможливо переоцінити значення розумних міст у формуванні майбутнього людства [3]. Такі міста, як Сінгапур, Лондон, Сеул і Шанхай, стали лідерами руху розумних міст. Ці міста демонструють різноманітні аспекти інтелектуальної урбанізації, від передових транспортних систем і рішень сталої енергетики до платформ для залучення громадян та інноваційних послуг охорони здоров'я. Їхні історії успіху підкреслюють потенційні переваги інтеграції технологій у міське управління, послуги та інфраструктуру [4].

Європейський Союз (ЄС) зайняв активну позицію у сприянні розвитку розумного міста через дослідницькі мережі, інститути інноваційного розвитку та стратегічні програми. Ініціативи ЄС, такі як Програма цифрової Європи та Європейський технологічний інститут, спрямовані на прискорення цифрової трансформації, покращення зв'язку та вирішення проблем, пов'язаних зі зміною клімату, енергоефективністю та технологічними інноваціями. Затверджено Програму “Цифрова Європа” на 2021-2027рр., якою передбачається широкомасштабне впровадження цифрових рішень для міст і громад. Фінансування в рамках Програми “Цифрова Європа” підтримує дві цілі – “зелений” перехід та цифрові перетворення. Програма доповнює такі програми ЄС, як Horizon Europe, програми ЄС щодо досліджень та інновацій. У програмах на 2021-2027рр. передбачено бюджет € 9 653 млн [5].

Важливу роль у підтримці побудови науково-дослідної та інноваційної інфраструктури та наданні послуг для бізнесу також відіграє Європейський фонд регіонального розвитку (ЄФРР). У програмах ЄФРР на 2021-

2027рр. передбачено €226,047 млрд. на будівництво або модернізацію інфраструктури для досліджень та інновацій, включно з розвитком технологічної інфраструктури. Більшість програм ЄФРР орієнтовані на фінансування модернізації інфраструктури, розвиток досліджень та розповсюдження інновацій всіма регіонами та економічними секторами [6].

Розбудова розумних міст має потенціал до зміни суспільства, економіки та структури управління. Конвергенція цифрових технологій, аналітики даних і участі громадян може створити більш інклюзивні, ефективні та стійкі міста. Тим не менш, успішна реалізація бачення розумного міста залежить від спільних зусиль між урядами, підприємствами, академічними колами та громадянами.

Впровадження нових технологій в смарт міста України не легкий шлях, військовий конфлікт завдав значних руйнувань її містам, залишивши за собою слід спустошення, що вимагає інноваційних рішень для післявоєнної реконструкції. Концепція розумних міст постає як багатообіцяючий шлях до відновлення нормального життя та формування сталого майбутнього для спустошених війною регіонів. Саме розвиток розумних міст в трансформаційній економіці України та реконструкцію зруйнованих міст на основі принципів розумного міста, має величезний потенціал для початку нової ери процвітаючого, взаємопов'язаного та стійкого міського середовища із сталою економікою.

Бачення реконструкції розумного міста виходить за межі простого фізичного відновлення, охоплюючи багатогранні аспекти: 1) технологічний розвиток інфраструктури; 2) стала архітектура та дизайн; 3) цифрове підключення та інтеграція IoT; 4) фінансування та інвестиції; 5) конфіденційність і безпека даних; 6) інклюзивність та участь громадян. Поєднання цих компонентів формує основу інноваційного підходу, який може подолати труднощі конфлікту, щоб прокласти шлях до більш світлого, стійкішого майбутнього.

В основі реконструкції смарт міст лежить трансформаційна сила технологій. Інтеграція передових технологій, таких як високошвидкісні мережі зв'язку та пристрої Інтернету речей (IoT), надає містам інструменти для збору даних у реальному часі, аналізу тенденцій і моделювання прогностичних сценаріїв. Також важливий фінансовий аспект реконструкції смарт міст. Масштабність завдання вимагає спільних зусиль між державними органами, міжнародними організаціями, приватним сектором та іншими зацікавленими сторонами.

Одним із найбільш сприятливих міст для початку процесу відродження та розбудови за рахунок впровадження передових технологій є місто Херсон. Херсон може виступити як потенційне місто у прикладі практичної реалізації концептуалізації будівництва розумного міста в міському середовищі післявоєнного періоду. Використовуючи інтелектуальні транспортні системи, рішення з енергоефективності, платформи електронного управління, інновації у сфері поведінки з відходами, розумне управління водними ресурсами та аналітику даних, Херсон створить прецедент для інших міст України та світу. Ця модель покаже практичне застосування принципів розумного міста, демонструючи, як ці стратегії можуть цілісно вирішувати проблеми післявоєнної реконструкції та закласти основи для стійкого, процвітаючого міського середовища.

Однак, шлях до повної реалізації потенціалу розумних міст не позбавлений труднощів. Інтеграція різних технологій і потоків даних створює складні технічні проблеми та проблеми сумісності. Необхідно звернути увагу на питання безпеки та конфіденційності, щоб забезпечити захист даних громадян і запобігти потенційним кіберзагрозам. Крім того, необхідно подолати цифровий розрив, коли певні верстви населення не мають доступу до технологій і цифрових послуг, щоб забезпечити доступність переваг розумних міст для всіх.

Розбудова зруйнованих міст України в трансформаційній економіці дає унікальну можливість побудувати стале, технологічно розвинене та інклюзивне міське майбутнє. Концепція «Смарт Міст» пропонує трансформаційний підхід, який наголошує на розвитку інфраструктури, що керується технологіями, стійкій архітектурі та цифровому зв'язку. Використовуючи передові технології, такі як високошвидкісні мережі зв'язку, пристрої IoT і розумні мережі, реконструйовані міста можуть досягти енергоефективності та оптимізації ресурсів. Практики сталого будівництва та інтеграція відновлюваних джерел енергії ще більше сприяють зменшенню викидів вуглецю та сприяють екологічній стійкості.

Використовуючи концепцію смарт міст, реконструйовані міста України стануть маяками прогресу та стійкості, демонструючи, як інноваційні технології та стійкі практики можуть створити міське середовище, у якому пріоритетом є благополуччя та процвітання їхніх жителів. Формування смарт міст потребує співпраці, інвестицій і бачення, але винагороди від відродженого, ефективного та всеосяжного міського ландшафту будуть відгукуватися для майбутніх поколінь.

#### Список літератури

1. Richter, Ch. (2015). Digital collaborations and entrepreneurship – the role of shareconomy and crowdsourcing in the era of smart city. Lappeenranta University of Technology 2016. 214 p. [in English]
2. Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovic, N., Meijers, E. (2007): Smart Cities – Ranking of European medium-sized cities. Vienna University of Technology, 2007 [in English].
3. United Nation Economic and Social Council - <https://www.un.org/ecosoc/en/home>
4. Juniper Research i Intel - <https://www.juniperresearch.com/blog>
5. Multiannual Financial Framework 2021-2027 (in commitments), [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about\\_the\\_european\\_commission/eu\\_budget/mff\\_2021-2027\\_breakdown\\_current\\_prices.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about_the_european_commission/eu_budget/mff_2021-2027_breakdown_current_prices.pdf). [in English].
6. Technology Infrastructures. Commission Staff Working Document. – European Commission, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0df85f8b-7b72-11e9-9f05-01aa75ed71a1>. [in English].

## СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ ФОНДОВИХ РИНКІВ

Сучасний стан фондового ринку є важливим індикатором економічного розвитку країни, оскільки цей ринок діє в межах фінансової системи, яка в свою чергу є невід'ємною частиною фінансової системи країни. Фінансова система представляє собою сукупність різних елементів та ланок фінансових відносин, що включають в себе мобілізацію та використання фінансових ресурсів. Усе це супроводжується відповідним управлінням та нормативно-правовими рамками [4, с. 81].

В сучасних умовах розвитку фінансового світу та надзвичайної динаміки фондових ринків інвестори та професіонали фінансового сектору стикаються з неабиякими викликами. За допомогою різноманітних інструментів та аналітичних підходів вони намагаються зрозуміти та передбачити коливання на цих ринках, щоб забезпечити успішне інвестування та оптимальне управління портфелем. У цьому контексті сучасний інструментарій бізнес-аналізу набуває особливої актуальності.

Як слушно відмічають К. Шіковець, Г. Квіта та С. Бебко – успіх багато в чому залежить від здатності передбачати можливі ситуації і на основі правильно прийнятих рішень ефективно планувати інвестиції та прибутки [5, с. 91].

Бізнес-аналітика є специфічним набором методів, інструментів та завдань, щ необхідні для визначення потреб бізнесу, розробки шляхів їх задоволення та забезпечення успішного впровадження змін. Термін «бізнес-аналіз», що ввели в обіг Міжнародний Інститут Бізнес-Аналізу (ІВА), Інститут Управління Проєктами (РМІ) та Британське Комп'ютерне Товариство (BCS), передбачає ключову роль бізнес-аналітики у визначенні потреб клієнта, формуванні бажаного стану і забезпеченні впровадження змін через співпрацю різних зацікавлених сторін для розробки найкращого рішення.

ІВА та РМІ розглядають «бізнес-аналіз» як процес з конкретними рамками, цілями та критеріями успішності для роботи бізнес-аналітика, в той час як BCS більше надає рекомендації для підвищення ефективності бізнес-аналізу [2].

Сучасний інструментарій бізнес-аналізу фондових ринків включає в себе широкий спектр методів, інструментів та підходів для збору, обробки та аналізу фінансової інформації. Цей інструментарій допомагає інвесторам, трейдерам, аналітикам та фінансовим професіоналам зрозуміти ринкові тенденції, приймати управлінські рішення та прогнозувати ризики.

Серед них виокремлюють наступні [1, с. 971]:

1. *Експертні методи.* Ці методи ґрунтуються на думках та оцінках фахівців, які мають глибокий досвід у відповідній галузі, такі як банкіри, аналітики та професійні інвестори. Шляхом опитування цих експертів та об'єднання їх висновків можна узагальнити ключові чинники, які визначають поточну ситуацію на ринку та врахувати, наскільки ці чинники впливають на ринок у довгостроковій перспективі.

2. *Статистичні методи.* Ці методи використовуються для побудови фондових індексів, обчислення різних показників дисперсії, варіації, взаємозв'язку, прогнозування та апроксимації. Комбінування різних статистичних інструментів та методів аналізу, таких як кореляційний аналіз, регресійний аналіз, факторний аналіз, спектральний аналіз, ланцюги Маркова, теорія ігор, дає змогу створити систему для вирішення конкретних завдань у дослідженні фондового ринку.

3. *Фундаментальний аналіз* представляє собою традиційний економічний аналіз, який в процесі прогнозування дає змогу оцінити вплив макроекономічних чинників на ціну активу на ринку. Ці чинники включають в себе такі показники, як ВВП, темпи економічного зростання, процентні ставки та стан секторів економіки. Згідно з принципами фундаментального аналізу – основний вплив на формування ринкової вартості активу має його справжня внутрішня вартість. Оцінка цієї внутрішньої вартості передбачає оцінку здатності активу генерувати стабільний прибуток, не залежно від фактичної ринкової ціни, і відображає економічну вартість компанії.

Фундаментальний аналіз ускладнюється тим, що ринок часто не враховує, та відповідно, не реагує на загальновідомі чинники та не узгоджує з ними прогнозування. Ця тенденція руйнує логічний зв'язок між ринком та економікою загалом. Наприклад, коли уряди держав продають стратегічні запаси сировини на слабких ринках, це може призвести до зростання цін тощо [3, с. 27].

Для якісного фундаментального аналізу варто враховувати всі чинники, які впливають на попит і пропозицію активу, ринок якого досліджується. Цей метод дійсно ефективний, але достатньо трудомісткий [3, с. 28].

Фундаментальний аналіз, як правило, використовується інвесторами, які розраховують на довгострокові стратегії та сподіваються заробити на багаторічних тенденціях. Довгострокові тенденції часто є тривалими і можуть базуватися на різницях у темпах зростання національних економік, а також на політичних рішеннях щодо зміцнення або ослаблення національної валюти, особливо на валютному ринку.

4. *Технічний аналіз* направлений на аналіз динаміки попиту і пропозиції на ринку, а також динаміки ціни. Одним з ключових постулатів технічного аналізу є ідея, що ціни відображають у собі всю інформацію про ринок і є узагальнюючим показником ринкової кон'юнктури. Гіпотеза технічного аналізу стверджує, що ринок має циклічний або хвилеподібний характер, і це дозволяє прогнозувати майбутню динаміку ринку, спираючись на ретроспективний аналіз.

Технічний аналіз є абсолютно відмінним від фундаментального підходу. В основі технічного аналізу лежать аналіз графіків цінних рухів, і саме це дозволяє робити прогнози. Як правило, технічні аналітики не вдаються в деталі щодо конкретних активів, іноді вони навіть не знають про який актив йде мова [3, с. 27].

Технічний аналіз зазвичай застосовують гравці, які займаються короткостроковими спекуляціями, навіть ті, які нехай і враховують сильні фундаментальні події, проте акцентують увагу на технічних аспектах. Виявлення довгострокових цінних трендів стає набагато очевиднішим в рамках технічного аналізу, тоді як фундаментальний аналіз залишає завдання пояснення причин цих тенденцій [3, с. 28].

Проте важливо зауважити, що використання лише технічного аналізу не завжди забезпечує надійний прогноз і не є ефективним засобом обґрунтування торгової стратегії для інвестора. Технічний аналіз може бути корисним інструментом, але для досягнення більш надійних результатів і обґрунтування інвестиційних рішень, часто варто комбінувати його з фундаментальним аналізом та іншими методами дослідження ринку.

Варто також зауважити, що фундаментальний аналіз визначається, головним чином, своєю здатністю розкрити сутність ринкових явищ, тоді як технічний аналіз відзначається простотою сприйняття. Основний недолік фундаментального аналізу – необхідність вибору базових припущень для побудови прогнозів та пріоритизації чинників, технічного – потреба вибору ключової конфігурації, що визначає майбутню поведінку активів.

Якщо оцінювати точність визначення напрямку руху ринку, то успіх при проведенні фундаментального аналізу здебільшого залежить від індивідуальних здібностей аналітика, в той час як технічний аналіз є більш доступним. Щодо визначення моменту входу і виходу на ринок, технічний аналіз має перевагу, оскільки фундаментальний аналіз не надає відповіді на ці питання [3, с. 28].

5. *Економіко-математичні методи* прогнозування ґрунтуються на побудові моделей об'єкту дослідження. Ця модель представляє собою абстрактну схему, яка відображає різні можливі сценарії розвитку ринкової ситуації на основі заданих вихідних умов.

Зауважимо, що кожен з цих методів має свої переваги та обмеження, і їх використання може залежати від конкретної ситуації та інвестиційної стратегії. Багато інвесторів комбінують декілька з цих методів, щоб отримати точніший прогноз ринку.

Одним з нових інструментів бізнес-аналізу фондового ринку нині є використання штучних нейронних мереж. Основною перевагою нейронних мереж є їх здатність виявляти складні взаємозв'язки між вхідними та вихідними даними, а також проводити узагальнення даних та апроксимацію залежностей між ними під час навчання [1, с. 99].

Після завершення процесу навчання нейронна мережа може передбачити майбутні значення часового ряду, використовуючи історичні дані. Цей підхід до прогнозування часових рядів ефективний, якщо виявлені залежності у минулих даних залишаються актуальними у майбутньому.

Важливою особливістю нейронних мереж є їх здатність до самоорганізації та вдосконалення в процесі навчання. З кожною ітерацією навчання мережа здатна здобувати нові знання про навколишнє середовище, адаптувати свою структуру і параметри до змін у ньому. Це дає змогу нейронним мережам адаптуватися до нових властивостей та знаходити нові функціональні зв'язки у системі, яку вони вивчають.

Зазначимо, що сучасні дослідження у інструментів прогнозування фондового ринку акцентуються на розробці алгоритмів навчання та оцінки ефективності роботи нейронних мереж. Найбільш перспективними методами з точки зору прогнозування фондового ринку є навчання без вчителя і використання генетичних алгоритмів [1, с. 99].

Отже, сучасний інструментарій бізнес-аналізу фондових ринків охоплює широкий спектр методів та підходів, включаючи фундаментальний та технічний аналіз, а також застосування економіко-математичних методів та штучних нейронних мереж. Ця різноманітність підходів дає змогу інвесторам та аналітикам використовувати різні стратегії для прийняття обґрунтованих рішень на фондовому ринку, враховуючи як фундаментальні чинники, так й технічні аспекти, а також користуватися новітніми технологіями, такими як нейронні мережі, для покращення точності та ефективності прогнозів.

#### Список літератури

1. Овсяннікова Н.В., Желага О.В. Порівняльна характеристика методів і інструментів аналізу фондового ринку 2019. С. 97–99. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення: інтернет-конференція* (м. Тернопіль, 11.06.2019). URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c1f2251a-ae01-4c8c-8062-da120d128b53/content>.
2. Сатир Л. М., Шевченко А. О., Новікова В. В. Аналіз, моделювання та прогнозування фондового ринку як запорука ефективної економіки та аналітики бізнесу. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.5 (дата звернення: 29.09.2023).
3. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Іщук І.В., Вінницький С.І. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 309 с.

4. Шіковець К. О., Квіта Г. М. Бізнес аналіз розвитку фондового ринку України. *Вісник КНУТД*. 2017. №2 (109). С.81–86. URL: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2017/07/13109.pdf>.  
Kvita G., Bebko S., Shikovets C. The system and situational models of business activity. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 202. Випуск 5(32). С. 90–95. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.32-13>.

УДК 330

3. Шацька, Г. Ольшанський, Д. Ірناзаров  
shatskaya@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ**

Штучний інтелект в сучасному управлінні міжнародними компаніями може виконувати різноманітні функції, що полегшують та оптимізують бізнес-процеси [1; 4; 7]:

- аналіз даних – штучний інтелект може швидко обробляти величезні обсяги даних і витягати цінну інформацію, що допомагає управлінцям приймати обґрунтовані рішення на основі аналізу ринкової ситуації, конкурентів, тенденцій тощо;
- прогнозування – системи штучного інтелекту можуть використовувати алгоритми машинного навчання для прогнозування майбутніх тенденцій та подій у міжнародному бізнесі, що полегшує стратегічне планування.
- автоматизація рутинних завдань – штучний інтелект може бути використаний для автоматизації рутинних операцій, звільняючи час управлінців для більш стратегічних завдань;
- мовні технології – використання природної мови дозволяє покращити комунікацію з клієнтами, партнерами та співробітниками з різних країн, розуміючи і використовуючи різні мови та культурні особливості;
- системи підтримки прийняття рішень – інтелектуальні системи можуть надавати рекомендації щодо оптимальних стратегій та рішень у різних ситуаціях;
- кібербезпека – застосування штучного інтелекту в області кібербезпеки може допомагати виявляти та запобігати кібератакам, що є важливим аспектом у міжнародному бізнесі;
- підтримка клієнтів – інтелектуальні асистенти та чат-боти можуть покращити обслуговування клієнтів, реагуючи на їх запитання та проблеми у режимі реального часу;
- глобальна координація – застосування штучного інтелекту дозволяє більш ефективно координувати дії та комунікацію між великими міжнародними командами та підрозділами компанії.

Використання штучного інтелекту в системі управління міжнародними компаніями допомагає підвищити ефективність, знизити ризики та прискорити прийняття стратегічних рішень в умовах глобалізації бізнес-середовища. Міжнародні компанії повинні добре адаптуватися до змін у технологічному середовищі для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності. Використання штучного інтелекту та комп'ютерних технологій допомагає не лише у підвищенні ефективності виробничих процесів, але й у зборі та обробці великої кількості даних для прийняття більш обдуманих рішень [2; 5; 8].

Інновації та постійне оновлення технологій стають ключовими елементами успішної стратегії міжнародних компаній в сучасному світі, що допомагає не лише в уникненні застарілих методів, а й в адаптації до нових вимог та можливостей. Звісно, капіталовкладення міжнародних компаній у впровадження нових технологій може бути значним, але, як правило, воно оправдовується підвищенням ефективності та конкурентоспроможності на довгострокову перспективу [3; 6; 9].

Успішна стратегія діяльності міжнародних компаній також включає в себе гнучкість і можливість швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі. Регулярне стратегічне планування та переосмислення цілей дозволяють міжнародним компаніям залишатися турбулентними та забезпечувати стійкість у змінних умовах [1; 5; 8].

До ключових причин, які сприяли стрімкому розвитку комп'ютерних технологій в сфері управління міжнародними компаніями належать:

- автоматизація процесів – комп'ютерні технології дозволяють автоматизувати багато рутинних операцій і процесів управління, що поліпшує ефективність і зменшує ймовірність помилок;
- системи управління ресурсами – використання комп'ютерних систем для моніторингу та управління ресурсами міжнародних компаній (людські ресурси, фінанси, матеріали) дозволяє оптимізувати витрати і підвищує продуктивність;
- обробка та аналіз даних – великі обсяги даних можна ефективно обробляти та аналізувати за допомогою комп'ютерних алгоритмів, що допомагає приймати більш обґрунтовані управлінські рішення;
- електронна комунікація – завдяки комп'ютерам і Інтернету комунікація між різними відділеннями міжнародних компаній або навіть між віддаленими офісами стала швидшою та ефективнішою;

- сучасні інформаційні системи – впровадження ERP (Enterprise Resource Planning) та інших сучасних інформаційних систем дозволяє об'єднувати різні аспекти управління в єдиний інтегрований підхід;
- штучний інтелект та аналітика – використання інтелектуальних алгоритмів та аналітичних інструментів дозволяє вдосконалити прогнозування, оптимізацію рішень і робити стратегічні висновки;
- мобільні технології – застосування мобільних пристроїв та додатків для управління міжнародними компаніями забезпечує можливість працювати в режимі реального часу з будь-якого місця.

Ці технології спільно допомагають міжнародним компаніям підвищити ефективність, знизити витрати та легше пристосовуватися до змін в бізнес-середовищі [3; 5]. Також, при використанні штучного інтелекту у системі управління міжнародними компаніями необхідно звернути увагу на додаткові характеристики, такі як: адаптивність, ефективність, навчання та можливість взаємодії.

Інтелектуальна система повинна швидко адаптуватися до змін у середовищі, будь то нові дані чи вимоги. Інтелектуальна система повинна оперативно вирішувати завдання і не заважати швидкому розвитку подій. Інтелектуальна система повинна не лише функціонувати у вакуумі, а й ладнати з іншими технологіями та людьми [4; 7; 9].

Автоматизація та розвиток штучного інтелекту, безумовно, мають і деякі загрози, які можуть виникнути:

- втрата робочих місць – автоматизація може призвести до зменшення потреби в робочих руках, особливо в тих галузях, де роботи можуть бути заміщені алгоритмами;
- соціальна диспропорція – якщо штучний інтелект впроваджується нерівномірно, це може призвести до соціальної нерівності, де деякі групи отримують більше користі, ніж інші;
- приватність і безпека даних – зі збільшенням використання штучного інтелекту зростає ризик порушення приватності та неправомірного використання особистих даних;
- потенційна залежність – люди можуть стати залежними від технології, що може призвести до втрати деяких навичок та здатностей;
- етичні питання – розробка і використання штучного інтелекту ставить перед собою етичні питання, такі як відповідальність за прийняття рішень та можливість виникнення біасу в алгоритмах.

Важливо розвивати технології відповідно, з урахуванням цих аспектів, щоб максимізувати користь для суспільства і мінімізувати негативні наслідки [2; 6].

Є кілька факторів, які можуть стати важливими в цьому контексті. По-перше, є питання щодо інфраструктури та доступності технологій. Другий аспект – це кадровий резерв.

Також, слід враховувати правові питання. Чи існують відповідні закони та стандарти для впровадження та регулювання штучного інтелекту в бізнес-середовищі? Наявність чіткої правової бази може стати ключовим фактором для приваблення інвесторів. Якщо іноземні інвестори бачать переваги в розвитку штучного інтелекту в Україні, це може стати додатковим стимулом для їх інвестицій [1-9].

#### Література

1. Marcin Szczepanski. Economic Impacts of Artificial Intelligence (AI). European Parliamentary Research Service. 2019. P. 2–3.
2. Olshanska O. V. Actual aspects of foreign economic activity and foreign economic relations in modern economic conditions / O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova, O. V. Parashchak // Формування ринкових відносин в Україні. – 2022. – № 9 (256). – С. 21-28.
3. Ольшанська О. В. Діджиталізація економіки: застосування цифрових технологій в економічній політиці / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : збірник наукових праць за результатами Всеукраїнської конференції, м. Київ, 10 травня 2022 р. / за ред. А. М. Вергун та ін. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 251-253.
4. Olshanska, O., Puzyrova, P. (2021). The mechanism of public financial support for stimulation of innovation in integrated clusters. Формування ринкових відносин в Україні. 2021. № 10 (245). С. 32–40.
5. Puzyrova P. V. Fundamentals of management and planning foreign economic activities of export-import enterprises / P. V. Puzyrova, O. V. Khaliliaeva, S. O. Okhrimenko // Формування ринкових відносин в Україні. – 2022. – № 10 (257). – С. 94-100.
6. Єфремова К. В. Особливості застосування штучного інтелекту у сфері фінансових послуг: досвід ЄС. Право та інноваційне суспільство № 1 (14) 2020. С.66-70.
7. Застосування штучного інтелекту у системі управління підприємством: проблеми та переваги <https://economics.net.ua/ejopu/2019/No2/93.pdf>
8. Рамазанов С. К. Фінансування та інвестування розвитку технологій створення систем штучного інтелекту в Україні / С. К. Рамазанов // Часопис економічних реформ. - 2022. - № 3. - С. 43-48.
9. Пузирьова П. В. Методи оцінки управління розвитком інноваційно-фінансового потенціалу промислових підприємств в умовах цифровізації / П. В. Пузирьова // Modern directions of scientific research development : proceedings of 9th International scientific and practical conference, Chicago, USA, 23-25 February, 2022. – BoScience Publisher, Chicago, USA, 2022. – P. 504-513.
10. Циганов С. А. Розвиток штучного інтелекту: еволюційні процеси на міжнародному фінансовому ринку / С. А. Циганов, В. В. Апалькова // Фінанси України. - 2018. - № 8. - С. 20-31.

## ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗНАНЬ З БІОЕКОНОМІКИ ДО ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

В сучасних соціально-економічних умовах тема новітні теорії економіки в умовах діджиталізації та смартизації має досить високу актуальність. Економічний простір швидко змінюється, актуалізуються питання суті та форми інтеграції українських підприємств в нову епоху, використання можливостей та запобігання ризикам, які несе епоха Web 3.0. З одного боку, вітчизняні промислові підприємства можуть скористатися можливостями нового укладу, нівелювати існуючі недоліки господарювання і стати лідерами світового ринку. З іншого боку, турбулентність та ризиковість нового укладу вимагає нового безпекоорієнтованого управління цим процесом [2, с. 27].

Аналіз економічного та інноваційного потенціалів, визначення пріоритетних видів економічної діяльності є лише першим, хоча й важливим етапом запровадження smart-спеціалізації. Він дозволяє регіонам України зареєструватися на Європейській платформі розумної спеціалізації (Platform S3) і в такий спосіб заявити про свої пріоритети. Така практика активно використовується країнами ЄС. Так, на Platform S3 зареєстровано 16 регіонів Польщі, спеціалізація яких об'єднана у п'ять технологічних розділів. Україна також мала певні успіхи на цьому шляху. Станом на 01.09.2020 року на Європейській Platform S3 було зареєстровано п'ять регіонів нашої країни – Закарпатська, Івано-Франківська, Харківська, Чернівецька та Чернігівська області. При цьому лише для Харківської та Черкаської областей подано інформацію про їхні пріоритетні напрямки досліджень. Визначені на рівні регіонів України напрямки smart-спеціалізації дають можливість перейти до наступного етапу реалізації даної концепції – етапу підприємницького відкриття (EDP). Його суть полягає в активному залученні до процесу остаточного визначення напрямків smart-спеціалізації бізнес-спільнот, науковців, представників громадських організацій. Саме завдяки поєднанню зусиль влади, бізнесу та науки реалізація концепції smart-спеціалізації може стати реальним механізмом структурної трансформації економіки та активізації розвитку регіонів [2].

Науково-інноваційна сфера як ключовий фактор майбутнього національної економіки на сьогоднішній день в Україні переживає складні часи, що обумовлено недостатнім рівнем фінансування, відтоком кваліфікованих кадрів, високим ступенем ризикованості, недостатньою увагою суспільства до цієї сфери та іншими факторами, найсерйознішим з яких є військова російська агресія проти України.

Один з визначальних показників ефективності реалізації інноваційної політики держави – це її місце у глобальних рейтингах. Україна представлена у багатьох міжнародних рейтингах, які оцінюють її інноваційний потенціал, інноваційну спроможність та результативність інноваційної політики. Їх всебічну характеристику дають, зокрема, такі рейтинги: Глобальний індекс інновацій – ГІ (The Global Innovation Index), Глобальний індекс стійкості конкурентоспроможності ГІСК (The Global Sustainable Competitiveness Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів – ГІКТ (The Global Talent Competitiveness Index), Зведений Інноваційний Індекс – ЗІІ (Summary Innovation Index – SII), а також Індекс людського розвитку – ІЛР (Human Development Index).



Рис. 1. Рейтинги України за індексами інноваційної спроможності [3]

Динаміка рейтингів України за чотирма найбільш популярними підходами до оцінки інноваційної спроможності за 2015-2022 рр. – ГІ, ГІСК, ГІКТ, ЗІІ – демонструє, що наша держава займає досить скромні



місяця, але останніми роками спостерігається тенденція до покращення деяких позицій. Так, у міжнародному рейтингу ГІСК у 2022 р. Україна вийшла у топ-50 зі 180 країн світу (рис. 1).

Позиції України у міжнародних рейтингах інноваційного розвитку засвідчують наявність високого рівня науково-освітнього потенціалу, який є основою конкурентоспроможності української науково-інноваційної сфери, підґрунтям для наукових розробок та інновацій, тощо.

Результати оцінювання науково-інноваційної спроможності України свідчать про необхідність здійснення реальних кроків у напрямку реалізації необхідних структурних змін в економіці та науці, а також технологічної модернізації виробництва та стимулювання бізнесу до інновацій. Рейтинг України за блоками показників ГІ відображено на рис. 2.



Рис. 2. Рейтинги України за 7 блоками глобального індексу інновацій [3]

Україна має створити сталу, інноваційну, ресурсоефективну економіку, інтегровану в світовий простір, яка поєднує продовольчу безпеку зі стійким використанням відновлюваних джерел енергії та ресурсів для промисловості [4].

Біоекономіка є парадигмою та інструментом досягнення цілей сталого розвитку [5]. Імплементация знань з біоекономіки до потреб смартекономіки України на засадах суспільних цінностей має потенціал для створення більш сталої, справедливої та соціально відповідальної економіки.

Імплементация знань з біоекономіки у смартекономіку України має ряд переваг, зокрема:

1. Збільшення продуктивності та ефективності. Біоекономіка на принципах циркулярності забезпечує рециклінг на безвідходній основі та виробництво продуктів з доданою вартістю.

2. Зменшення залежності від викопних ресурсів. Біологічні ресурси є відновлювальними, на відміну від викопних ресурсів, які є обмеженими. Отже, біоекономіка зменшує залежність від викопних ресурсів, таких як нафта, газ та вугілля. Впровадження та розвиток біоекономіки приводить до зменшення викидів парникових газів, захисту навколишнього середовища та сприяє переходу до сталої економіки.

3. Створення нових робочих місць. Біоекономіка має потенціал в Україні створити нові робочі місця в таких сферах, як сільське господарство; лісівництво й рибальство; промислова біоекономіка та біоенергетика; біофармацевтика і біомедицина; харчова промисловість; природоохоронна (екологічна) сфера, тощо [4].

Імплементация знань з біоекономіки у смартекономіку України забезпечує суспільні цінності:

1. Екологічна безпека. Біоекономіка сприяє екологічній безпеці виробництва та споживання, збереженню біорізноманіття та захисту навколишнього середовища.

2. Соціальна відповідальність. Біоекономіка сприяє соціальному розвитку та доброту.

3. Економічна ефективність. Біоекономіка на безвідходній циркулярній основі передбачає економічне зростання, впровадження інновацій та створення нових робочих місць.

Для забезпечення імплементации знань з біоекономіки у смартекономіку в Україні необхідно вжити таких заходів:

1. Розвиток нормативно-правової бази. Необхідно розробити нормативно-правову базу щодо впровадження та розвитку біоекономіки, яка забезпечить екологічну безпеку та соціальну відповідальність.

2. Інвестиції в дослідження та розвиток. Необхідно інвестувати в дослідження та розвиток біоекономіки, щоб забезпечити її технічну та економічну ефективність.

3. Підготовка кадрів. Необхідно забезпечити підготовку фахівців з біоекономіки, зокрема у закладах вищої освіти.

Імплементация знань з біоекономіки до потреб смартекономіки України має потенціал створити новий сектор сталої біоекономіки, який буде сприяти економічному зростанню, екологічній безпеці та соціальному розвитку.

#### Список літератури

1. Добрянська Н.А., Янгулов Е.П. Діджиталізація та смартизація як основні інструменти відновлення економіки підприємств. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2022. № 1. С. 27-34.
2. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія. [В. П.Вишневський, О. В. Вісцька, О. М. Гаркушенко, С. І. Князев, О. В. Лях, В. Д. Чекіна, Д. Ю. Череватський]; за ред. акад. В. П.Вишневського. ІЕП. Київ. 2018.
3. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2022 році: науково-аналітична доповідь / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2023. 94 с.
4. Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу [Текст] : монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2014.
5. Олешко А. А., Ольшанська О. В., Будякова О. Ю., Бебко С. В. Напрями розвитку біоекономіки в перспективі післявоєнного відновлення України. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія «Економіка та менеджмент». 2022. № 28. С. 18-28. DOI: 10.33813/2224-1213.28.2022.2
6. Олешко А. А., Ольшанська О. В., Будякова О. Ю., Бебко С. В. Розвиток стійкої біоекономіки: досвід Європейського Союзу та можливості для України. Агросвіт. 2022. № 3. С. 64–69. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.64

УКД 378.01: 330.3

І. Сверхун

*chernova.irena78@gmail.com*

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ДИНАМІКА ДИДЖІТАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ ДО ТА ПІД ЧАС ВІЙНИ

У повоєнний період суспільства стикаються з важким завданням відбудови своїх економік, реконструкції соціальної структури та підготовки до майбутніх криз. Інструментальним сектором у цих зусиллях повинен стати сектор інформаційних технологій. Його роль виходить далеко за межі його прямого економічного внеску, надаючи життєво важливі рішення для економічного відновлення, соціального відновлення та майбутньої стійкості.

В економічному плані ІТ-сектор відіграє ключову роль як двигун зростання та сприяння диверсифікації економіки. Він допомагає відновлювати пошкоджену інфраструктуру та надає місцевим підприємствам платформу для процвітання в цифровій економіці. Крім того, будучи сектором, який швидко розвивається, він стимулює створення робочих місць і стимулює інновації, сприяючи загальній економічній стабільності та модернізації.

З соціальної точки зору ІТ-сектор усуває комунікаційні прогалани, створені війною, сприяючи діалогу та возз'єднанню переміщених сімей. Він також підтримує такі ключові сектори, як освіта та охорона здоров'я, забезпечуючи безперервність надання основних послуг через цифрові платформи. Можливо, одним із найважливіших аспектів ролі ІТ-сектору є його здатність підвищувати стійкість суспільства до майбутніх криз. Інновації в галузі можуть створити системи раннього попередження, покращити комунікаційні мережі та розробити інструменти підтримки прийняття рішень, які нададуть суспільству можливість краще передбачати, реагувати на різні потрясіння та відновлюватися після них [1].

Роль ІТ-сектору виходить за рамки простої економічної потужності — він також може бути суттєвим фасилітатором соціальної реконструкції в післявоєнному контексті. Використовуючи технологічні інновації та цифрові послуги, суспільства можуть відновити та об'єднатися, розпочавши еру стійкості та прогресу.

В особливій мірі вказана диджиталізація стосується освітнього процесу. Доступ до освіти часто страждає під час конфліктів. ІТ-сектор може пом'якшити це за допомогою цифрових навчальних платформ. Як зазначає С.Карплюк, термін «цифровізація освіти» наразі має тенденцію використання для опису трансформації системи навчання й виховання, яка йде далі, ніж лише заміна аналогового чи фізичного ресурсу на цифровий. Зокрема, навчальна література не лише трансформуються в електронні книги, а надають цілий спектр інтерактивних і мультимедійних ресурсів. Таким чином, освітні процеси можуть стати вже онлайн-діалогами між відмінними сторонами освітнього процесу. На думку С.Карплюка, цифровізація освіти – це своєрідна зміна парадигми стосовно того, як в освітній системі викладачі й учні думають, як вони діють, як вони спілкуються із зовнішнім середовищем і один із одним, а цифрова технологія тут є скоріше інструментом, аніж метою [2].

Як вважають О.Панченко, І.Сердюк, цифровізація освіти має забезпечувати кожному громадянину рівний доступ до послуг, інформації й знань, які надаються на підставі освітніх комунікаційних і цифрових технологій, орієнтуватися на глобальне, європейське й регіональне співробітництво для інтеграції України до

ЄС, виходу на європейський та світовий ринки. Базова мета розвитку цифрових інфраструктур в освітній системі полягає у тому, щоб усі громадяни України без обмежень й ускладнень технічного, організаційного й фінансового характеру (у т.ч. соціально незахищені верстви населення) могли скористатися цифровими можливостями у сфері освіти незалежно від власного місцезнаходження або проживання і не перебували у сегменті «цифрового розриву» [4, с. 108].

Таблиця

Форми взаємодії учнів та педагогів при дистанційному навчанні в Україні [3]

Показник	Частота використання, %
<i>Канали зв'язку педагогічних працівників з учнями під час організації дистанційного навчання</i>	
Спілкування за допомогою месенджерів (Viber, WhatsApp та ін.)	96,9
Спілкування через телефонні дзвінки	83,6
Спілкування за допомогою електронної пошти (надсилання вчителем завдань та відправлення учнями виконаних робіт)	69,8
Спілкування через Zoom, Skype чи подібні засоби відеозв'язку	65,6
Використання спеціальних навчальних програм (Google Class, Learningapps та ін.)	62,1
Щоденний дистанційний перегляд учнями презентаційних матеріалів з предметів, підготовлених педагогами за темами до кожного з уроків	57,7
<i>Форми оцінювання навчальних досягнень учнів ЗЗСО при онлайн-навчанні</i>	
Виконання самостійних письмових робіт (диктантів, творів, презентацій тощо) з наступним відправленням їх учителю	93,9
Тестування з предметів на онлайн-платформах	76,9
Запис відео- та/або аудіовідповідей учнів із наступним відправленням їх учителю	65,8
Усні опитування з предметів у телефонному режимі	61,0
Виконання письмових робіт (самостійних робіт, диктантів, творчих робіт) в онлайн-режимі	58,2
Усні опитування в онлайн-режимі	52,0
Захист проектів (робіт) в онлайн-режимі	39,7

Слід насамперед згадати про дистанційне навчання, оскільки онлайн-платформи навчання можуть допомогти забезпечити безперервність навчання. Навіть попри пошкодження інфраструктури учні можуть продовжувати навчання за допомогою інтернет-навчальних програм і цифрових класів. Нижче у таблиці наведені форми взаємодії педагогів та учнів при дистанційному навчанні. Упродовж 2019-2022 роках слід відзначити наявність впливу на організацію освіти дистанційного навчання.

У цілому сприяння цифровій грамотності є важливим кроком до озброєння людей навичками для сучасного цифрового світу. Це може дозволити їм повніше брати участь у процесі відновлення та цифровій економіці.

У світі, де суспільства стикаються з багатогранними проблемами, викликаними наслідками воєн, сектор інформаційних технологій став критично важливим союзником для ефективного відновлення та довгострокової стійкості. Цей сектор, який характеризується своїм динамізмом і здатністю до інновацій, відіграє незамінну роль, яка виходить далеко за межі його прямого економічного внеску.

В економічному плані ІТ-сектор слугує каталізатором зростання, стимулюючи економічну диверсифікацію та сприяючи створенню робочих місць. Він допомагає у відновленні пошкодженої інфраструктури, стимулює місцеві підприємства процвітати в цифровій економіці та сприяє модернізації через технологічні інновації.

На соціальному фронті ІТ-сектор сприяє процесу відновлення та одужання суспільства. Усуваючи комунікаційні прогалини, це забезпечує возз'єднання сімей, сприяє діалогу та допомагає таким важливим секторам, як освіта та охорона здоров'я, за допомогою цифрових платформ.

Найважливішим є те, що ІТ-сектор відіграє ключову роль у зміцненні стійкості суспільства проти майбутніх криз. Розробляючи системи раннього попередження, удосконалюючи комунікаційні мережі та створюючи інструменти підтримки прийняття рішень, цей сектор надає суспільству можливість передбачати, керувати та відновлюватися після широкого спектру майбутніх загроз.

Підсумовуючи, ІТ-сектор відіграє важливу роль у допомозі суспільствам не лише оговтатися від руйнувань війни, але й зробити стрибок до майбутнього, яке є більш стійким, інклюзивним і технологічно розвиненим. Визнання та використання цього потенціалу має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій післявоєнного відновлення та сприяння сталому зростанню. Глибокий вплив ІТ-сектору на ці сфери підкреслює його ключову роль у післявоєнному відновленні та зміцненні стійкості.

Цифровізація освіти являється сучасним етапом її інформатизації, що передбачає насичення інформаційно-освітнього середовища електронно-цифровими пристроями, засобами, системами й налагодження електронно комунікаційного обміну між ними. Це фактично уможливило інтегральну взаємодію віртуального й фізичного, тобто формує кіберфізичний освітній простір. Цифровізація сполучає всі компоненти освіти. У зазначає контексті освіти трансформація реалізується згідно зі стратегічними

пріоритетами, що забезпечують оптимізацію якості середовища викладання, навчання та освітнього управління.

### Список літератури

1. Звітна наукова конференція Інституту цифровізації освіти НАПН України «Цифрова трансформація освіти України в умовах воєнного стану»: збірник матеріалів, 24.02.2023 р., м. Київ / упоряд.: О. П. Пінчук, Н. В. Яськова. Київ : ІЦО НАПН України, 2023. 157 с.
2. Карплюк С. О. Особливості цифровізації освітнього процесу у вищій школі. Інформаційно-цифровий освітній простір України: трансформаційні процеси і перспективи розвитку : матеріали методологічного семінару НАПН України. 4.04.2019 р. / за ред. В. Г. Кременя, О. І. Ляшенка ; уклад. А. В. Яцишин, О. М. Соколюк. К., 2019. С. 188-197.
3. Матеріали сайту Міністерства освіти і науки України [Електронний ресурс]. URL: [www.mon.gov.ua](http://www.mon.gov.ua)
4. Панченко О., Сердюк І. Інформаційна державна політика на шляху цифровізації. Аспекти публічного управління. 2020. Том 8. Спецвипуск № 1. С. 107-109.
5. Цифровізація регіонів. EGAP: веб-сайт. URL: <https://egap.in.ua/componenty/tsyfrovizatsiia-rehioniv>.

УДК 330

П. Пузирьова, С. Синиця

[puzyrova@ukr.net](mailto:puzyrova@ukr.net)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## АКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЧИННИКА РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ СМАРТ-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

Інформаційні технології відіграють ключову роль у розвитку сучасних смарт-економічних процесів. Актуалізація інформаційних технологій впливає на інноваційну сферу та смарт-економічні процеси через такі елементи [1; 3; 5]:

- інновації та дослідження – швидкість розвитку; відкритий обмін інформацією;
- ефективність бізнес-процесів – хмарні технології; автоматизація;
- розвиток смарт-економіки – Інтернет речей; аналітика даних;
- цифрова трансформація урядових служб – електронне урядування; блокчейн;
- кібербезпека – захист від кіберзагроз, як важливий аспект в умовах зростання кількості кіберзагроз та кібератак.

Актуалізація інформаційних технологій є ключовим елементом для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку сучасних економік, що відкриває нові можливості для інновацій, підвищує ефективність бізнес-процесів і сприяє створенню смарт-економічних систем [2; 4].

Інформаційні технології в сучасному світі відіграють важливу роль, а концепція смарт-економіки визначається великою мірою використанням цих технологій для оптимізації економічних процесів.

Інформаційні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей та аналітика даних, дозволяють підприємствам збирати, обробляти та використовувати величезні обсяги інформації для прийняття більш обдуманих рішень.

У смарт-економіці ці технології використовуються для створення інноваційних рішень, які поліпшують ефективність, конкурентоспроможність та сталість бізнесу [5; 7].

Смарт-економіка також включає в себе поняття «цифрового громадянства», де громадяни мають доступ до різноманітних електронних послуг, що спрощує їхнє життя та взаємодію з урядом та підприємствами [1-6].

В інноваційній економіці смарт-економічні процеси грають важливу роль, оскільки смарт-економіка ґрунтується на використанні інтелектуальних технологій для покращення всіх аспектів економічної діяльності. Ключовими елементами тут виступають [4; 6]:

1. Цифровізація та зброя інновацій: смарт-економіка включає в себе цифрові технології та інновації. Розвиток цифрових технологій дозволяє оптимізувати виробничі процеси, зменшувати витрати та прискорювати ринкові трансформації.

2. Big Data та аналітика: обробка великих обсягів даних надає можливість здійснювати більш точні та швидкі економічні прогнози, розробляти стратегії на основі фактів та забезпечувати більш ефективне прийняття рішень.

3. Інтернет речей (IoT): взаємодія між фізичними пристроями через Інтернет дозволяє підвищити автоматизацію та контроль у виробництві, логістиці, аграрному секторі та інших галузях.

4. Штучний інтелект: використання штучного інтелекту для аналізу даних, автоматизації завдань та вирішення складних проблем сприяє підвищенню продуктивності та зниженню помилок.

5. Електронна комерція та ФінТех: розвиток сучасних фінансових технологій та електронної комерції робить економіку більш гнучкою та пристосованою до потреб сучасного споживача.

Отже, інформаційні технології не лише забезпечують ефективне управління даними та оптимізують бізнес-процеси, але й можуть перетворити стратегічні аспекти компанії за допомогою таких концептів [1-7]:

– конкурентні сили системи - модель конкурентних сил, запропонована Майклом Портером, визначає п'ять сил, що впливають на конкуренцію в галузі (потужність покупців, потужність постачальників, загроза нових учасників, загроза заміщення продуктів та ступінь конкуренції між учасниками). Інформаційні технології можуть впливати на ці сили, забезпечуючи нові можливості, покращуючи взаємодію з клієнтами та оптимізуючи ланцюг постачання;

– структура ланцюга створення вартості – інформаційні технології дозволяють оптимізувати та автоматизувати процеси від виробництва до постачання та обслуговування клієнтів, що може призводити до зниження витрат, підвищення якості продукції та покращення обслуговування клієнтів;

– ринкова рамка ієрархії – інформаційні технології можуть змінити ринкову динаміку, викликаючи перетворення в галузі чи створюючи нові ринки. Вони розширюють можливості комунікації та співпраці, зменшуючи відстань між учасниками ринку та розширюючи географічний охоплюючий ринок.

Таким чином, використання інформаційних технологій у стратегічному управлінні може створити унікальні конкурентні переваги, які необхідні для успішного конкурування в сучасному бізнес-середовищі. Це може включати в себе впровадження інноваційних технологій, адаптацію до змін у вимогах ринку та підвищення ефективності операцій [1-3].

Смарт-економіка в умовах інноваційної економіки визначається як використання інформаційних технологій для оптимізації економічних процесів та створення ефективних та інтелектуальних систем управління різними сферами життя. Основні ключові аспекти смарт-економіки в інноваційній економіці:

1. Великі дані (Big Data): збір і аналіз великих обсягів даних дозволяє отримувати цінні інсайти, прогнозувати тенденції, вдосконалювати бізнес-процеси та управління ресурсами.

2. Штучний інтелект (AI): використання алгоритмів машинного навчання і штучного інтелекту для автоматизації різних завдань, від роботи виробництва до прийняття рішень в управлінні.

3. Інтернет речей (IoT): підключення фізичних об'єктів до Інтернету для збору даних та взаємодії між ними, що дозволяє створювати «розумні» системи управління.

4. Цифрова трансформація бізнесу: використання технологій для переосмислення бізнес-моделей, процесів та взаємодій з клієнтами.

5. Електронне урядування (e-Government): застосування інформаційних технологій для покращення ефективності державних служб, прийняття рішень та забезпечення доступу громадян до публічної інформації.

6. Електронна комерція (e-Commerce): використання інтернет-платформ для здійснення торгівлі та послуг, що сприяє глобальній інтеграції економіки.

7. Смарт-міста: впровадження інтегрованих технологій для оптимізації міського середовища, транспортних систем, енергозабезпечення та інших інфраструктурних систем.

8. Фінтех (Financial Technology): використання інноваційних технологій для надання фінансових послуг, таких як електронні платежі, краудфандинг, блокчейн і т.д.

9. Блокчейн та криптовалюти: використання технології блокчейн для забезпечення безпеки, прозорості та автоматизації фінансових та інших операцій [1-7].

Отже, смарт-економіка, в основному, базується на використанні інформаційних технологій для оптимізації виробництва, розподілу ресурсів і поліпшення ефективності. Інновації, з свого боку, надають необхідний імпульс для розвитку нових технологій та методів у всіх сферах економіки.

#### Література

1. Ареф'єва О.В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентоспроможність: [монографія] / О.В. Ареф'єва, Т.В. Луцька; Європейський ун-т. – К.: Вид. Європейського ун-ту, 2009. – 96 с.

2. Пузирьова П. В. Смарт-економіка: невід'ємна складова у відновленні та реалізації промислового потенціалу України в післявоєнний період / П. В. Пузирьова // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, м. Київ, 10 червня 2022 року. – В 2-х т. – Т. 1. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 205-208.

3. Теплюк М. А. Тренди інноваційного розвитку підприємництва малого бізнесу в умовах цифрової економіки // Вісник Хмельницького національного університету 2021, № 2. С 35-39.

4. Механізм фінансової підтримки малого підприємництва: зарубіжний досвід та вітчизняна практика: монографія / О. В. Чернявська, Т. С. Юрко. - Електрон. текст. дані. - Полтава : ПУЕТ, 2018.

5. Organizational and economic mechanism of a business security as a guarantee of its sustainable development [Електронний ресурс] / V. Tkachenko, I. Tkachenko, P. Puzyrova, A. Klochko // Virtual Economics. – 2019. – Vol. 2, No. 4. – P. 71-85.

6. Puzyrova P. Business support as part of the smart-economy and martial law / P. Puzyrova, A. Melnyk // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, м. Київ, 10 червня 2022 року. – В 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 138-141.

7. Puzyrova P. International integration as a factor of smart economy development in the post-war period in Ukraine / P. Puzyrova, D. Porokhnia, A. Svyrydov // Домінанти соціально-економічного розвитку України у

нових реаліях : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 30 березня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 130-131.

8. Puzyrova P. The relevance of the development of the technology transfer system as an element of the smart economy in the globalization conditions / P. Puzyrova, V. Bychkova, N. Khmelevskiy // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 30 березня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 125-126.

УДК 378.4 (477)

З. Шацька, А. Когут

shatskaya@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Смарт-спеціалізація є важливим елементом сучасного економічного розвитку промисловості, який базується на інноваціях та використанні високих технологій. Смарт-спеціалізація (від англ. Smart Specialisation Strategy) – концепція і політика Європейської комісії, що спрямована на підтримку інноваційного розвитку регіонів та країн щодо розбудови їхньої спроможності у рамках реалізації економічної стратегії Європейського Союзу «Стратегія 2020: Стратегія розумного, сталого та всеосяжного зростання» [8].

Концепція смарт-спеціалізації полягає «у виявленні унікальних характеристик і активів регіону, спрямована на впровадження нових методів управління шляхом співпраці між регіональними та національними органами влади, відповідальними за прийняття рішень щодо розробки та впровадження інноваційної політики, та відповідних зацікавлених сторін, які беруть участь у такому процесі (підприємці, університети, науково-дослідні установи, громадянське суспільство)» [2].

На сьогоднішній день країни ЄС накопичили значний досвід у реалізації концепції смарт-спеціалізації, який може бути застосований для післявоєнного відновлення промислового комплексу України. При цьому основою реалізації зазначеної концепції є нормативно-правове забезпечення, що має ключову роль у створенні сприятливого середовища для розвитку галузей смарт-промисловості.

Європейський Союз визнаний одним із провідних світових гравців у розвитку смарт-спеціалізованих галузей. Це досягається завдяки ряду законодавчих ініціатив, таких як «Горизонт 2020», що спрямовані на фінансову підтримку інновацій та досліджень [3]. В ЄС створено спеціальну платформу підтримки та розвитку смарт-спеціалізації «Smart Specialisation Platform», що є «локальним підходом, який характеризується визначенням стратегічних сфер для втручання на основі як аналізу сильних сторін і потенціалу економіки, так і процесу підприємницького відкриття із широким залученням зацікавлених сторін. Він орієнтований назовні та охоплює широкий погляд на інновації, включаючи, але не обмежуючись ними, технологічні підходи, що підтримуються ефективними механізмами моніторингу» [6]. Ключовими елементами смарт-спеціалізації в ЄС є такі:

- активи і ресурси, доступні регіонам і державам-членам, а також на їх конкретні соціально-економічні виклики щоб визначити унікальні можливості для розвитку та зростання;
- держави-члени платформи та регіони повинні підтримувати лише обмежену кількість чітко визначених пріоритетів для інвестицій, заснованих на знаннях, та/або кластерів;
- залучення зацікавлених сторін до смарт-спеціалізації, є інтерактивним процесом («підприємницьким відкриттям»), у якому ринкові сили та приватний сектор відкривають та виробляють інформацію про нові види діяльності, а уряд оцінює результати та надає повноваження найбільш здібним акторам. реалізації цього потенціалу [6].

Крім того, ЄС надає податкові пільги та інші фінансові стимули для смарт-спеціалізованих компаній.

Сполучені Штати Америки відомі своїми інноваційними стартапами та технологічними гігантами. Це досягається завдяки спеціальній державній політиці, в основу якої покладено податкові пільги, фінансову підтримку та сприяння інвестиціям у сфері смарт-спеціалізації. Регіональна політика США в контексті смарт-спеціалізації, спрямована на вирішення проблеми промислового переходу до територій, що пропонують можливості для більшого зростання та працевлаштування. Результатом реалізації даної політики є створення Нью-Йоркського нанокластеру, що є прикладом трансформації промислової бази регіону за рахунок використання існуючих промислових та освітніх смарт-технологій [5].

Японія успішно розвиває смарт-спеціалізовані галузі завдяки законодавчим ініціативам, спрямованим на захист інновацій та стимулювання їх комерціалізації. Японські програми фінансування також грають важливу роль у цьому процесі. Однією з найбільш розвинених у цьому напрямі є галузь будівництва. В Японії понад 92% населення проживає в містах. Перехід до концепції смарт-спеціалізації в галузі будівництва зумовив активний розвиток смарт-міст. Одним з найрозумніших смарт-міст Японії є місто Фудзісава. Місто Фудзісава побудовано на місці старої фабрики «Panasonic». Побудований новий квартал тут став домівкою для майже 2 тисяч людей. На відміну від багатьох інших проєктів смарт-міст, де головними стають технології, у місті

Фудзісава все створено умови для комфорту людини на покоління вперед. Розробники спланували інфраструктуру на сто років, з огляду на буквально все – від енергоспоживання до безпечної мобільності, охорони здоров'я, захисту від надзвичайних ситуацій. Кожен будинок обладнаний сонячними батареями та смарт-системами моніторингу, з ними можна відстежувати енергоспоживання як на рівні домогосподарства, так і на рівні кварталу в цілому. [4].

Україна, будучи на шляху до інноваційного розвитку, може взяти на озброєння досвід ЄС, США та Японії у створенні власної системи нормативно-правового забезпечення для смарт-спеціалізації. Такий підхід може включати в себе впровадження податкових стимулів, фінансову підтримку та створення сприятливого інвестиційного клімату. Слід враховувати, що у кожній країні є своя специфічна політика та унікальні вимоги щодо смарт-спеціалізації. Тому важливо адаптувати імплементацію нормативно-правового забезпечення до власних потреб і можливостей України. Залучення публічних і приватних секторів до спільного розвитку смарт-спеціалізованих галузей, а також створення сприятливого регуляторного середовища, є ключовими чинниками успішної реалізації смарт-спеціалізації.

Український уряд та бізнес-спільнота повинні активно співпрацювати, щоб створити інноваційну і стійку екосистему для розвитку смарт-спеціалізації. [1]. Перші кроки у цьому напрямі вже зроблено. Починаючи з 2016 року Урядом ініційовано обговорення можливостей запровадження смарт-спеціалізації в Україні, започатковано активний діалог з ЄС. В рамках науково-технічного співробітництва між ЄС та Україною, компанією «JRC» спільно з Національною академією наук України проведено «Інформаційний день Об'єднаного дослідницького центру Європейської Комісії». Інформаційна кампанія «JRC» спрямована на підвищення поінформованості про нові можливості, які виникають у межах науково-технічного співробітництва України з ЄС (JRC), в контексті впровадження смарт-спеціалізації S3.

У 2017 році розпочалася імплементація смарт-спеціалізації у трьох пілотних регіонах України: Харківська, Запорізька та Одеська області.

- У 2018 році розроблена низка нормативно-правових актів в напрямі смарт-спеціалізації, а саме:
- постанова КМУ щодо змін до «Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України»;
- постанова КМУ щодо «Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів»;
- наказ Міністерства регіонального розвитку України про «Методику розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації».

У 2020 році в Україні розроблено проєкт Державної стратегії регіонального розвитку до 2027 року. В основу Стратегії закладена нова модель регіональної політики, що базується на наступних заходах [1]:

- зосередження державної підтримки на проблемних територіях та точках зростання;
- спрямування державних інвестицій не тільки на створення об'єктів «твердої» інфраструктури, але і «м'якої» розвиткові проєкти, що базуються на якісній діагностиці потенціалів та проблем різних типів функціональних територій;
- наявність документів просторового планування (схеми планування регіонів, громад і т. ін.), як обов'язкова умова реалізації таких державних програм;
- об'єктами політики стають функціональні території, що потребують державної підтримки (тобто фінансування під тип території). Це передбачає внесення змін у законодавство, спрямовані на полегшення діяльності стартапів, стимулювання досліджень та розробок, а також забезпечення захисту інтелектуальної власності.

Таким чином, нормативно-правове забезпечення смарт-спеціалізації має стратегічне значення для розвитку України в епоху інновацій та цифрової трансформації. За допомогою впровадження закордонного досвіду розробки нормативно-правової бази, Україна може створити сприятливі умови для росту смарт-спеціалізованих галузей.

#### Список літератури

1. Возняк Г. Смарт-спеціалізація як основа планування регіонального розвитку в Україні та вимога часу. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36361/2/FMZKPNES\\_2021\\_Voznyak\\_H-Smart\\_specialization\\_as\\_173-176.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36361/2/FMZKPNES_2021_Voznyak_H-Smart_specialization_as_173-176.pdf)
2. Шацька З.Я., Когут А.Л. Інноваційне відновлення промислового комплексу України на засадах стратегії смарт-спеціалізації. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. №6.
3. Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу: монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ). - Полтава : ПУЕТ, 2014. - 318 с
4. Smart Specialisation Strategies: past and future perspectives. *Interreg Europe*. URL: <https://www.interregeurope.eu/policy-learning-platform/news/smart-specialisation-strategies-past-and-future-perspectives>
5. Wessner, C.W. and Howell, T. (2018). "Developing strategies for industrial transition", Background paper for an OECD/EC Workshop on 15 October 2018 within the workshop series "Broadening innovation policy: New insights for regions and cities", Paris. [https://www.oecd.org/cfe/regionaldevelopment/WessnerHowel\(2018\)DevelopingStrategiesForIndustrialTransition\\_FL.pdf](https://www.oecd.org/cfe/regionaldevelopment/WessnerHowel(2018)DevelopingStrategiesForIndustrialTransition_FL.pdf)

6. C3 Smart Specialisation Platform. *European commission*. URL: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/what-we-do>

7. EUROPE 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive grow.

URL:<https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>

УКД 378.01:005.338.46

Г. Сосновський, Є. Хаустова

*gesha777@gmail.com, g.haystova@gmail.com*

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **РОЛЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У СТВОРЕННІ НОВИХ ГАЛУЗЕЙ ТА АДАПТАЦІЯ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДО НИХ**

Діджиталізація активно використовує цифрові технології: Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн. Споживачами цифрових технологій виступають усі — держава, бізнес, громадяни, що являє собою в цілому цифрове суспільство — це суспільство, яке інтенсивно та продуктивно використовує цифрові технології для власних потреб – самореалізації, роботи, відпочинку, навчання, дозвілля, а також для досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей.

Цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. За системного державного підходу цифрові технології стимулюватимуть створення робочих місць, підвищення продуктивності, темпів економічного зростання та якості життя.

Діджиталізація охоплює ряд складових елементів економіки та окремих галузей, які треба розглянути окремо. Кіберфізичні системи – механізми, що діють на основі особливих комп'ютерних алгоритмів та пов'язані з користувачами за допомогою мережі Інтернет. Метою цих систем є створення способів отримання й надання будь-якої інформації, зв'язок з аналогічними пристроями через Інтернет, а також поширення програмного забезпечення з використання мобільних додатків.

3D-друк – технологія, де методом накладання послідовних шарів матеріалу за даними цифрової моделі створюється тривимірний об'єкт. Процес відбувається за допомогою спеціального пристрою – 3D-принтера.

Робототехніка – орієнтована на виготовлення робототехнічних систем, які здатні автоматизувати складні технологічні процеси та полегшити працю людини у важких та небезпечних умовах. Промислові підприємства все частіше використовують працю «розумних» машин, заощаджуючи при цьому від 15% до 90% на операційних витратах.

Великі дані – охоплюють групу технологій та методів, що дають можливість аналізувати та обробляти набори інформації, як структурованої, так і не структурованої, задля отримання якісних та нових знань. Ці дані не піддаються обробці традиційними способами через досить великий об'єм.

Інтернет речей – глобальна мережа фізичних пристроїв, підключених до Інтернету, а саме «речей» з встановленими сенсорами, датчиками, здатними передавати та обмінюватися інформацією через спільні центри контролю, управління та обробки інформації.[1]

Сфера інформаційних технологій, панівними спеціальностями в цій масштабній галузі стануть працівники які вміють обробляти й оперувати даними: дата-журналісти, дата-архітектори. Також необхідні спеціалісти з ІТ-етики та утилізатори цифрового сміття, кількість якого невпинно зростає.

У сфері будівництва стає все популярнішим 3D-друк житла, тому потрібні проєктувальники для таких технологій. Також нині зріс попит на розробників «розумних» будинків і житла з використанням «зеленої» енергетики та гаджетів які використовують штучний інтелект та смарт технології, що створює попит на розробку як ІТ складової цих пристроїв так і інжиніринг безпосередньо на об'єктах будівництва, та підтримку їх функціонування та оновлення.

У медичній сфері будуть цінуватися спеціалісти, які займатимуться створенням штучних органів для пересадки, а також розробники імплантів і протезів, інженери-генетики, спеціалісти з імплантації органів, оператори медичних роботів, спеціалісти післяопераційної реабілітації.

Тяжка фізична праця в сільському господарстві витісняється роботами й обладнанням, а генетики працюють над виведенням стійких до хвороб та уражень рослинних культур і тварин. З потрібних професій: агрокібернетики, ГМО-агрономи, сільськогосподарські екологи та оператори дронів.

Сектор фінансів все більше використовує блокчейн і криптовалюту. Ще ціннішим стає час та інтелектуальна власність. Тож на ринку потрібні операціоністи з криптовалюти, оцінювачі інтелектуальної власності, стратеги з пенсійного плану, тайм-менеджери.

Соціальна сфера, має забезпечити комфортний перехід до мінливих умов та нових вимог у суспільному житті, ринок праці потребуватиме менеджерів з адаптації мігрантів, соціальних модераторів, спеціалістів із пристосування людей до роботи в Інтернеті. Від важкої та легкої промисловості до медицини, культури й медіа — модернізація відбувається всюди, і студентам та досвідченим спеціалістам треба швидко адаптуватися та постійно вчитися



новому. Тенденція до заміни фізичної праці роботами, глобального використання штучного інтелекту та ще більш уважне ставлення до екології диктують свої правила та нові виклики.

Сфера безпеки, діджиталізація створює залежність від даних, і як наслідок, кібератаки. Що потребує спеціалістів із кібербезпеки та кібердослідників, фахівців по захисту персональних цифрових даних.

AI та Machine Learning. Це платформи, що використовують штучний інтелект і машинне навчання для того, щоб створювати персоналізовані курси й навчальні матеріали для здобувачів освіти. Це дасть змогу здобувачам освіти навчатися самостійно й відповідно до свого рівня знань. Штучний інтелект можна використати, щоб допомогти здобувачам освіти під час виконання звичайних завдань у навчальному процесі й визначити поточний рівень їх підготовки. Серед переваг використання штучного інтелекту в системі освіти визначають: адаптацію до навчальних потреб кожного здобувача освіти: системи штучного інтелекту можуть урахувати індивідуальні сильні й слабкі сторони кожного учня і відповідно налаштовувати зміст і підтримку навчання, що забезпечить більш ефективне навчання; аналіз і спостереження за стилем навчання: системи штучного інтелекту можуть аналізувати й спостерігати за стилем навчання учня, його здібностями й рівнем знань, а також надавати налаштований зміст і підтримку, що забезпечить більш індивідуалізоване навчання; оцінку описових відповідей: системи штучного інтелекту оцінюють не лише закриті відповіді в тестовому форматі, але й описові, що дасть змогу більш глибоко оцінити розуміння матеріалу й аналіз здобувача освіти; зворотний зв'язок у реальному часі: завдяки штучному інтелекту учні можуть більше не боятися робити помилки, оскільки системи можуть надати зворотний зв'язок і виправити ці помилки в реальному часі, що допомагає вдосконалювати навички навчання; адаптивне навчання: штучний інтелект допомагає впроваджувати адаптивне навчання, завдяки якому учні можуть навчатися за власним темпом і рівнем, поступово переходячи до наступного етапу, що може забезпечити більш ефективний процес навчання; – доступність для різних груп користувачів: доступність освіти для різних груп користувачів. Наприклад, системи штучного інтелекту можуть забезпечувати адаптований навчальний матеріал для учнів із вадами зору, слуху або інших фізичних обмежень, забезпечуючи рівні можливості для отримання якісної освіти; – створення навчального контенту: використання програм, які перетворюють голос у текст. Навчальні матеріали на основі штучного інтелекту мають безліч переваг, але не можуть повністю замінити вчителів, важливо використовувати штучний інтелект як доповнення до навчальних матеріалів.[2]

AR і VR (augmented reality — доповнена («додана») реальність та virtual reality — віртуальна реальність). Це платформи, що використовують розширену й віртуальну реальність для створення інтерактивних навчальних матеріалів і курсів. Це надає змогу здобувачам освіти зануритися в навчальний процес і зрозуміти матеріал краще. AR Це не лише 3D або 360-сцени, це також звук, тактильні відчуття і навіть запахи. Виділяють п'ять основних переваг використання цих платформ в освіті: наочність: використання 3D-графіки в AR/VR дає змогу деталізовано показати складні концепції і процеси, зокрема, хімічні реакції, біологічні процеси, фізичні явища й інші, з можливістю заглибитися ще більше в деталі.

Blockchain. Це платформи, що використовують технологію «Блокчейн» для збереження та обміну навчальною інформацією. Це забезпечить захист даних і приватність здобувачів освіти. Блокчейн — це технологія, яка дає змогу створювати спільний, незмінний реєстр, що використовують для запису транзакцій і відстеження даних в освітній мережі. Блокчейн забезпечує безпечний обмін даними.

Cloud Computing — платформи, що використовують хмарні технології для збереження та обробки великих обсягів даних. Це дозволить навчальним закладам зберігати й обробляти дані без необхідності у власних серверах. Хмарні сервіси є новою технологією, яка дає змогу використовувати засоби опрацювання і зберігання даних на віддалених серверах, забезпечуючи доступ до них через інтернет. Цілі й завдання розробки програми реалізації використання хмарних технологій спрямовані на забезпечення захисту даних та їх конфіденційності, що є пріоритетним напрямом. Багато контрактів із постачальниками хмарних послуг уключають положення, що гарантують безпеку й конфіденційність даних користувачів. Однак, із поширенням хмарних технологій усе більшої актуальності набувають програми розпізнавання тексту. Мета й основне завдання впровадження хмарних технологій в освітній процес дають змогу вирішувати низку наукових і прикладних завдань, зокрема, відновлення документів, публікація тексту на вебсторінці, оцифрування книг, автоматизація систем бухгалтерського обліку, визначення номера банківської картки. Використання хмарних технологій у вищій освіті є перспективним напрямом, що дасть змогу збільшити ефективність і зменшити витрати. Це забезпечить швидкий і безпечний доступ до необхідних сервісів у навчальному процесі. Використання цих технологій дає змогу навчальним закладам отримати значні переваги порівняно з тими, які не використовують сучасні технології. [3]

Mobile Learning — платформи, що використовують мобільні пристрої для навчання і спілкування між здобувачами освіти й викладачами. Це дасть змогу здобувачам освіти навчатися в будь-який час і в будь-якому місці за допомогою компактних, портативних мобільних пристроїв і технологій, що дозволяє здобувачам освіти бути більш продуктивними, спілкуватись, отримувати або створювати інформацію.

### Список літератури

1. Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №19. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-113>
2. Мар'єнко М., Коваленко В. Штучний інтелект та відкрита наука в освіті. Фізико-математична освіта. 2023. Т. 38, № 1. С. 48—53. DOI: <https://doi.org/10.31110/2413-1571-2023-038-1-007>
3. Денисенко О. Дослідження та розробка системи розпізнавання тексту. ЛОГОС. ОНЛАЙН. 2020. № 11. DOI: <https://doi.org/10.36074/2663-4139.11.04>

УДК 336

Любич О. О.<sup>1</sup>, Драчко-Єрмоленко Є. В.<sup>2</sup>

alyubich@ukr.net

<sup>1</sup>віце-президент, д. е. н., проф., ДННУ «Академія фінансового управління»

<sup>2</sup>аспірант, ДННУ «Академія фінансового управління», Київ

### **ДИНАМІКА КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В ОЩАДНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

В умовах пандемії коронавірусу природно було очікувати скорочення обсягів заощаджень у банках. Однак вкладники в загальній масі, навпаки, виявились більш схильними до збільшення нагромадження коштів. Головна причина полягала у відкладеному попиті на купівлю певних товарів та послуг (подорожі, відпочинок). Ще одним фактором, на наш погляд, є те, що ядро вкладників завжди утворюють особи з високим рівнем достатку, тому в період вимушеної ізоляції вони не втрачали регулярні доходи і могли собі дозволити відстрочення витрат. Третім фактором є заощадження людей переважно пенсійного віку, котрі дотримувались консерватизму в споживанні і не переходили на цифрові канали у купівлі товарів в умовах карантину.

Статистика банківського сектору показує відносно стабільний приріст залишків вкладів у системі. Певне уповільнення приросту спостерігалось у 2021 р., коли активна фаза пандемії вже закінчувалася (табл. 1).

Таблиця 1. Динаміка коштів фізичних осіб у банках

Показники	01.01.20	01.07.20	01.01.21	01.07.21	01.01.22
Усього кошти фізичних осіб, млрд грн	552	626	682	700	727
Приріст між звітними датами, %	-	13	9	3	4

Джерело: Розраховано авторами за даними [1].

Змін у лідерстві серед ощадних банків не відбулось: перші місця зберігають два державні банки, конкуренцію яким складають лише Райффайзен Банк Аваль і Альфа-банк (сучасний бренд «Сенс-банк») (табл. 2). ПриватБанк та Ощадбанк поступились своїми позиціями, останній знизив свою частку більше ніж на 2 відсоткових пункти (в. п.). Помітну роль відіграють великі приватні банки, які активно розвивають дистанційний сервіс для клієнтів. Саме завдяки цьому ПУМБ збільшив ресурсну базу за коштами фізичних осіб за часів пандемії з 20,6 млрд до 35,1 млрд грн, а Універсал-банк (під брендом «МОНОБАНК») досяг ще більшого приросту – з 10,5 млрд до 33,5 млрд грн. Лояльність вкладників меншою мірою залежить від просунутого бренда, а здебільшого від якості послуг.

Таблиця 2. Банки – лідери у залученні коштів фізичних осіб, частка в системі, %

Банк	01.01.2020	01.01.2021
ПриватБанк	32,80	31,10
Ощадбанк	19,00	16,70
Райффайзен	4,80	5,80
Альфа-банк	6,60	6,70

Джерело: Розраховано авторами за даними [1].

Повноцінними ощадними банками, у яких частка коштів у загальних зобов'язаннях, перевищує 50 %, за результатами 2021 р. були вісім банків (ПриватБанк, Ощадбанк, Універсал банк, А-Банк, Мегабанк, Ідея Банк, Форвард, Полікомбанк), але в цьому сегменті панують, по суті, два великі державні банки. Протягом 2020 р. Ощадбанку вдалось збільшити частку коштів фізичних осіб у зобов'язаннях (табл. 3), але це відбулося за рахунок ситуативного зменшення приросту коштів юридичних осіб.

Таблиця 3. Частка залишків коштів фізичних осіб у зобов'язаннях провідних ощадних банків у період пандемії коронавірусу, %

Дата	ПриватБанк	Ощадбанк	Універсал	А-Банк
01.01.20	69,70	45,3	65,4	81,4
01.07.20	71,00	60,5	94,2	77,5
01.01.21	67,40	58,8	70,7	79,4
01.07.21	69,50	54,5	69,0	79,6
01.01.22	66,50	56,6	65,8	75,5

Джерело: Розраховано авторами за даними [1].

Як визнав НБУ за підсумками 2020 р. [2], карантин змінив фінансову поведінку більшості домогосподарств, які мають середні й вищі доходи: з одного боку, сталося скорочення витрат на споживання, з другого – підвищення норми заощаджень.

На стабілізацію залишків коштів на поточних рахунках фізичних осіб позитивно вплинув розвиток інтернет-торгівлі: якщо до пандемії коронавірусу типовою була купівля товарів у інтернеті через нижчу ціну, то в умовах карантину перелік номенклатури закупівель значно розширився. Так, зросли витрати на оплату доставлення їжі, продуктів і ліків на замовлення, без відвідування магазинів, послуг дистанційного навчання, інтернет-телебачення. Для таких платежів домогосподарствам необхідно було утримувати кошти на карткових рахунках, аби здійснювати безготівкові перекази. Таким чином пандемія та карантин значно прискорили розвиток сервісу дистанційного управління рахунками без відвідування філії банку.

Отже, можна стверджувати, що мало місце «вимушене заощадження», оскільки домогосподарства тимчасово скоротили витрати й відклали окремі видатки на кращі часи.

Перехід частини персоналу на дистанційну форму роботи був тимчасовим, але це також сприяло зменшенню поточних витрат домогосподарств. Особливий вплив на збільшення залишків коштів на поточних рахунках спричинила паніка серед тих верств населення, котрі побоювались зараження через банкноти. Заспокоюванню громадян сприяла комунікаційна політика Національного банку, а також встановлення вимог до дезінфекції купюр.

Наші висновки збігаються з результатами дослідження зарубіжних учених. Зокрема, Х. О. Дурсун-де Ніф та А. Шандльбауер порівняли динаміку коштів на рахунках у банках США та Західної Європи з рівнем інфікування населення і виявили, що під час пандемії у країнах із високим рівнем захворювань коронавірусом домогосподарства активніше нарощували заощадження на депозитних рахунках унаслідок скорочення витрат через обмеження їхньої мобільності [3]. Американські резиденти збільшили депозити на рахунках у банках більше ніж на 35 % на кінець 2021 р. порівняно з груднем 2019 р., це було рекордним приростом за останні 30 років [4].

На відміну від розвинутих країн, в Україні соціальні виплати (трансферти) громадянам унаслідок пандемії (захворювань) були незначними, тому їх не слід вважати причиною зростання заощаджень. Наприклад, експерти Європейського центрального банку доводять [5], що у країнах ЄС приріст заощаджень у банках великою мірою відображає нижче споживання, оскільки фіскальні трансферти стабілізували доходи сектору домашніх господарств, навіть тих, де працівники зазнали скорочення заробітної плати. Державні схеми скороченої зайнятості забезпечували компенсацію за втрату доходу і допомагали підприємствам зберегти наявні робочі місця.

Як доводять Р. Левін та ін., приплив депозитів до банків у період спалаху пандемії був викликаний пропозицією, а не попитом на депозити [5]. Суттєво стимулювало заощадження загальне побоювання в суспільстві щодо тривалості пандемії і можливої втрати роботи через закриття підприємства (або працездатності внаслідок захворювання) як джерела доходів. Нейтралізували цю тенденцію стимулюючі заходи з боку урядів щодо фінансової допомоги бізнесу в збереженні робочих місць.

Оскільки збільшення заощаджень відображає падіння споживання певних послуг, то цей фактор більше впливає на верстви населення з високими доходами (які відносно менше витрачають на харчування, а більше – на промислові товари і послуги, порівняно з домогосподарствами з низькими доходами). Також особи з високими доходами мали більше можливостей продовжувати працювати і заробляти доходи на дистанційній основі в умовах соціальної ізоляції.

Загальним висновком із дослідження цього питання є визнання того факту, що вплив пандемії на заощадження має більше унікальності, ніж загального, що дає змогу очікувати швидкого відновлення допандемічних тенденцій у зростанні ресурсної бази банків. Ощадні банки опинились у виграшному становищі в умовах пандемії коронавірусу як «установи безпечного зберігання відкладених витрат». Тобто приріст заощаджень є вимушеним, не дає змоги банкам заспокоюватися або стверджувати, що в схожих ситуаціях у майбутньому вони краще захищені, ніж універсальні банки.

#### Список літератури

1. Наглядова статистика. Національний банк України. – url: <https://bank.gov.ua/ua/statistic>.
2. Звіт про фінансову стабільність. – Грудень 2020 року. – Національний бан України. – url: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-gruden-2020-roku>.

3. Dursun-de Neef H. Ö., and Schandlbauer A. COVID-19, bank deposits, and lending. – Journal of Empirical Finance. - Volume 68, September 2022, Pages 20-33. – url: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0927539822000469>.

4. Castro A., Cavallo M., and Zarutskie R. Understanding Bank Deposit Growth during the COVID-19 Pandemic. FEDS Notes, June 03, 2022. – url: <https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/understanding-bank-deposit-growth-during-the-covid-19-pandemic-20220603.html>.

5. Dossche M., Krustev G., and Zlatanos S. COVID-19 and the increase in household savings: an update - ECB Economic Bulletin, Issue 5/2021. – url: [https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202105\\_04~d8787003f8.en.html](https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202105_04~d8787003f8.en.html).

6. Levine R., Lin C., Tai M., and Xie W. How Did Depositors Respond to COVID-19? - The Review of Financial Studies, Volume 34, Issue 11, November 2021, Pages 5438–5473, url: <https://doi.org/10.1093/rfs/hhab062>.

*Матеріал підготовлено в рамках проекту, що виконується за грантової підтримки Національного фонду досліджень України (реєстраційний номер: 2020.01/0546).*

УДК 658.15

Н. Радіонова, В. Левченко

radionova\_n@ukr.net, valentyna.levchenko@gmail.com

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Дослідження тенденцій розвитку внутрішнього аудиту в Україні потрібно розглядати через призму аналізу трендів, які відбуваються у суспільстві. Агентством з МСФЗ 17.05.2023 було проведено вебінар за темою: «Внутрішній аудит в Україні: адаптація до нових правил і викликів в умовах стрімких змін», на якому експерт Світового Банку з питань внутрішнього контролю та управління ризиками, аудитор, PhD Чумакова Ірина зазначила, що внутрішній аудит слід розглядати як частину суспільних процесів, тому мегатренди в суспільстві вплинуть на майбутнє внутрішнього аудиту [3].

Нещодавно оприлюднений **Звіт «Погляд керівників на головні ризики 2023 і 2032 років»** [3] (*Executive Perspectives on Top Risks 2023 & 2032*), був розроблений спеціально для того, щоб допомогти керівникам, членам ради директорів та іншим керівникам вищого рівня, у тому числі керівникам служби внутрішнього аудиту, зорієнтуватися у ці складні часи в багатьох сферах ризику, що дозволить їм більш ефективно управляти функцією внутрішнього аудиту.

Ефективне управління підрозділом внутрішнього аудиту є необхідним для забезпечення відповідності Стандартам внутрішнього аудиту, а також для додання цінності страхової компанії. Важливим аспектом в управлінні діяльністю з внутрішнього аудиту є правильне позиціонування підрозділу внутрішнього аудиту для:

- спрямування його роботи на підтримку досягнення цілей страхової компанії;
- налагодження співпраці з усіма структурними страхової компанії;
- максимізації використання ресурсів, доступних підрозділу внутрішнього аудиту;
- забезпечення постійного професійного розвитку внутрішніх аудиторів.

На практиці, компанії по різному називають відділи, що займаються внутрішнім аудитом, наприклад:

- департамент аудиту;
- служба внутрішнього аудиту;
- відділ ревізій та контролю;
- сектор аудиту.

Деякі компанії функції внутрішнього аудиту доручають виконувати фінансовим відділам чи відділам контролінгу, які можуть створювати у своєму складі окремі підрозділи, у зв'язку з чим часто доводиться чути такі довгі назви посад: «внутрішній аудитор департаменту фінансів», «аудитор відділу внутрішнього аудиту департаменту економіки та фінансів», «аудитор департаменту контролінгу» тощо [1].

Досить цікаво подано систему об'єктів аудиторської перевірки діяльності страхових компаній у дослідженні Калінської Т. А. й Самчинської Я. Б., які класифікували їх за трьома критеріями: правове забезпечення діяльності, система внутрішнього контролю й бухгалтерський облік і звітність страхових компаній [3, с. 164].

Класично, функції внутрішнього аудиту полягають у поліпшенні контролю всередині підприємства та виконанні захисної ролі, пов'язаної зі зберіганням активів, отриманням точної інформації про наявність майна власника. З 01.01.2024 набере чинності новий Закон України «Про страхування» від 18.11.2021 р. № 1909-IX [2], який регулює питання внутрішнього аудиту у страхових компаніях .

Так, стаття 32 Закону [2] розкриває основні організаційні підходи до створення підрозділу внутрішнього аудиту чи посади внутрішнього аудитора (для страховиків, які не є значимими). Зазначено, що підрозділ внутрішнього аудиту очолює головний внутрішній аудитор, який підпорядковується раді страховика й не має права займати посади в інших страхових компаніях, крім посад внутрішнього аудитора страховиків, які входять до однієї фінансової групи із страховиком. При цьому, головний внутрішній аудитор затверджується на посаду після погодження їх кандидатур Національним банком України.

Наглядова рада страховика створює постійно діючий підрозділ внутрішнього аудиту і забезпечує незалежне виконання ним відповідних функцій.

Серед основних функцій внутрішнього аудиту страхових компаній зазначено:

1) оцінка ефективності організаційних засад управління страховою компанією, системи внутрішнього контролю, системи управління ризиками, контролю за дотриманням норм (комплаєнс), актуарної функції та їх відповідність розміру компанії, складності, обсягам, видам, характеру здійснюваних страховиком операцій, організаційній структурі та профілю ризику діяльності з урахуванням особливостей функціонування страхової компанії як значимого (за наявності такого статусу) та/або діяльності фінансової групи, до складу якої входить страховик;

2) аналіз ефективності процесів управління страховою компанією, у тому числі щодо дотримання вимог до платоспроможності;

3) моніторинг ефективності процесів перевірки дотримання керівниками, структурними підрозділами та працівниками страхової компанії вимог законодавства України і внутрішніх положень;

4) оцінювання дієвості поточних перевірок фінансово-господарської діяльності страхової компанії;

5) аналізування ефективності перевірки працівників компанії щодо відповідності кваліфікаційним вимогам та професійності виконання трудових обов'язків;

6) визначення дієвості процесів виявлення та перевірки випадків перевищення повноважень посадовими особами страхової компанії, а також врегулювання конфлікту інтересів посадових осіб та працівників;

7) оцінювання ефективності процесів, що забезпечують достовірність та своєчасність надання інформації органам управління та державної влади, які в межах своїх компетенцій здійснюють нагляд за діяльністю страхової компанії;

8) здійснення іншої діяльності, визначеної нормативно-правовими актами Національного банку України[2].

Страхова компанія має подавати Регулятору звіт про діяльність підрозділу внутрішнього аудиту та інші документи за результатами внутрішнього аудиту [5, с. 11].

Аналіз даних має застосовуватися в аудиторській роботі, щоб надати розуміння та виявити потенційні ризики, які матимуть вплив на страхову компанію у майбутньому.

Важливо зазначити, що головний внутрішній аудитор та працівники структурного підрозділу, що проводять внутрішній аудит страхової компанії, зобов'язані вживати заходів щодо недопущення будь-якої можливості виникнення конфлікту інтересів [6]. Разом з тим, «незалежність» підрозділу внутрішнього аудиту не означає «ізоляція». Повинна бути регулярна взаємодія між внутрішнім аудитом та керівництвом для забезпечення узгодженості зі стратегічними цілями та операційними потребами страхової компанії.

Управління діяльністю підрозділу внутрішнього аудиту в страховій компанії буде ефективним, якщо:

- підрозділ внутрішнього аудиту забезпечує виконання основних завдань, визначених Положенням та іншими внутрішніми документами з питань внутрішнього аудиту;

- підрозділ внутрішнього аудиту забезпечує досягнення цілей та результатів, визначених стратегічним та операційним планами страхової компанії;

- діяльність підрозділу внутрішнього аудиту здійснюється відповідно до Положення та інших внутрішніх документів з питань внутрішнього аудиту;

- працівники підрозділу внутрішнього аудиту дотримуються Кодексу етики внутрішніх аудиторів;

- діяльність із внутрішнього аудиту здійснюється з урахуванням стратегії та цілей компанії, ризиків та проблем, які можуть мати негативний вплив на виконання функцій і завдань страхової компанії;

- працівники підрозділу внутрішнього аудиту відповідають вимогам щодо професійної компетентності та проявляють професійну ретельність під час виконання аудиторських завдань;

- забезпечується постійний професійний розвиток працівників підрозділу внутрішнього аудиту;

- діяльність із внутрішнього аудиту сприяє вдосконаленню системи управління, внутрішнього контролю та управління ризиками, запобіганню фактам незаконного, неефективного й нерезультативного використання бюджетних коштів, виникненню помилок чи інших недоліків у діяльності державного органу, підприємств, установ та організацій, що належать до сфери його управління [4, с.9].

Діяльність підрозділу внутрішнього аудиту має моніторитись радою страхової компанії щодо оцінювання ефективності його діяльності. Серед основних переваг оцінювання ефективності діяльності внутрішнього аудиту страхової компанії виділимо:

1) надання об'єктивних даних для удосконалення діяльності (через самооцінку або бенчмаркінг);

2) демонстрація цінності, яку внутрішній аудит приносить страховій компанії та її керівництву;

3) підвищення ефективності та результативності роботи підрозділу.

### Список літератури

1. Бобрович О. Б. Проблемні аспекти методики здійснення аудиту фінансової звітності страхових компаній /О. Б. Бобрович// Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.15– С. 176–185.
2. Закон України «Про страхування» від 18.11.2021 р. № 1909-IX. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#n690>.
3. Калінська Т.А., Самчинська Я.Б. Об'єкти аудиту діяльності страхових компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://business-navigator.ks.ua/journals/2012/28\\_2012/34.pdf](http://business-navigator.ks.ua/journals/2012/28_2012/34.pdf)
4. Мельничук І. І. Формування моделі внутрішнього аудиту фінансових результатів страхових компаній: синергетичний підхід до побудови [Текст] / І. І. Мельничук // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка / редкол.: В.П. Мікловда (гол. ред.), В.І. Ярема, Н.Н. Пойда-Носик та інші. – Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2017. – Вип.1(49). Том 1. – С. 347–350.
5. Радіонова Н.Й. Особливості організації служби внутрішнього аудиту на підприємстві/ Н.Й. Радіонова// Economy, finance, law: current problems and development prospects: collective monograph. Anisiia Tomanek OSVČ. (Prague, Czech Republic) – 2023. – С.5 -16.
6. Розпорядження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері фінансових послуг «Про затвердження Порядку проведення внутрішнього аудиту (контролю) у фінансових установах» від 05.06.2014 р. №1772. - [Електронний ресурс]. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0885-14#Text>

УДК 368.3.06

В. Апацький, І. Тарасенко

vva0919@gmail.com, irataras@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТРАХУВАННЯ КІБЕРИЗИКІВ В УКРАЇНІ

Страхування кіберризиків – це страховий продукт, який призначений для захисту компанії від ризиків, пов'язаних із використанням мережі Інтернет та із ризиками, що виникають під час використання інформаційних технологій, IT-інфраструктури та діяльності підприємства в кіберпросторі. Слід відзначити, що діяльність у галузі страхування кіберризиків нерозривно пов'язана з кібербезпекою. Це передбачає знання та розуміння характеру кіберзагроз для інформаційних систем, які становлять небезпеку для бізнесу та урядових організацій, а також внутрішніх факторів, як, наприклад, особливості комп'ютерних систем та специфіка їх роботи.

Саме профілактика кіберзлочинів є предметом страхування кіберризиків, а також забезпечення мінімізації потенційних фінансових втрат від інцидентів під час функціонування інформаційних цифрових систем. Для України в кіберпросторі особливу загрозу становить і країна-агресор, тому розвиток страхування кібер-ризиків є нагальною потребою для страхового ринку України та економіки в цілому в умовах сучасних викликів. Все це зумовлює актуальність дослідження тематики страхування кіберризиків в Україні, поглиблення теоретичних засад у цьому напрямі та впровадження досвіду високорозвинених країн. Ефективно організоване управління кіберризиками та наявність деталізованого страхового захисту в разі настання кіберінцидентів є запорукою успішної діяльності з урахуванням стрімкої діджиталізації суспільно-господарської діяльності в умовах сучасних викликів, які постають в кіберпросторі.

Найбільш значний внесок у становлення та розвиток теорії страхування кіберризиків внесли такі українські вчені як: Р. Пікус, Н. Приказюк, В. Братюк, С. Волосович, Л. Клапків, О. Харченко, В. Яремич, а також іноземні: Г. Шварц, Р. Бохме, А. Цохоу, В. Діаманополоу, С. Грітзаліс та інші. Проте, ряд питань теоретичного і практичного характеру до цих пір є дискусійними та недостатньо опрацьованими.

Розвиток інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, відкрив небачені раніше можливості для світового економічного зростання. Це збільшило ефективність та швидкість комунікації, прискорило бізнес-процеси, сприяло їх автоматизації, створило чимало нових сфер для ведення бізнесу, зокрема і таких, в яких діяльність повною мірою здійснюється в мережі Інтернет. Виникнення Big Data, фінтех, криптовалют, блокчейну, хмарних сховищ та обчислень, штучного інтелекту дозволило значно поглибити та прискорити розвиток світової економіки. Однак із розвитком цифрових технологій з'явилися нові виклики – кіберризиків, які часто призводять до колосальних збитків навіть для найбільших та найпотужніших транснаціональних корпорацій.

У зв'язку із цими викликами все більш актуальним стало кіберстрахування як засіб для мінімізації фінансових втрат у разі витоку корпоративних даних, втрати інтелектуальної власності, витоку даних клієнтів тощо.

Для України страхування кіберризиків набуло особливої актуальності через агресію з боку російської федерації, яка активно проводила кібер-атаки на інформаційні системи українських компаній та урядових організацій. Проте розвиток кіберстрахування все ще перебуває на етапі зародження, тому особливо важливим

стають питання вивчення поняття «кіберризик» та вдосконалення підходів до його трактування, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Поняття «кіберризик» є досить новим у науковій літературі і навколо його визначення продовжуються дискусії. Існує чимало підходів до визначення цього терміну. Найбільш змістовним є визначення кіберризиків, які наводять у своїх працях Пікус Р. В. та Бабенко Ю. Л. [1, с. 136], що повністю розкриває сутність, зміст та вказує на результат явища. В українському законодавстві також є визначення поняття «кіберризик» або ж «кіберзагроза» [2], яке, на нашу думку, потребує уточнення з урахуванням наслідків кіберзагроз.

За результатами проведеного дослідження сформульовано таке визначення: кіберризик – це ймовірність настання несприятливих подій, які вражають функціонування інформаційних систем та позначаються на кібербезпеці економічних суб'єктів, урядових організацій і фізичних осіб, наслідком яких є отримання прямих чи непрямих збитків, руйнування цифрових активів, витоки корпоративної чи приватної інформації, втрати інтелектуальної власності, потенційно можливі втрати репутації організації.

Економічні наслідки виникнення кібер-ризиків можуть бути як прямими, так і непрямыми. Прямі – це фінансові втрати від необхідності проведення розслідування інциденту, його правового супроводу, заходів для інформування клієнтів щодо існування проблеми з інформаційною системою, заходи на посилення інформаційної безпеки. Непрямі втрати включають в себе втрату репутації, потенційного доходу, знецінення інтелектуальної власності тощо. Виміряти непрямі наслідки реалізації кібер-ризиків набагато складніше, ніж прямі. Вони є довготривалими і менш помітними, але водночас приносять значну шкоду для подальшої діяльності компанії.

Страховання кіберризиків – це наймолодший напрям у страхуванні, який виник вже у XXI столітті як одна з історичних форм розвитку страхування. Чимало вчених дотримуються позиції, що кіберстрахування – це все ж страховий продукт, а не сегмент ринку. Наприклад, українські дослідники Н. Нагайчук, Н. Третяк і О. Ткаленко [3, с. 102] стверджують, що кіберстрахування – це страховий продукт, призначений захищати компанію від ризиків, пов'язаних із використанням мережі Інтернет та таких, які виникають під час використання інформаційних технологій, IT-інфраструктури і діяльності підприємства в кіберпросторі. Німецькі вчені Г. Шварц та Р. Бем [4] кіберстрахування трактують як передачу фінансового ризику, пов'язаного з мережевими та комп'ютерними інцидентами третій стороні чи сторонам, оскільки є частою практика використання перестрахування. Тобто, на їх думку, це більше послуга, ніж сегмент ринку.

У страхуванні кіберризиків надзвичайно важливим аспектом є методологія оцінки кіберзагроз. Завдання такої оцінки полягають в тому, щоб: виявити загрози, які спрямовані на активи; визначити та спрогнозувати якомога більш точно наслідки реалізації кіберризиків; виявити вразливі місця для кібер-загроз в інформаційній безпеці організації; проаналізувати наявні методи контролю ризиків та визначити той, який дозволить мінімізувати виявлені загрози; оцінити ймовірність виникнення та реалізації кіберризиків.

Як зазначається в [1, с. 138], існує суттєва розбіжність серед страховиків щодо розуміння кіберризиків. Більшість з них розглядають загрози в кіберпросторі саме як ризики, тоді як значно менше страховиків ставляться до страхування кібер-ризиків як до окремого продукту. Кіберризики досить часто включають до класичних полісів страхування, тобто страхування майна, страхування відповідальності перед третіми особами та навіть до страхування екологічних ризиків.

Страховання кіберризиків виникло у зв'язку із нагальною потребою мінімізувати втрати від кіберзагроз відносно недавно, але попит на нього зростає з кожним роком. США були і залишаються лідером в галузі страхування кіберризиків. Навіть на страховому ринку Європи онлайн-страхування з'явилося порівняно недавно. У 2014 році обсяги фінансування страхування в кіберпросторі в Європі становили трохи більше 1 млн. доларів США [5].

В Україні страхування кіберризиків перебуває на етапі становлення. Тривалий час кіберстрахування лишалося додатковою послугою в договорах майнового страхування і не користувалося популярністю. Головним поштовхом до впровадження страхування кіберризиків в Україні стали масовані кібератаки 2017 року, коли Україна стала другою країною серед понад 90 країн, що постраждала найбільше після США. Саме хвиля кібератак у 2017 році й стала поштовхом до появи в Україні повноцінного спеціалізованого страхування кіберризиків. У 2018 році на страховому ринку України з'явилися спеціалізовані послуги зі страхування кіберризиків, а першою компанією, яка запропонувала такі послуги, стала СК AIG [6], яка, однак, згодом вийшла зі страхового ринку України. Пізніше страхові послуги зі страхування кіберризиків стали також надавати СК «АОН», СК UPSK, СК АСКА [7-9].

Другим поштовхом до необхідності впровадження кіберстрахування в Україні стала пандемія COVID-19. У 2022-2023 роках весь український страховий ринок опинився в глибокій кризі через повномасштабну війну, розпочату РФ проти України, коли паралельно ще триває перша в світовій історії кібервійна. За таких умов необхідність страхування кіберризиків зростає ще більшою мірою. Але, зважаючи на глибоку економічну кризу і те, що страхування не є послугою першої необхідності, поки що цей напрям був і залишається на етапі становлення. Однак він буде надзвичайно перспективним, коли страховий ринок України відновиться після завершення війни, оскільки з поглибленням діджиталізації та зважаючи на стратегію побудови цифрової держави, попит на кібербезпеку та все, що з нею пов'язано буде зростати.

#### Список літератури

1. Пікус Р. В., Ю. Л. Бабенко. Кіберстрахування: нові можливості для страхового ринку України. Економіка та держава. №2. 2022. С. 134-140. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.134

2. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України від 05.10.2017 № 2163-VIII (rada.gov.ua). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19>
3. Нагайчук Н. Г., Третяк Н. М., Ткаленко О. Страхування в системі управління кіберризиками підприємства в умовах цифрової економіки. Фінансовий простір. №1 (33). 2019. URL: <http://fpnpu.cibs.ubs.edu.ua/article/view/177102>
4. Bohme R., Schwartz G. Modeling Cyber-Insurance: Towards A Unifying Framework. Conference. 2010. URL: <http://www.icsi.berkeley.edu/pubs/networking/modelingcyber10.pdf>
5. Institute of Risk Management. URL: <https://www.theirm.org/knowledge-andresources/thought-leadership/cyber-risk>
6. Офіційний сайт страхової компанії AIG. URL: <https://www.aig.com/home>
7. Офіційний сайт страхової компанії АСКА. URL: <https://aska.ua/ua/business-insurance/industry/cyber-insurance>
8. Офіційний сайт страхової компанії UPSK. URL: <https://cyber.upsk.com.ua/>
9. Офіційний сайт страхової компанії АОН. URL: <https://www.aon.com/ukraine/solutions/risk-insurance-solutions/cyber-risk-insurance.jsp>

УДК 336.71

Ю. Русіна

[rusinaulia80@gmail.com](mailto:rusinaulia80@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі фінансовий сектор перебуває в центрі цифрової трансформації, трендом якої стають фінансові технології. У сфері фінансових технологій відбуваються радикальні зміни, пов'язані з підвищенням рівня автоматизації, відкритості та орієнтованості на споживача. Крім того в умовах карантину, вимушеної ізоляції та нині в умовах воєнного стану, роль використання цифрових технологій виходить на перший план в усьому світі, в тому числі й в Україні [4].

Нині фінтех-ринок слід розглядати з одного боку як екосистему, що об'єднує всіх учасників фінансового ринку, включаючи фінтех-стартапи, регулятори, банки, міжнародні платіжні системи, асоціації банкірів та фінансистів, та постачальників, а з іншого боку – як складну систему, яка об'єднує сектори нових технологій та фінансових послуг, стартапів та пов'язану з ними інфраструктуру.

Розвиток фінансових технологій в Україні особливо помітний в останні п'ять років, що обумовлено низкою факторів:

- світова економічна криза, що розпочалася у 2008 році та її наслідки;
- зростання світових процесів діджиталізації;
- активне поширення мережі Інтернет;
- розвиток конкуренції на фінансових ринках;
- стрімке поширення соціальних мереж та месенджерів;
- прагнення до інновацій, підвищення вимог до зручності користування, якості та швидкості отримання інформації;
- успіхи технологічних компаній в інших секторах економіки;
- зростання електронної комерції;
- державні карантинні обмеження 2019–2020 рр. [2, с. 190].

Фінтех-компанії не лише стають важливою складовою світової та національної економіки, вони трансформують сектор фінансових послуг за допомогою інноваційних продуктів, принципово змінюючи механізм роботи основних традиційних учасників ринку. Динамічний розвиток фінансових технологій передбачає необхідність обґрунтування ролі та місця фінтех-компаній на ринку фінансових послуг, розподілу сфер впливу та визначення взаємовідносин нових та традиційних учасників ринку [1, с. 204].

Фінтех відкриває величезні можливості для всіх суб'єктів фінансової сфери. Він забезпечує клієнтам зниження витрат, платежі в реальному часі, більш широкий вибір послуг та більшу зручність. Фінтех може сприяти розширенню доступу до фінансування для фізичних осіб, малих та середніх підприємств, недостатньо охоплених фінансовими послугами. Розкриваючи позитивний вплив фінансових технологій для всіх його суб'єктів, дослідники відзначають зростання конкуренції на ньому, консолідацію інформаційних технологій фінансовими організаціями для диверсифікації свого бізнесу, зменшення інформаційної асиметрії та підвищення ефективності ціноутворення, розширення набору фінансових послуг та кола потенційних клієнтів, забезпечення фінансової доступності в країнах з економікою, що розвивається і розвиненою економікою.

Поряд з вищезазначеними перевагами використання фінансових технологій має ряд недоліків: недостатній рівень нормативного регулювання внаслідок використання фінтех-компаніями відмінних від



традиційних установ бізнес-моделей; спонтанність прийняття рішення споживачами онлайн-послуг; обмеженість доступу з огляду на певний рівень вмінь та наявності гаджетів у користувачів для здійснення онлайн-операцій [5].

Основними трендами розвитку українського фінтеху є такі:

- вбудовані фінанси, які вже активно працюють на конкретних продуктах в Україні;
- транскордонні платежі і перекази. Вимушене переміщення частини населення України за кордон викликало необхідність розширення можливостей здійснення грошових переказів, зокрема, доступності послуг та швидкості операцій. Одним із найбільш популярних банківських переказів є SEPA Instant.
- адаптація українського фінтеху до європейського законодавства;
- удосконалення еквайрингу, впровадження бізнесами рекурентних платежів, інтеграція благодійних можливостей;
- одним із основних факторів оптимізації [3].

Державні регулятори фінансового ринку формують відповідну законодавчу базу, як фундамент для узгодженого, системного і цілеспрямованого розвитку вітчизняних фінтех-компаній. Так, Національний банк України затвердив Стратегію розвитку фінтеху в Україні до 2025 року як покроковий план створення в Україні повноцінної фінтех-екосистеми з інноваційними фінансовими сервісами та доступними цифровими послугами.

Ключовими дієвими елементами Стратегії стали:

- розроблення та впровадження концепту повноцінної регуляторної «пісочниці» для швидкого тестування інноваційних проєктів;
- підвищення рівня фінансової обізнаності та залученості (інклюдії) населення та бізнесу;
- запуск академічної бази з фокусом на відкритий банкінг.

Реалізація Стратегії також значною мірою залежатиме від виконання пов'язаних діджитал-проєктів, над якими працює Національний банк. Зокрема, йдеться про запровадження віддаленої ідентифікації та верифікації, імплементацію євродирективи PSD2, надання можливості здійснення миттєвих платежів із рахунку на рахунок у СЕП у форматі 24/7; посилення регуляторного периметру у сфері кібербезпеки та всі інші інноваційні проєкти банку [2, с. 192].

До основних напрямів розвитку вітчизняного ринку фінансових технологій слід віднести:

- удосконалення державного регулювання. Поширення та глобальний характер цифрових платформ є серйозними викликами для регуляторних органів, оскільки вони намагаються досягти оптимального балансу між захистом споживачів, просуванням конкурентних ринків та заохоченням інновацій. З точки зору антимонопольного законодавства, захисту економічної конкуренції потребуватимуть регулювання: визначення ринку фінансових технологій, потенційні мережеві ефекти, доступ до великих масивів даних, стандартизація і алгоритми тощо;
- вдосконалення продуктів, зокрема таких як електронний банкінг, автоматизація, біометрична ідентифікація, машинне навчання та штучний інтелект, блокчейн, Big Data, цифровізація всіх реєстрів, безпека платежів тощо;
- встановлення стратегічного партнерства з традиційними гравцями фінансового сектору. Погляди щодо оцінки впливу фінансових технологій зазнали еволюційних змін: від визнання їх прямою загрозою для банків до висловлювання щодо необхідності налагодження партнерських взаємовідносин між банками та фінтех-компаніями. Така співпраця сприятиме залученню нових клієнтів і диверсифікації бізнесу кожного з учасників фінансового ринку [1, с. 207–208].

Отже, розвиток ринку фінансових технологій обумовлений використанням фінансовими інститутами нових бізнес-моделей і зумовлює кардинальні зміни фінансової сфери. Дослідження вітчизняного ринку фінансових технологій свідчить про тенденцію нарощування його кількісних і якісних параметрів; значний вплив на діяльність традиційних учасників фінансового ринку; недостатньо сформовану нормативно-правову базу щодо регулювання діяльності фінтех-компаній з позицій захисту економічної конкуренції. Фінтех-компанії не лише стають важливою складовою світової та національної економіки, вони трансформують сектор фінансових послуг за допомогою інноваційних продуктів, принципово змінюючи механізм роботи основних традиційних учасників ринку. Подальший розвиток сектору фінансових технологій в Україні з розширенням доступу до фінансових послуг потенційних клієнтів, перш за все, фізичних осіб, є важливим фактором сприяння фінансовій інклюдивності. Основними напрямками розвитку вітчизняного ринку фінансових технологій є: удосконалення державного регулювання; вдосконалення продуктів; нарощування інвестицій; встановлення стратегічного партнерства з традиційними гравцями фінансового сектору. В Україні, не зважаючи на війну, розвиток фінансових технологій набуває обертів. Найбільшими ринковими сегментами серед українських фінтех-компаній є: технологічні напрямки, а також платежі та грошові перекази.

#### Список літератури

1. Калашнікова Т. В., Самохіна С. А. Розвиток ринку фінансових технологій в Україні як фактор сприяння фінансовій інклюдивності. *Вісник ХНАУ. Сер: Економічні науки*. 2018. №3. С. 201–210.
2. Ляхова О. О., Юркевич О. М., Корець К. Р. Сучасний стан фінтех-ринку в Україні. *Причорноморські економічні студії. Гроші, фінанси і кредит*. Вип. 79. 2023. С. 189–195.

3. Григораш О., Волошин І. Тенденції розвитку фінансових технологій під впливом пандемії та війни. *Економіка та суспільство*. 2023. №47: веб-сайт. URL: <https://doi.org/10.32782/25240072/2023-47-72> (дата звернення: 14.09.2023).

4. Шевченко О. М. Світові тенденції розвитку ринку фінансових технологій та особливості його функціонування в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 6: веб-сайт. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8976> (дата звернення: 14.09.2023).

5. Шевченко О. М., Рудич Л. В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. *Ефективна економіка*. 2020. № 7: веб-сайт. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8053> (дата звернення: 14.09.2023).

УДК 336.717

А. Вакеріна, О. Коваль

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І МАШИННЕ НАВЧАННЯ У ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГАХ**

Штучний інтелект (AI) і машинне навчання (ML) зробили революцію в галузі фінансових послуг [1]. AI стосується симуляції людського інтелекту в машинах, тоді як ML включає розробку алгоритмів, які можуть навчатися з даних і робити прогнози або рішення на основі цього навчання [2]. Поєднання цих технологій має потенціал змінити спосіб надання фінансових послуг, зробивши їх більш ефективними, точними та персоналізованими [3].

Індустрія фінансових послуг є великою та охоплює низку видів діяльності, включаючи банківську справу, страхування, управління інвестиціями тощо [4]. Ця діяльність генерує великі обсяги даних, які можуть бути використані штучним інтелектом і ML для покращення процесу прийняття рішень, аналізу ризиків, виявлення шахрайства та обслуговування клієнтів [5]. Наприклад, чат-боти на основі штучного інтелекту можуть надавати клієнтам персоналізовані рекомендації та підтримку, а алгоритми ML можуть аналізувати ринкові тенденції та визначати інвестиційні можливості [1].

Переваги AI та ML для фінансових послуг численні. Ці технології можуть допомогти фінансовим установам:

- 1) Підвищення точності та швидкості прийняття рішень.
- 2) Покращення аналізу ризиків і виявлення шахрайства.
- 3) Підвищення ефективності та зниження витрат.
- 4) Персоналізуйте досвід клієнтів.
- 5) Розробляти нові продукти та послуги [4].

Крім того, AI та ML можуть допомогти фінансовим установам залишатися конкурентоспроможними на ринку, що швидко розвивається, де очікування клієнтів постійно змінюються [6]. Однак важливо зазначити, що впровадження цих технологій також створює проблеми, такі як проблеми конфіденційності даних, дотримання нормативних вимог і потреба в спеціальних навичках і досвіді [7]. Таким чином, фінансові установи повинні ретельно розглянути потенційні переваги та ризики інтеграції штучного інтелекту та відмивання коштів у свою діяльність [2].

Застосування ШІ та машинного навчання у фінансових послугах

Одним із найважливіших застосувань ШІ та машинного навчання у фінансових послугах є виявлення та запобігання шахрайству [11]. Зі зростанням складності та частоти фінансових шахрайств традиційних методів виявлення шахрайства вже недостатньо. Алгоритми штучного інтелекту та машинного навчання можуть аналізувати величезні обсяги даних і виявляти закономірності та аномалії, які можуть свідчити про шахрайство. Ці алгоритми також можуть вчитися на минулих шахрайських діях і адаптуватися до нових методів шахрайства, що робить їх більш ефективними та ефективними у запобіганні шахрайству. Використовуючи штучний інтелект і машинне навчання для виявлення та запобігання шахрайству, фінансові установи можуть захистити активи та репутацію своїх клієнтів, мінімізуючи збитки через шахрайські дії [12].

Ще однією ключовою сферою, де штучний інтелект і машинне навчання мають значний вплив, є управління ризиками та оцінка [13]. Фінансові установи зобов'язані оцінювати та управляти різними типами ризиків, такими як кредитний ризик, ринковий ризик та операційний ризик. Використовуючи AI та машинне навчання, фінансові установи можуть аналізувати дані та визначати потенційні ризики точніше та швидше. Ці технології також можуть допомогти фінансовим установам розробити моделі ризиків, які є більш складними та ефективними, дозволяючи їм приймати більш обґрунтовані рішення щодо управління ризиками. Використовуючи ШІ та машинне навчання для управління ризиками та оцінки, фінансові установи можуть мінімізувати свій ризик і покращити загальну фінансову ефективність.

ШІ та машинне навчання також змінюють ландшафт аналізу торгівлі та інвестицій. Ці технології можуть аналізувати величезні обсяги фінансових даних і визначати закономірності, які можуть вказувати на вигідні

інвестиційні можливості. Використовуючи штучний інтелект і машинне навчання для інвестиційного аналізу, фінансові установи можуть приймати більш обґрунтовані інвестиційні рішення та отримувати кращу віддачу від своїх інвестицій. Крім того, ці технології також можуть допомогти в управлінні портфелем, дозволяючи фінансовим установам оптимізувати свої інвестиційні портфелі та мінімізувати ризик. Використовуючи штучний інтелект і машинне навчання для аналізу торгівлі та інвестицій, фінансові установи можуть покращити свою фінансову ефективність і зберегти конкурентну перевагу на ринку [1].

Виклики та майбутнє ШІ та машинного навчання у фінансових послугах

Однією з головних проблем, з якими стикається впровадження штучного інтелекту та машинного навчання у фінансові послуги, є питання конфіденційності та безпеки даних. Фінансові установи мають справу з великими обсягами конфіденційних даних, включаючи особисту та фінансову інформацію, що робить їх привабливою мішенню для кіберзлочинців. Тому вкрай важливо переконатися, що дані, які використовуються в системах штучного інтелекту та машинного навчання, є безпечними та захищеними від потенційних порушень. Фінансові установи повинні впровадити надійні заходи безпеки та протоколи для захисту своїх даних і систем від несанкціонованого доступу та кібератак [8].

Іншою важливою проблемою у використанні штучного інтелекту та машинного навчання у фінансових послугах є нормативні та етичні міркування. Фінансові установи повинні дотримуватися різних правил і стандартів, таких як Загальний регламент захисту даних (GDPR) і Стандарт безпеки даних індустрії платіжних карток (PCI DSS). Ці правила спрямовані на захист споживачів і гарантують, що фінансові установи поведуться з їхніми даними відповідально. Крім того, при розробці та розгортанні систем штучного інтелекту та машинного навчання слід враховувати етичні міркування. Фінансові установи повинні гарантувати, що їхні системи є прозорими, зрозумілими та справедливими, і що вони не сприяють упередженню чи дискримінації.

Незважаючи на виклики, майбутнє ШІ та машинного навчання у фінансових послугах виглядає багатообіцяючим. Удосконалення технологій і алгоритмів сприяють розробці більш складних і точних систем. Наприклад, ШІ та машинне навчання можуть допомогти фінансовим установам краще виявляти шахрайство, зменшувати ризики та покращувати взаємодію з клієнтами [10]. Очікується, що в майбутньому штучний інтелект і системи машинного навчання стануть ще більш поширеними у фінансових послугах, що може революціонізувати галузь. Однак важливо продовжувати вирішення проблем конфіденційності даних, безпеки та етичних міркувань, щоб забезпечити відповідальне та ефективне використання ШІ та машинного навчання у фінансових послугах.

Підсумовуючи, інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання у фінансові послуги зробила революцію в галузі. Переваги цих технологій включають покращене виявлення та запобігання шахрайству, управління ризиками та аналіз інвестицій. Однак існують також проблеми, такі як проблеми конфіденційності даних і безпеки, а також нормативні та етичні міркування. Незважаючи на ці виклики, майбутнє штучного інтелекту та машинного навчання у фінансових послугах виглядає багатообіцяючим, оскільки прогрес і розробки продовжуються. Оскільки індустрія продовжує розвиватися, стає зрозуміло, що ШІ та машинне навчання відіграватимуть дедалі важливішу роль у формуванні майбутнього фінансових послуг.

Інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання у фінансові послуги дійсно здійснила революцію в цій галузі. Переваги цих технологій стали очевидними і включають в себе покращене виявлення та запобігання шахрайству. За допомогою аналітики даних та алгоритмів машинного навчання можна виявляти аномальні паттерни та несправедливі транзакції швидше, ніж це можна зробити вручну. Це зменшує фінансові втрати і підвищує довіру клієнтів до фінансових установ.

Управління ризиками також стає більш ефективним завдяки штучному інтелекту і машинному навчанню. Алгоритми можуть аналізувати великі обсяги даних та ідентифікувати потенційні ризики, допомагаючи фінансовим установам приймати більш обґрунтовані рішення щодо кредитування, інвестицій і управління портфелем.

Крім того, аналіз даних за допомогою штучного інтелекту може надати цінну інформацію для інвесторів, допомагаючи їм приймати кращі рішення щодо розміщення коштів і управління інвестиційними портфелями.

Однак разом з усіма перевагами, зазначеними вище, існують і важливі виклики, які потрібно вирішувати. Проблеми конфіденційності даних і безпеки є основними питаннями у використанні штучного інтелекту та машинного навчання в фінансових послугах. Фінансові дані містять конфіденційну інформацію клієнтів, яка повинна бути належним чином захищена від несанкціонованого доступу. Регуляторні та етичні аспекти також грають важливу роль у використанні цих технологій, і їх вирішення є необхідним для забезпечення відповідального та ефективного використання штучного інтелекту та машинного навчання в фінансових послугах.

Усі ці виклики створюють нові можливості для розвитку та інновацій у фінансовій галузі. Майбутнє фінансових послуг, в основі якого будуть штучний інтелект і машинне навчання, може бути багатообіцяючим, але важливо розвивати ці технології з відповідальністю і з урахуванням всіх можливих наслідків.

### Список літератури

1. Штучний інтелект і машинне навчання: що відбувається на ринку і які перспективи галузі URL: <https://speka.media/stucnii-intelekt-i-masinne-navcannya-shho-vidbuvajetsya-na-rinku-i-yaki-perspektivi-galuzi-9qz4g9> (дата звернення: 15.09.2023).

2. Спрощення інтелектуального аналізу за допомогою ШІ/машинного навчання URL: <https://www.unite.ai/uk/driving-intelligent-analysis-through-ai-machine-learning/> (дата звернення: 15.09.2023).

3. III та машинне навчання в особистих фінансах: розумні заощадження та інвестиційні стратегії URL: <https://ts2.space/uk/> (дата звернення: 15.09.2023).
4. Як фінансові установи використовують III для підвищення безпеки та ефективності бізнесу URL: <https://worldvision.com.ua/kak-finansovye-uchrezhdeniya-ispolzuut-ii-dlya-povysheniya-bezopasnosti-i-effektivnosti-biznesa/> (дата звернення: 15.09.2023).
5. Штучний інтелект у FinTech: 5 програм, які використовують компанії URL: <https://blog.easypay.ua/shtuchniy-intelekt-u-fintech-5-program-yaki-vikoristovuyut-kompaniyi/>
6. Які інноваційні рішення запроваджують світові фінтех-гіганти: ідеї для українських компаній URL: <https://psm7.com/uk/fintech/kakie-innovacionnye-resheniya-vnedryayut-mirovye-fintex-giganty-idei-dlya-ukrainskix-kompanij.htm>
7. Машинне навчання та III: погляд венчурного капіталу на нові технології URL: <https://ts2.space/uk>
8. AI у фінансах? Випадки використання, переваги та проблеми URL: <https://www.unite.ai/uk>
9. Як машинне навчання допомагає виявляти шахрайство у сфері фінансових послуг URL: <https://ts2.space/uk>
10. Modern practice of application of URL: [moderntchno.de](http://moderntchno.de)
11. Роль наглядного навчання штучного інтелекту в галузі URL: [ts2.shop](http://ts2.shop)
12. III у фінансах: переосмислення інвестиційних стратегій [ts2.space](http://ts2.space)
13. Використання штучного інтелекту у торгівлі [www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.15.23.html](http://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.15.23.html)

УДК 336:368

Н. Радіонова, І. Буланцов

*radionova\_n@ukr.net, bulantsov6@gmail.com*

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## РОЗВИТОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

В сучасних умовах цифровізація вносить корективи практично у всі сфери. Однією з галузей, на яку цифровізація оказала значний вплив, є ринок страхових послуг. Страхування, як область, що має довгу історію, традиційно пов'язане з паперовими полісами, купами документів та структурними процедурами. Проте останні десятиліття ми спостерігаємо радикальні зміни у цій сфері, викликані активним впровадженням цифрових технологій. Сучасні реалії, в яких доводиться функціонувати вітчизняним страховим компаніям – це нестабільне ринкове середовище з високим рівнем інфляції, низькою платоспроможністю населення, значною конкуренцією, недосконалим законодавством, ускладнене військовими діями [6. с. 43]. Слід відмітити, що під впливом цифрових інновацій страхова сфера зазнала значних трансформацій, що обумовлює актуальність дослідження переваг та викликів, що виникають у страхових компаній у процесі переходу до нових реалій.

Попова Л. В. зазначає, що хоча вітчизняний страховий ринок й вважається найконсервативнішим з-поміж інших секторів фінансового ринку, але незважаючи на це, в галузі спостерігається тенденція збільшення застосування цифрових технологій [5].

Серед основних змін, що формують страхування майбутнього, виділимо:

1. Персоналізовані страхові продукти.

У минулому страхові продукти часто були стандартизованими та призначалися для впливу навколишнього середовища. Однак із появою цифрових технологій страхові компанії можуть адаптувати свої пропозиції до потреб кожного клієнта. Це дозволяє створювати персоналізовані поліси, які враховують стиль життя, звички та ризики клієнтів [1].

2. Цифрові канали продажів.

Інтернет та мобільні пристрої перетворилися на основні засоби спілкування між страховиками та клієнтами. Онлайн-портали та мобільні програми стали популярними у сфері продажів, що дозволило клієнтам заощадити, відвідати та купити страхові продукти у зручний час та у зручному місці [1].

3. Удосконалення процесів врегулювання збитків.

Цифрові технології здійснюють процес подання та обробки страхових заяв. Мобільні програми дозволяють клієнтам швидко документувати події, а штучний інтелект допомагає страховим компаніям автоматизувати процес обробки та прискорити виплати [1].

4. Використання великих даних та аналітики.

Страхові компанії активно використовують великі обсяги даних для аналізу ризиків та ціноутворення. Аналітичні інструменти та штучний інтелект дозволяють виявити зміни та передбачити можливі наслідки, які підвищують ефективність страхових операцій [2].

5. Екосистеми та партнерства.

Страхові компанії прагнуть створювати екосистеми та підтримувати партнерські відносини з іншими організаціями. Наприклад, автовиробники та технологічні стартапи стають частиною страхових екосистем, надаючи додаткові послуги та інтегруючи їх зі страховими продуктами [1].

#### 6. Кібербезпека та захист даних.

Враховуючи значні обсяги цифрової інформації страхові компанії приділяють велику увагу кібербезпеці. Захист даних клієнтів став пріоритетом, а інвестиції у засоби забезпечення безпеки посилюються [4].

Ці основні зміни охоплюють широкий спектр страхової діяльності та спрямовують ринок страхових послуг до більш гнучкого, клієнтоорієнтованого та ефективного майбутнього.

Цифрові технології вплинули на страхову індустрію, змінивши підходи до методів страхування. Серед основних цифрових технологій, які зазнали широке застосування у страхових послугах слід зазначити:

##### 1. Онлайн-продажі та цифрові платформи.

З появою Інтернету та мобільних пристроїв страхові компанії надають клієнтам можливість купувати поліси онлайн.

Цифрові платформи дозволяють порівнювати страхові продукти, умови та ціни від різних страхових компаній.

##### 2. Використання великих даних (Big Data):

Збір та аналіз великих обсягів даних дозволяють страховим компаніям більш точно оцінювати ризики та підтримувати оптимальні тарифи.

Сучасні інформаційні системи дозволяють автоматично аналізувати дані та виявляти аномалії, що допомагає у боротьбі з шахрайством.

##### 3. Інтернет-речі (IoT):

Датчики та Інтернет речі (наприклад, розумні автомобілі, розумні будинки) збирають дані про страхові події та дозволяють страховим компаніям пристроїв надавати персоналізовані послуги та знижки на основі поведінки клієнтів.

Інтернет речі також допомагають покращити прогнозування та запобігання страховим випадкам.

##### 4. Штучний інтелект.

Він використовується для процесів автоматизації, включаючи врегулювання страхових претензій, облік збитків та обслуговування клієнтів.

Віртуальні помічники та чат-боти допомагають клієнтам швидко отримувати відповіді на свої запитання.

##### 5. Блокчейн.

Технологія блокчейну сприятиме зниженню вартості страхових послуг та збільшенню ефективності операцій.

Крім цього, блокчейн може допомогти у боротьбі з шахрайством та підвищити довіру між страховими компаніями та клієнтами.

##### 6. Цифрові екосистеми та партнерства.

Страхові компанії активно впроваджуються в екосистеми з іншими організаціями, такими як автовиробники, охорона здоров'я та технологічні стартапи. Це дозволяє їм надавати комплексні рішення та додаткові послуги у рамках єдиної екосистеми.

##### 7. Кіберстрахування.

В умовах зростання кіберзагроз страхові компанії надають продукти, які виключають наслідки кібератак та порушення безпеки даних [3].

Цифрові технології не тільки оптимізують процеси всередині страхових компаній, але також надають клієнтам зручніші та персоналізовані послуги. Вони також допомагають знизити ризики та підвищити ефективність у сфері страхування.

Розглянемо кілька кейсів успішних проектів та компаній, які впровадили цифрові рішення у страхуванні:

- Компанія ZhongAn. Ця китайська страхова компанія, є одним із провідних гравців у галузі онлайн-страхування. Ця компанія пропонує продукти мікрострахування, які надають клієнтам можливість страхування дрібних ризиків, таких як затримка в дорозі або втрата мобільного пристрою за доступними цінами. Крім того, використовуючи технології, які дозволяють швидко управляти великими масивами даних, ZhongAn пропонує клієнтам персоналізовані страхові продукти.

- Компанія Metromile здійснює страхування автомобілів з урахуванням їх пробігу. Запропонований компанією мобільний додаток збирає дані про пробіг автомобіля та дозволяє оплатити страховку вручну на основі фактичного терміну використання автомобіля. Ця модель дозволяє клієнтам економити гроші, особливо це актуально, для клієнтів, які не часто використовують свій автомобіль.

На цих прикладах можна побачити, як різні компанії активно впроваджують цифрові технології для покращення своїх страхових продуктів та послуг.

Отже, цифрові технології сприяють розвитку сфери страхових послуг, роблять її більш доступною, ефективною та мобільною. У клієнтів є можливість за допомогою гаджетів швидко обирати страхові послуги, які краще відповідають їхнім потребам та стилю життя. Страхові компанії, у свою чергу, мають можливість ефективно управляти значними масивами даних та своєчасно запобігати ризикам. У цілому цифрова трансформація ринку страхових послуг надає безліч можливостей для зростання та розвитку. Ті компанії, які успішно адаптуються до цих змін та своєчасно застосовують інновації в роботі, зможуть покращити рівень своєї конкурентоспроможності та збільшити кількість своїх клієнтів.

#### Список літератури

1. Цифровий курорт: інновації та вплив на страховий бізнес (O'Leary & Ward, 2020). - С. 45-60.
2. Як використання великих даних змінює територію (Davenport & Harris, 2018). – С. 30-40.

3. Дослідження McKinsey & Company [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/automation-at-scale-is-driving-transformative-change-across-insurance>
4. Журнал Forinsurer. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/public/21/02/03/4926>
5. Попова Л. В. Сучасні тенденції розвитку цифрових технологій у страхуванні./Л. В. Попова// Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. - 2022. - №5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-5-08-02>
6. Радіонова Н. Й. Теоретико-методичні та прикладні аспекти застосування вартісно-орієнтованого підходу українськими туристичними підприємствами/ Н. Й. Радіонова, І. О. Тарасенко, С. І. Грищенко // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2023. - № 2 (13). - С. 42-51

УДК 336.71

A. Semenog<sup>1</sup>, A., Verhun<sup>2</sup>

a.semenog@biem.sumdu.edu.ua, vergun.am@knutd.edu.ua

<sup>1</sup>Sumy State University, Sumy

<sup>2</sup>Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv

## **THE DIGITALIZATION OF THE FINANCE INDUSTRY: FINTECH BENEFITS AND RISKS**

In this era of unprecedented technological progress, our financial world is undergoing a profound transformation, and this transformation is driven by digitalization. We live in an age characterized by rapid technological advancements and the continuous integration of digital solutions into every aspect of our lives. The financial sector, an essential pillar of our global economy, is no exception to this transformation. The digitalization of finance, often called FinTech, has emerged as a driving force reshaping how we bank, invest, and access financial services.

According to analytical and scientific publications, FinTech is a branch of the economy consisting of companies that use technology to provide financial services more efficiently. Companies from this industry are primarily startups created to make a breakthrough in already existing financial systems and organizations that do not use software products [1], organizations that combine innovative business models and technologies for the provision, expansion and distribution of financial services[2]; the sphere of activity of technical startups, which are making a revolution in such areas as mobile payments, money transfers, loans, fundraising, and even asset management [3]; computer programs and other technologies used to support or provide banking and financial services [4].

Thus, the term “FinTech”, an abbreviation of financial technologies, describes a wide range of innovations in the financial sphere and related entities [5]. “FinTech” refers to companies or representatives combining financial services with modern, innovative technologies. As a rule, they offer online products aimed at implementing a separate financial service (transfers, lending, investing, etc.) in a more convenient, efficient, transparent, and automated way than those that classic financial institutions can offer.

Therefore, FinTech services are services provided by technology companies with the help of special software and are focused on customers’ financial needs.

The evolution of “digital” in finance begins with digital banking, a transformative force that has changed how we interact with financial institutions. The benefits are clear: 24/7 access to accounts, transparent transaction histories, electronic fund transfers, and advanced security measures, including biometric authentication.

Online trading is another pivotal aspect of digital finance, empowering investors of all backgrounds to participate in the global markets. The days of shouting orders on trading floors are giving way to algorithmic trading platforms that execute trades at the speed of light. With just a few clicks or taps on a screen, individuals can buy and sell assets, access real-time market data, and manage their portfolios. However, this democratization of trading also poses challenges, including the need for financial literacy and risk management in a rapidly evolving digital landscape.

Fintech startups have emerged as a disruptive force, challenging traditional financial institutions and driving innovation. From peer-to-peer lending platforms to robo-advisors and digital payment solutions, fintech is reshaping the financial services landscape. The skill of these startups, coupled with their ability to leverage cutting-edge technologies like artificial intelligence and blockchain, enables them to address pain points in financial services and deliver efficient, cost-effective, and customer-centric solutions.

So, there are many potential benefits of financial industry digitalization. Among them are:

- Decentralization and diversification (observed as a result of increased competition and improved quality of services). In Fintech lending, innovations such as extensive data analysis and loan automation reduce barriers to market entry. The robo-advice service introduces new players to the asset management sector and, therefore, can increase diversification depending on the variety of models used. Theoretically, the use of distributed ledger technology could reduce concentration in the process of regulating activity.
- Efficiency (achieved thanks to modern technological platforms). The service of robo-consultations and technologies that simplify back-office functions can strengthen the business models of existing financial institutions.

Machine learning and artificial intelligence can help improve decision-making processes by improving the models used by financial institutions and investors. Using algorithms to assess creditworthiness and investment opportunities allows the platforms to operate relatively cheaply. FinTech lending platforms can reduce customer search and transaction costs, leading to better capital allocation. Distributed ledger technology can reduce risks by reducing settlement time.

- Transparency. Increased and better use of data can reduce information asymmetry in the financial services market. Improved data can enable the creation of intelligent contracts more precisely targeted at the specific risks users want to manage. FinTech lending and crowdfunding can unite the markets of households and businesses (facilitating the emergence of SME without the participation of banks).

- Access to financial services and the convenience of their provision. Neobank allows consumers to receive credit services and make purchases quickly and efficiently. Digital identity and TPP-based applications can support improved quality and accessibility of financial services for end users. Robo-advisory services expand access to wealth management for households. There is potential to develop a payments ecosystem to expand access to wholesale payment systems for non-banks.

In the digitalization of finance, regulatory bodies play a crucial role in ensuring stability, security, and fairness. Governments and financial authorities face the challenge of adapting existing regulations to encompass digital finance while fostering innovation. Topics such as data protection, cybersecurity, anti-money laundering (AML), and know-your-customer (KYC) requirements are at the forefront of regulatory discussions. Striking the right balance between innovation and risk mitigation is essential.

As we journey through this digital frontier, we must not overlook the challenges and risks that come with it. At the micro level, we have such risks:

- Discrepancy. Loan maturity discrepancies may arise due to securitization or if credit platforms begin to use their balance sheets to form bridging funds.

- Liquidity risk. FinTech activities are usually not related to keeping customers' money. For example, digital wallet providers typically take payments from bank accounts. As a result, most FinTech loans do not have sufficient collateral.

- Cyber risk. The greater use of technology and digital solutions expands the range and number of entry points cyber hackers can attack.

- Dependence on third parties. Robo-advisory and FinTech lending rely on third-party data providers that may be centralized.

- Legal risk. In the legal field, issues of legal uncertainty are related to FinTech innovations such as smart contracts or robot advisors. The system of state regulation is fragmented and differs significantly in different countries.

- Business risk of critical financial market infrastructure. If innovative payment and settlement services grow into critical FIMs, overall business losses may affect the provision of critical services and prevent their recovery.

Among the macro-level risks are:

- Systemic risk. Significant and unpredictable losses incurred by one FinTech platform may affect others. Increasing automation of trading strategies (more complex algorithmic trading, social trading) may lead to new and unpredictable shocks in the financial markets.

- Pro-cyclicality. Interactions between investors and borrowers on FinTech lending platforms are potentially more volatile than traditional intermediation, as a sudden unexpected increase in non-performing loans can trigger a crisis of confidence. Expanding access to cheap financing can contribute to the growth of competition between market participants and, as a result, to a decrease in prices, leading to over-crediting of the economy.

- Excess Volatility. Algorithmic trading platforms can be more active in periods of low volatility but quickly exit the market in periods of stress when liquidity requirements are high, thereby increasing the volatility of asset prices. FinTech aggregators are designed to facilitate the rapid movement of cash around the banking system, depending on changes in prices and relative indicators, which can increase the volatility of bank deposits and affect bank liquidity.

- Systemic value. Digital currencies and wallets can themselves replace traditional bank payment systems. FinTech aggregators can become the default means of accessing banks and applying for new bank accounts and loans.

But, as we look ahead, we see many exciting possibilities. Decentralized finance (DeFi) promises to revolutionize traditional financial services, offering a peer-to-peer, trustless, and global financial ecosystem. Quantum computing holds the potential to reshape financial modelling and risk analysis. Artificial intelligence-powered personal finance tools could enhance financial literacy and decision-making. And the globalization of digital finance can create a more interconnected and accessible financial world.

In conclusion, the digitalization of the finance industry is not just a trend; it is a revolution already in motion. It is reshaping how we interact with financial institutions, invest, and access financial services. While it brings immense opportunities, it also presents challenges requiring thoughtful consideration and proactive solutions.

### Literature

1. Blurred lines: How FinTech is shaping Financial Services [Electronic resource] // PricewaterhouseCoopers. – 2016. – Access Mode: <https://www.pwc.be/en/documents/media-centre/publications/2016/fintech-belgium-report.pdf>.

2.EY FinTech Adoption Index 2017 [Electronic resource] // Ernst & Young. – 2017. – Access Mode: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/\\$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf).

3. Munch J. What is fintech and why does it matter to all entrepreneurs [Electronic resource] / Jens Munch // Information portal – “Hot Topics”. – 2016. – Access Mode: <https://www.hottopics.ht/3182/what-is-fintech-and-why-it-matters/>.

4. Definition of fintech in English by Oxford Dictionaries [Electronic resource] // Oxford Dictionaries – Access Mode: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/fintech>.

5. Dorfleitner G. Definition of FinTech and Description of the FinTech Industry / G. Dorfleitner, L. Hornuf, M. Schmitt, M. Weber. – FinTech in Germany. Springer International Publishing AG, 2017. – p. 5-10.

УДК: 336:334.012:338.48

С. Грищенко

[serge.grischenko@gmail.com](mailto:serge.grischenko@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАСАДАХ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ VBM**

Значення туристичної індустрії як одного з пріоритетних видів економічної діяльності для України, як і інших країн, що мають туристичний потенціал, визначається тим, що ця галузь є джерелом валютних надходжень, створює робочі місця і, таким чином, сприяє підвищенню рівня зайнятості населення, збільшенню надходжень до державного бюджету і покращенню платіжного балансу і ВВП країни, позитивно впливає на рівень добробуту населення. У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [1] зазначається: «... внесок туризму до світового ВВП з урахуванням непрямого ефекту становить 10 %, а загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 %». Це є свідченням того, що сфери туризму та курортів доцільно розглядати серед основних галузей, які впливають на загальний стан і тенденції розвитку світової економіки.

На розвиток туристичної галузі впливають не лише внутрішні чинники країни, а й чинники глобального характеру, серед яких найбільш значний вплив в останні роки спричинила пандемія COVID-19. Незаконна анексія частини територій України, що відбулася у 2014 році, а з 2022 року – розв'язана РФ війна проти України, спричинили негативні наслідки для багатьох галузей економіки України, серед яких однією з найбільш постраждалих виявилася туристична. Так, відповідно до [2], бюджет України втратив третину надходжень від туризму, а значна частина компаній закрилися, що стало результатом зменшення в'їзного туристичного потоку, скорочення можливостей туристичної індустрії як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичному ринках. Зазначене свідчить про необхідність дослідження чинників, які впливають на умови та перспективи розвитку туристичної галузі України, та пошуку сучасних механізмів фінансування суб'єктів туристичної діяльності.

Так, основними факторами, які впливають на ефективність діяльності та розвиток туристичної сфери країни, є: (1) державна політика та її спрямованість на сферу підприємництва у сфері туризму; (2) стабільність фінансово-економічної системи країни та її вплив на стан і можливості розвитку бізнесу; (3) безпечність середовища для розвитку туризму в країні; (4) якість організації фінансового менеджменту на підприємстві. Рівень та якість системи фінансового менеджменту, на відміну інших – зовнішніх відносно конкретного суб'єкта підприємництва, факторів, доцільно віднести до чинників внутрішнього рівня. Це обумовлює доцільність оптимізації функції фінансового менеджменту туристичного підприємства як головної цілі стратегічного управління на мікрорівні.

Зважаючи на предмет дослідження доцільно більш детально зупинитися на особливостях і сучасних концепціях розвитку фінансового менеджменту загалом та суб'єктів туристичної діяльності зокрема.

Проблеми ефективного фінансового менеджменту знайшли відображення в працях таких закордонних і вітчизняних науковців як: Брейлі Р., Ван Хорн Дж. К., Дачій О., Колас Б., Корінев В., С. Майєрс, М. Міллер, Ф. Модільяні, Шермет. А. та інших. Досить ґрунтовним доцільно визнати дослідження А. Кулінської [3], які присвячено вивченню особливостей фінансового механізму підприємств туристичної сфери. Ю. Верланов у своїй праці [4] надає характеристику фінансового механізму розвитку туризму з позицій місцевого рівня. Н. Коленда характеризує механізм фінансового забезпечення підприємств туризму в координатах реалізації стратегічного потенціалу рекреаційної системи регіону [5]. Автори інших наукових праць фінансування курортно-рекреаційного комплексу розглядають як складову розвитку сфери туризму (О. Дубовікова [6], Г. Костенко та О. Чайковська [7]).

Серед сучасних концепцій менеджменту однією з найбільш популярних в західному світі стала концепція вартісно-орієнтованого управління (Value Based Management – VBM), яка з'явилася на початку 80-х років ХХ ст. і успішно застосовується більшістю закордонних компаній [8]. До переваг застосування даного підходу вчені відносять: позитивні зміни на підприємствах, які впроваджують дану концепцію; сприяння адаптації підприємства до наслідків кризових явищ в глобальній економіці; орієнтацію на досягнення цілей сталого



ефективного розвитку підприємства в умовах динамічності та невизначеності зовнішнього середовища [8, 9]. Сутність управління вартістю бізнесу полягає в забезпеченні двох основних співвідношень [10, с. 37]:

$$\{V_{t2} - V_{t1}\}_0^T > 0,$$

$$\{V_{t2} - V_{t1}\}_0^T \geq k_e,$$

де  $V_{t1}$  і  $V_{t2}$  – вартість бізнесу на початок ( $t_1$ ) і кінець ( $t_2$ ) даного періоду;  $T$  – горизонт аналізу або планування діяльності підприємства;  $k_e$  – критерій (норма) потенційно можливого зростання вартості бізнесу.

Перше співвідношення являє собою необхідну умову ефективності фінансових рішень щодо управління вартістю бізнесу, а друге – достатню умову. Фінансові рішення, які задовольняють першому співвідношенню, є можливими (прийнятними), а якщо виконуються обидві умови – найбільш ефективними.

Зазначене свідчить про доцільність імплементації даного підходу на підприємствах туристичної індустрії з метою досягнення позитивних змін в усіх сферах діяльності, відновлення їх потенціалу і забезпечення фінансової стійкості. Це можливо вирішити шляхом впровадження системного підходу, розроблення стратегічних заходів і обґрунтування фінансового механізму їх реалізації.

Фінансовий механізм підприємства в праці [10] визначено як багаторівневу ієрархічну систему взаємопов'язаних елементів (методів, важелів, стимулів) та підсистем забезпечення, використання яких спрямоване на досягнення фінансової стійкості та сталого розвитку підприємства, його відтворювальних процесів на підставі збалансованості інтересів усіх груп учасників ринкових відносин.

Фінансовий механізм за умови забезпечення його максимальної дієвості дозволить вирішити проблему досягнення найвищого рівня ефективності управління фінансами туристичних підприємств, впливаючи на чинники вартості бізнесу. На рис. 1 наведено структуру фінансового механізму туристичного підприємства, побудовану за даними [10, с. 31], яку в частині підсистем забезпечення доповнено підсистемами організаційного, матеріально-технічного і кадрового забезпечення.



Рис. 1. Фінансовий механізм туристичного підприємства (удосконалено автором за даними [10, с. 31])

Стосовно проблеми забезпечення ефективної реалізації фінансами підприємств своїх функцій через фінансовий механізм слід акцентувати особливу увагу на оптимізації складу і структури фінансового механізму. У фінансовому механізмі підсистеми забезпечення через важелі і методи діють на фінансові відносини і процеси у сферах операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Це дозволить досягти поставленої мети щодо досягнення стійкого розвитку та зростання вартості туристичного підприємства.

#### Список літератури

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
2. Скільки туризм України недоотримав через війну – суми податків. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/spad-tretinu-stalo-vidomo-skillki-turizm-ukrayini-1678791650.html>
3. Кулінська А. Особливості фінансового механізму державного управління суб'єктами невиробничої сфери (на прикладі туристичної галузі України) // Ефективність державного управління. 2009. Вип.18/19. С.468-476.

4. Верланов Ю. Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні // Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. 2005. Т.38. Вип.25. С.76-85.
5. Коленда Н. Фінансовий механізм забезпечення реалізації стратегічного потенціалу рекреаційної системи регіону // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2008. Вип. IV. Т.2. С.274-282.
6. Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу // Економіка Криму. 2009. №28. С.36-39.
7. Чайковська О., Костенко Г. Фінансові умови розвитку санаторно-курортних закладів // Торгівля і ринок України. 2009. Вип.28. Т.3. С.320-325.
8. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємств: Навчальний посібник / Л.А. Костирко, О.О. Терещенко, Р.О. Костирко, О.О. Серета. Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2019. 466 с.
9. Моїсєєв В.В., Домбровська С.О. Переваги та недоліки вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємством. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 40. 2020. С. 63-67. URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/690/678>
10. Стратегічний фінансовий менеджмент : навчальний посібник / Л.А. Костирко, Р.О. Костирко, І.М. Куца, І.О. Тарасенко. – 2-ге вид. перероб та доп. – Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2017. – 465 с.

УДК 336.2 (477)

А. Олешко, О. Цєпова

oleshko.aa@knutd.edu.ua, alexandra.tzepowa@gmail.com

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## **ІННОВАЦІЙНІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Ключовою трансформацією на глобальному ринку фінансових послуг є перехід до інноваційних безготівкових грошей, відмова від готівкових розрахунків. У зв'язку із інтеграцією фінансових ринків, і, особливо, створенням єдиного ринку фінансових послуг в країнах Європейського союзу, 1 серпня 2022 року було введено в дію Закон України “Про платіжні послуги”, який спрямований на вдосконалення та інноваційний розвиток ринку платіжних послуг [1].

Відповідно до цього закону платіжна послуга - це діяльність надавача платіжних послуг з виконання та/або супроводження платіжних операцій; платіжна система - система для виконання платіжних операцій із формальними та стандартизованими домовленостями і загальними правилами щодо процесингу, клірингу та/або виконання розрахунків між учасниками платіжної системи.

Платіжні системи функціонують на основі затвердженої сукупності правил, відносин, методик розрахунку, загальних і локальних нормативів, що визначають порядок здійснення фінансових операцій та взаєморозрахунків між її учасниками. Сучасні міжнародні платіжні системи забезпечують безпечну, безперервну і продуктивну роботу та надійне функціонування системи проведення платежів.

Основними елементами платіжних систем є:

організації, що здійснюють переказ коштів та погашення боргових зобов'язань;

договірні відносини, що регламентують способи безготівкових розрахунків;

комунікаційні системи та фінансові інструменти для грошових переказів між суб'єктами економіки [2].

Інноваційні платіжні системи – це електронні платіжні системи, сукупність сучасних процедур, технологічних рішень та інструментів та пов'язаних з ними комп'ютерних мереж, використовуваних для проведення фінансових транзакцій і для передачі засобів між учасниками цієї платіжної системи. Ці системи можуть бути мобільними додатками, онлайн-платіжними платформами, криптовалютами та іншими інноваційними рішеннями.

Система масових платежів в Україні представлена національною системою масових електронних платежів (НСМЕП), в яку входять як і платіжна система, створена НБУ- СЕП, так і інші платіжні системи, створені небанківськими установами.

За даними Національного банку України було визначено перелік важливих об'єктів платіжної інфраструктури в Україні 2022 року. Єдина системно важлива платіжна система - система електронних платежів (СЕП) Національного банку України. Серед важливих платіжних систем зазначено: “MasterCard”; “Visa”; “NovaPay”; “Фінансовий світ”; “Поштовий переказ”.

Порівняно з результатами за 2020-2022 роки загальні обсяги операцій платіжних систем збільшились на 5 млрд дол. США [3; 4]: “MasterCard”: у 2020 році - 94 млрд дол. США та у 2022 році - 82 млрд дол. США; “Visa” у 2020 році - 49 млрд дол. США та у 2022 році - 67,3 млрд дол. США; “NovaPay”: у 2020 році - 4,39 млрд дол. США та у 2022 році - 4,235 млрд дол. США; “Фінансовий світ”: у 2020 році - 1,2 млрд дол. США та у 2022 році - 1,292 млрд дол. США; “Поштовий переказ”: у 2020 році - 1,82 млрд дол. США та у 2022 році - 1,249 млрд дол. США, що засвідчує зростання попиту на використання таких систем.

1 квітня 2023 року стартувала нова версія СЕП-4 на базі міжнародного стандарту обміну повідомленнями ISO 20022. За даними Національного банку України у I півріччі 2023 року СЕП-4 обробив 197,2 млн платежів на суму близько 108 541 млрд грн [5]. Зазначають, що потенціал СЕП значно більший - система спроможна щоденно обробляти у 10 разів більше транзакцій, ніж та кількість, що є сьогодні.

Інноваційні платіжні системи надають споживачам можливість здійснювати транзакції швидко, зручно та мати максимальний захист персональних даних при електронних платежах. Це сприяє покращенню якості обслуговування і забезпечує розвиток широкого спектру послуг, від мобільних платежів до електронного грошового переказу, що стають більш доступними для всіх.

Підвищення конкуренції на ринку фінансових послуг через введення нових технологій і платіжних рішень веде до зниження вартості фінансових послуг і збільшення їх доступності, відповідно зменшуються витрати на обробку, захист, проведення транзакцій. Активне користування електронними платіжними системами сприяє зменшенню обсягу готівкової гривні, відповідно й зменшенню витрат на друк коштів, їх зберігання.

Завдяки інноваційним платіжним системам збільшується кількість активних користувачів, таких, хто має обмежений доступ до банківських установ або живе в віддалених районах. Можливість здійснювати операції через мобільні додатки в будь-який час і в будь-якому місці та не переживати за безпеку власних фінансів створюють зручні умови для користування різними фінансовими послугами.

Постійний розвиток та вдосконалення методів захисту фінансових транзакцій, таких як біометрична ідентифікація, а саме відбитки пальців, розпізнавання обличчя або сканування райдужки, для підтвердження особи користувача, шифрувальні технології, що запобігають несанкціонованому доступу до інформації передачі даних між користувачем та платіжною системою, новітні системи моніторингу та аналізу, що вчасно виявляють підозрілі активності, які несуть ймовірну загрозу безпеці, сприяють підвищенню рівня безпеки фінансових транзакцій, зменшенню ризику кіберзлочинності та шахрайства, захисту особистих даних і запобігання фінансовій злочинності.

Збільшення кількості активних користувачів платіжних систем створює новий споживчий попит і сприяє більшому обігу грошей в економіці. Малі та середні підприємства розширюють свої ринки та залучають нових споживачів послуг, що призводить до збільшення обсягів торгівлі та прибутку, що також є стимулом для створення нових робочих місць та поштовхом інвестувати у нові технології та виробництва. Для бізнесу інноваційні платіжні системи надали можливість керувати фінансами більш ефективно та доступно: швидко здійснювати операції з прийому грошових переказів від клієнтів та оплати постачальникам. Швидкий обмін інформацією щодо оплати товарів та послуг в свою чергу підвищує довіру споживачів і сприяє більш активному використанню фінансових послуг.

Впровадження швидких, захищених та доступних міжнародних фінансових транзакцій з можливістю зниження витрат на конвертацію валют та супутні комісії за міжнародні перекази сприяє розширенню бізнесу та налагодженню розвитку економічного співробітництва між країнами і регіонами, що сприяє зростанню обсягів експорту і імпорту товарів і послуг. Інноваційні платіжні системи дозволяють здійснювати міжнародні транзакції швидше та ефективніше та підтримують глобальну торгівлю, що сприяє зростанню світової економіки.

Таким чином, інноваційні платіжні системи відіграють важливу роль у розвитку інфраструктури цифрових фінансових послуг, розширюють можливості існуючих учасників платіжного ринку та створюють умови для появи нових, сприяють посиленню конкуренції та загальному економічному зростанню.

### Список літератури

1. Закон України «Про платіжні системи і переказ коштів в Україні» [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text>.
2. Oleshko, A., Tymoshenko, O., & Trokhymets, O. (2018). Formation of the Cashless Economy in Ukraine and in the World. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4(2), 147-150.
3. Звіт з оверсайту інфраструктур фінансового ринку за 2022 рік. [Онлайн]. Доступно: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Report\\_oversight\\_2022.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2022.pdf?v=4) року (дата звернення: 24.09.2023).
4. Звіт з оверсайта інфраструктур фінансового ринку за 2020 рік. [Онлайн]. Доступно: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Report\\_oversight\\_2020.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2020.pdf?v=4) року (дата звернення: 24.09.2023).
5. Національний банк України. СЕП. Факти та цифри, I півріччя 2023 року. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/sep-fakti-ta-tsifri-i-pivrichchya-2023-roku> (дата звернення: 24.09.2023).

## **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗГЛЯДУ ЗВЕРНЕНЬ ЩОДО ПОРУШЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС**

Позасудова мережа захисту прав споживачів фінансових послуг в ЄС, до компетенцій якої належить завдання вирішення споживчих спорів, розпочала своє існування з таких *актів м'якого права ЄС* [1]: Рекомендація Комісії № 98/257/ЄС від 30.03.1998 щодо принципів, які застосовуються до установ, відповідальних за вирішення споживчих спорів у позасудовому порядку; Рекомендація Комісії № 2001/310/ЄС від 04.04.2001 щодо принципів, які застосовуються до установ, залучених до процесу вирішення споживчих спорів на підставі консенсусу у позасудовому порядку.

*Актами вторинного законодавства ЄС*, які регулюють питання досудового вирішення споживчих спорів в ЄС, є [1, 2]: Директива 2013/11/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 21.05.2013 про альтернативне вирішення спорів за участі споживачів та Регламент (ЄС) № 524/2013 Європейського Парламенту та Ради від 21.05.2013 про он-лайнове вирішення спорів у споживчій сфері.

На відміну від Рекомендацій Єврокомісії Директива 2013/11/ЄС та Регламент 524/2013/ЄС мають обов'язковий характер для держав-членів Європейського Союзу. Крім того, Європейська комісія оприлюднила Зелена книгу щодо колективних позовів у справах про захист прав споживачів фінансових послуг. Можливості альтернативного вирішення спорів існують в Європі вже доволі тривалий час, проте зазнали особливого розвитку за останнє десятиліття.

Згідно законодавства ЄС держави-члени повинні забезпечити споживачам можливість звертатися на добровільних засадах зі скаргами щодо дій чи бездіяльності надавачів послуг до установ/організацій, які здійснюють незалежне, неупереджене, прозоре, ефективне, швидке та справедливе альтернативне вирішення спорів.

До органів позасудового вирішення споживчих спорів в країнах ЄС належать [1]: установи альтернативного вирішення спорів – це будь-яка установа незалежно від її назви (третейський суддя, комісія з розгляду спорів, омбудсмен тощо), що діє на постійній основі та пропонує вирішення спорів шляхом процедури альтернативного вирішення спорів. Держави-члени ЄС повинні забезпечити через мережу установ альтернативного вирішення спорів виконання таких завдань [1]: забезпечення підтримки та постійного оновлення сайту, який надає сторонам легкий доступ до інформації про процедуру альтернативного вирішення спорів та дозволяє споживачам подати скаргу і необхідні документи онлайн; надання сторонам на вимогу інформацію щодо процедури альтернативного вирішення спорів на довговічних носіях; надання споживачу можливості подавати скаргу офлайн; забезпечення сторонам можливості обмінюватися інформацією через засоби електронного зв'язку або поштою; прийняття до розгляду як внутрішніх, так і транскордонних спорів; вжиття необхідних заходів щодо опрацювання персональної інформації відповідно до вимог європейського законодавства.

Регламент (ЄС) № 524/2013 [2] про вирішення спорів онлайн (Online Dispute Resolution) призначений шляхом досягнення високого рівня захисту прав споживачів зробити свій внесок у належне функціонування внутрішнього ринку ЄС, запровадивши європейську платформу для онлайнного вирішення спорів (*Online Dispute Resolution Platform*). Платформа розпочала свою роботу в січні 2016 року. Вона має вигляд інтерактивного сайту та слугує координаційним пунктом для споживачів і продавців при позасудовому вирішенні спорів онлайн [1].

Функціями *європейської платформи для он-лайнного вирішення спорів* згідно з ч. 4 ст. 5 Регламенту [2] є: надання електронного бланку скарги для заповнення заявником; інформування відповідача про скаргу; визначення компетентної установи та направлення скарги до установи, до якої сторони погодились звернутися; безкоштовне надання інструменту електронного управління справою, яке дозволить сторонам та установі альтернативного вирішення спорів провести процедуру вирішення спору онлайн через платформу; забезпечення сторін та установи перекладом інформації, яка є необхідною для вирішення спору; можливість обміну інформацією здійснюється через платформу; створення електронної форми, за допомогою якої сторони направляють інформацію установі; забезпечення системи зворотного зв'язку з тим, щоб сторони мали можливість висловити свою думку про функціонування платформи, тощо.

У ЄС створено європейські споживчі центри (ECC-Network) для надання інформації та консультацій щодо транскордонних покупок і розгляду скарг споживачів [1], серед яких: Європейські споживчі центри (ECC); мережі ECC-Net та FIN-NET; інформаційні кампанії для споживачів у державах-членах ЄС та оприлюднення практичних посібників для споживачів.

В даний час FIN-NET налічує 60 членів у 27 країнах (держави-члени FIN-NET). Будь-який орган Європейського економічного простору може приєднатися до FIN-NET за умови, якщо він: відповідає за позасудове врегулювання фінансових спорів, відповідає принципам, викладеним у Директиві 2013/11/ЄС про

альтернативне вирішення спорів (ADR) [1]. Якщо учасник FIN-NET не може розглянути скаргу безпосередньо, він спрямовує споживача до: платформи ODR або до іншого органу, відповідального за позасудове врегулювання споживчих спорів; до тимчасових членів FIN-NET або філій, які охоплюють відповідну область скарги споживача.

В Україні до важливих завдань Стратегії захисту прав споживачів фінансових послуг та фінансової грамотності [3] слід віднести: (1) *створення ефективного механізму вирішення спорів*; (2) *обов'язкова консолідація, аналіз та оприлюднення даних* про скарги споживачів фінансових послуг та реакція з боку регуляторних органів та ринку; (3) *удосконалення механізму розв'язання спорів* споживачів фінансових послуг; (4) *розвиток інституту фінансового омбудсмена*.

Дієвим інструментом розв'язання конфліктних ситуацій між споживачами фінансових послуг і фінансовими установами має стати вирішення спорів через установу фінансового омбудсмена. З цією метою до Верховної Ради України було подано для розгляду проєкт Закону України «Про установу фінансового омбудсмена» [4]. Прийняття цього Закону було б важливим кроком для відновлення довіри до фінансового ринку і його подальшого зростання.

На інститут фінансового омбудсмена, у першу чергу, покладатиметься завдання примирення сторін спору (у країнах ЄС ця процедура є успішною в 60-70% випадків). У разі неможливості досягти примирення, фінансовий омбудсмен буде приймати скарги громадян, розглядати спірні питання і приймати відповідне незалежне справедливе рішення. Звертатись до фінансового омбудсмена зможуть виключно фізичні особи, але жоден споживач не буде обмежений у конституційному праві звернутися до суду на будь-якому з етапів вирішення спору. Передбачається, що рішення омбудсмена будуть прийматися неупереджено, компетентно та досить швидко – в строк до 60 днів.

У законопроєкті № 8055 закладено такий алгоритм призначення фінансового омбудсмена, який дозволить йому бути максимально незалежним [4]. Як показує світовий досвід, така неупереджена та професійна інституція, як фінансовий омбудсмен, буде користуватися довірою громадян. Інститут фінансового омбудсмена та механізм позасудового вирішення спорів не є українським винаходом. Така практика успішно реалізується у більшості країн ЄС. Тому законопроєкт 8055 є спробою побудувати і в Україні нову, чесну, неупереджену та ефективну систему вирішення спорів на фінансовому ринку.

Завданням для України на сучасному етапі є вибір найбільш оптимальної моделі фінансового омбудсмена з множини існуючих. До таких моделей слід віднести: (1) незалежна державна установа; (2) незалежна установа, яка виконує функції омбудсмена та захисту прав споживачів; (3) декілька фінансових омбудсменів; (4) омбудсмени, створені при професійних галузевих асоціаціях; (5) один фінансовий омбудсмен для всіх фінансових ринків, який фінансується за рахунок професійних асоціацій, що входять до складу наглядової ради омбудсмена; (6) один фінансовий омбудсмен при одному з регуляторів.

З метою удосконалення процедур захисту прав споживачів фінансових послуг ще однією новацією в даному аспекті має стати платформа «Фінансова скарга», яка є онлайн-механізмом добровільного врегулювання скарг на фінансовому ринку. Це буде перший в Україні незалежний майданчик, який дозволить фізичним особам вирішувати суперечки із надавачами фінансових послуг швидко, безоплатно та без звернення до регулятора чи суду [5].

#### Список літератури

1. Методи захисту прав споживачів фінансових послуг в ЄС. Презентація PowerPoint (sumdu.edu.ua). URL: [https://kmeep.law.sumdu.edu.ua/sites/default/files/files/tema\\_4.pdf](https://kmeep.law.sumdu.edu.ua/sites/default/files/files/tema_4.pdf) (дата звернення 11.04.2023).
2. Regulation (EU) No 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR. Document 32013R0524. Official Journal of the European Union (europa.eu). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32013R0524> (дата звернення 30.01.2023).
3. Стратегія захисту прав споживачів і фінансової грамотності в Україні. Департамент фінансового та приватного сектору у регіоні Центральної та Східної Європи. Глобальна програма Світового банку з питань захисту прав споживачів та фінансової грамотності. Презентація ключових рекомендацій. Березень 2012 р. URL: [https://vaks.org.ua/images/news\\_inform/UA\\_CPFL\\_Master\\_Presentation\\_Roundtable\\_Mar21\\_2012\\_ukr.pdf](https://vaks.org.ua/images/news_inform/UA_CPFL_Master_Presentation_Roundtable_Mar21_2012_ukr.pdf) (дата звернення 31.03.2023).
4. Проєкт Закону про установу фінансового омбудсмена (№ 8055 від 22.02.2018). Верховна рада України. Офіційний веб-портал. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=63512](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63512) (дата звернення 31.01.2023).
5. В Україні запровадять європейську систему захисту прав споживачів фінансових послуг. Євроінтеграційний портал Україна – Європа. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/analityka/v-ukrayini-zaprovadyat-yevropeysku-systemu-zahystu-prav-spozhyvachiv-finansovyh-poslug> (дата звернення 30.09.2023).

## ДЕРЖАВНІ ПРІОРИТЕТИ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Регулювання захисту прав споживачів у всьому світі розглядається як найважливіша умова розширення доступності фінансових послуг – якщо права споживачів послуг в мікрофінансових організаціях, права вкладників в банках та інвесторів на фондових ринках не будуть надійно захищені, то неможливо домогтися довіри і широкого використання людьми можливостей, які відкриває фінансовий сектор. Результати дослідження світової практики демонструють існування взаємозв'язку між захистом прав споживачів фінансових послуг та стабільними і ефективними фінансовими ринками [1].

Моральні аргументи на користь захисту прав споживачів у всіх без винятку секторах фінансової сфери базуються на тому, що між знаннями споживачів фінансових послуг і їх розумінням надавачами, кредиторами і позичальниками відсутній баланс. Захист споживачів об'єднує комплекс регулятивних вимог, спрямованих на обмеження недобросовісних дій та недоброчесної практики з боку надавачів фінансових послуг, і заходів, які допомагають клієнтам приймати розумні та виважені фінансові рішення, знати свої права і вміти ними користуватися.

Політика захисту прав споживачів фінансових послуг є складовою загальної політики регулювання і нагляду у фінансовому секторі в багатьох країнах світу. Регулювання фінансового сектору покликане впорядкувати діяльність учасників і операцій між ними через встановлення державою певних вимог і правил [2; 3, с. 53].

Згідно ст. 19 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» (див. [4]) захист прав та інтересів споживачів фінансових послуг визначено у складі багатокомпонентної мети державного регулювання ринків фінансових послуг в Україні, що включає: проведення єдиної та ефективної державної політики у сфері фінансових послуг; захист прав та інтересів споживачів фінансових послуг; створення сприятливих умов для розвитку та функціонування ринків фінансових послуг; створення умов для ефективної мобілізації і розміщення фінансових ресурсів учасниками ринків фінансових послуг з урахуванням інтересів суспільства; забезпечення рівних можливостей для доступу до ринків фінансових послуг та захисту прав їх учасників; додержання учасниками ринків фінансових послуг вимог законодавства; запобігання монополізації та створення умов для розвитку добросовісної конкуренції на ринках фінансових послуг; контроль за прозорістю та відкритістю ринків фінансових послуг; сприяння інтеграції в європейський та світовий ринки фінансових послуг.

Згідно ст. 20 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [4] формами державного регулювання ринків фінансових послуг, а, отже, і формами політики захисту прав споживачів фінансових послуг, є:

- ведення державних реєстрів фінансових установ і реєстрів осіб, які не є фінансовими установами, але мають право надавати окремі фінансові послуги, та ліцензування діяльності з надання фінансових послуг;
- нормативно-правове регулювання діяльності фінансових установ;
- нагляд за діяльністю учасників ринків фінансових послуг (крім клієнтів);
- застосування органами, які здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг, заходів впливу;
- проведення інших заходів з державного регулювання ринків фінансових послуг.

Досягнення мети і завдань регулювання і нагляду за фінансовим сектором передбачає виконання ряду функцій, а саме: інституційної, регламентуючої, соціальної, контрольної, прогнозувальної, інтеграційної, координаційної [5]. Відповідно до політики захисту прав споживачів фінансових послуг найважливіша роль належить регламентуючій, соціальній та контрольній функціям.

З урахуванням міжнародного досвіду Національним банком України визначено елементи захисту прав споживачів фінансових послуг з метою реалізації комплексного підходу до державної політики у цій сфері:

- встановлення чітких правил поведінки для фінансових установ щодо їх клієнтів;
- створення механізму вирішення спорів та притягнення до відповідальності;
- унеможливлення оманливої та недобросовісної діяльності фінансовими установами;
- надання повної інформації для прийняття свідомого та виваженого рішення [6, с. 4].

Згідно підходу Світового банку захист прав споживачів фінансових послуг – це система законодавчих та регуляторних норм, які захищають споживача на всіх етапах його відносин з фінансовою установою [6, 7].

Світовий банк розробив рекомендації, які викладено у Діагностичному огляді банку та структуровано за 7-ма ключовими пріоритетними напрямками для України [7]: (1) окреслити бачення та узгодити заходи на найвищому політичному рівні; (2) посилити інституційну структуру та спроможність; (3) оновити законодавство; (4) створити ефективний механізм вирішення спорів; (5) розробити національну програму фінансової просвіти; (6) покращити ділову практику, управління та забезпечити прозорість; (7) створити нові

схеми гарантування/страхування (фінансова відповідальність) тільки після того, як буде виконано вищезазначене.

Для вирішення блоку завдань у сфері захисту прав споживачів фінансових послуг в Національному банку України (НБУ) виокремлено функцію управління захистом прав споживачів фінансових послуг, яка покладається на відповідний підрозділ (див. [8]). До основних функцій цього підрозділу належить:

- розроблення та вдосконалення методологічної бази, нормативно-правових та розпорядчих актів НБУ з питань:
- здійснення нагляду і захисту прав споживачів фінансових послуг, які надаються банками, іншими фінансовими установами та особами, які не є фінансовими установами, але мають право надавати окремі фінансові послуги, особами, які проводять діяльність з надання посередницьких послуг на ринках фінансових послуг, включаючи кредитних посередників, державне регулювання та нагляд за діяльністю яких здійснює НБУ;
- організації розгляду звернень та особистого прийому громадян у НБУ, організації доступу до публічної інформації НБУ, організації роботи з публічною інформацією в НБУ;
- здійснення кредиторствами, новими кредиторами та колекторськими компаніями діяльності з урегулювання простроченої заборгованості та встановлення вимог до них, а також щодо здійснення нагляду за ними в межах компетенції Управління;
- здійснення нагляду за додержанням банками, іншими учасниками ринку фінансових послуг законодавства України про захист прав споживачів фінансових послуг, включаючи вимоги щодо взаємодії зі споживачами при врегулюванні простроченої заборгованості, та контролю за дотриманням вимог законодавства України про рекламу (у частині реклами фінансових послуг);
- розгляд звернень, аналіз та надання відповідей споживачам фінансових послуг, враховуючи порушення вимог до взаємодії зі споживачами при врегулюванні простроченої заборгованості; прийняття рішень за результатами розгляду звернень у межах компетенції Управління, розгляд запитів на доступ до публічної інформації громадян та юридичних осіб/об'єднань громадян без статусу юридичної особи з питань діяльності учасників ринку фінансових послуг, розгляд скарг та заяв адвокатів в інтересах фізичних та юридичних осіб.

Державні пріоритети політики захисту прав споживачів фінансових послуг в Україні базуються на [9, с. 12]: вивченні взаємозв'язків між надавачами і споживачами фінансових послуг, формуванні комплексного бачення об'єднаної відповідальності на ринку фінансових послуг, дотриманні захисту прав споживачів фінансових послуг з огляду на споживчу вартість фінансових послуг, яка належить до сфери нематеріального виробництва та призначена для задоволення потреб споживачів таких послуг.

#### Список літератури

1. Брикс Л., Маккі К. Регулювання захисту прав споживачів в регіонах з обмеженим доступом до фінансових послуг: можливості для сприяння відповідальному фінансуванню // CGAP. 2010. № 60.
2. Виговська Н.Г., Стебляно О.Л. Державне регулювання фінансового ринку в умовах глобалізації // Ефективна економіка. 2012. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1189> (дата звернення 12.11.2022).
3. Еш С.М. Фінансовий ринок: навч. посіб. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 528 с.
4. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України № 2664-III від 12.07.2001, зі змін. та доп. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2664-14> (дата звернення 05.04.2023).
5. Гарбар Ж.В. Форми та інструменти державного регулювання фінансового ринку // Економіка та держава. 2014. № 10. С. 18-21. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/10\\_2014/6.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/10_2014/6.pdf) (дата звернення 18.05.2021).
6. Захист прав споживачів фінансових послуг: Обговорення з учасниками фінансового ринку 6 серпня 2019 року. Національний банк України. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/%D0%9A%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D1%96%D0%BB\\_%D0%97%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/%D0%9A%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D1%96%D0%BB_%D0%97%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2.pdf?v=4) (дата звернення 30.09.2023).
7. Світовий банк – тези для обговорення. URL: [https://vaks.org.ua/images/news\\_inform/Note\\_for\\_Tihipko\\_March22\\_2012\\_ukr.pdf](https://vaks.org.ua/images/news_inform/Note_for_Tihipko_March22_2012_ukr.pdf).
8. Управління захисту прав споживачів фінансових послуг. URL: <https://new.bank.gov.ua/ua/about/structure/department/division-of-the-rights-of-the-sponsors-of-financial-services> (дата звернення 19.07.2021).
9. Аванесова І. Захист прав споживачів фінансових послуг // Вісник КНТЕУ. 2012. № 4. С. 5-13.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

Активний розвиток цифрових технологій у фінансовій сфері зумовлює формування нових поглядів на фінансовий ринок. Тенденція бурхливої цифровізації ринку фінансових послуг набула актуальності у період пандемії COVID-19, що докорінно змінило погляди дослідників на традиційні фінансові послуги. Неспроможність фінансових інститутів передбачити фінансові ризики, що виникли під час глобальної фінансової кризи, посилило недовіру до таких інститутів та зумовило пошук шляхів мінімізації трансакційних витрат.

Трансакційні витрати є значною перешкодою для отримання та використання офіційних фінансових послуг. Плата за відкриття рахунку та вимоги щодо мінімального залишку на рахунку не дозволяють бідним верствам населення відкривати банківські рахунки [1]. Це здається нелогічним, але чим бідніші люди, тим складніше їхнє фінансове життя. Умовно кажучи, вони також платять значно більший відсоток свого загального доходу за фінансові послуги, ніж люди, які перебувають на вищих щаблях економічного розвитку. Близько 80% бідного населення світу відрізані навіть від найнеобхідніших послуг, що надаються банками та іншими постачальниками фінансових послуг. Як наслідок, вони змушені покладатися на готівкову систему, яка є дорогою, ризикованою та неефективною [2]. Відсутність комісії при відкритті банківського рахунку може призвести до значного збільшення попиту на банківські послуги [3]. Непрямі трансакційні витрати, такі як час на дорогу до банку, також є бар'єром доступу до фінансових послуг, особливо під час пандемії. Відстань до найближчого банку або агента мобільних грошей є ключовим фактором, що впливає на використання ощадних рахунків та електронних грошей [4]. У свою чергу, розширення доступу до фінансових послуг може знизити рівень бідності та підвищити добробут суспільства.

Цифрові фінансові послуги, такі як банкомати, дебетові картки, мобільні гроші та цифрові кредити, мають потенціал для зниження трансакційних витрат. Однак існуючі дослідження рідко вимірюють непрямі трансакційні витрати. Наведемо докази того, як цифрова технологія Digital AT КБ «ПриватБанк» знижує непрямі трансакційні витрати за рахунок скорочення відстані подорожей до відділень банку та відкладених дій.

Розглянемо шляхи мінімізації трансакційних витрат на прикладі впровадження дебетових Digital карток для клієнтів AT КБ «ПриватБанк». Digital картка має всі переваги та можливості звичайної пластикової картки. Отримавши дебетову Digital картку, користувач може знімати готівку у будь-якому банкоматі банку без комісії, а не тільки у відділенні банку. Додаткові можливості віртуальної Digital картки: платежі в Приват24; купівлі в Інтернеті; оплата покупок та послуг з Apple Pay та Google Pay; зняття готівки в банкоматах за QR-кодом. Існує ще декілька переваг Digital картки. По-перше, вона випускається на 10 років, тобто її не потрібно часто оновлювати. По-друге, дана картка не залежить від інших рахунків. Це перевага, бо так ще безпечніше нею користуватись. Крім того, існує безкоштовне та дистанційне обслуговування такої картки. Вона мінімізує ризики пов'язані з передачею реквізитів банківської карти через мережу Інтернет, а також при знятті готівкових коштів виключається можливість зчитування картки методом «скимінгу».

Дослідження експерименту дебетових карток з використанням технології Digital у м. Київ, прив'язаних до існуючих ощадних рахунків з часом географічно поширювалися на інших користувачів регіону. До отримання дебетових карток клієнти Приватбанку отримували грошові перекази безпосередньо на свій ощадний рахунок. Після отримання карток вони продовжують отримувати свої виплати на ощадний рахунок, але можуть отримати доступ до своїх переказів та заощаджень не тільки у банкоматі будь-якого банку, але й дистанційно через мобільний додаток. Користувачі також можуть перевірити свій баланс у банкоматі або використовувати смартфон для оплати покупок у торгових мережах через термінали.

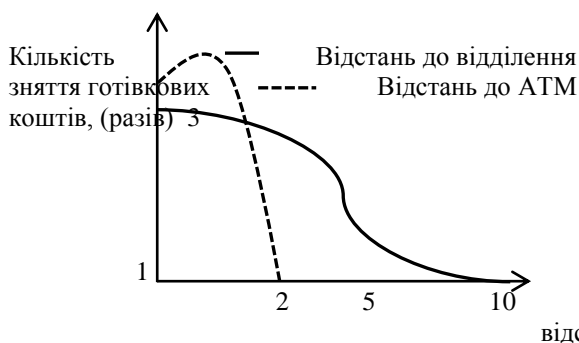


Рис. 1 Відстань до рахунку в банку

Джерело: Побудовано автором за даними [5].



Примітка. На рисунку показано оцінки щільності ядра для відстаней між клієнтами та найближчим банкоматом або відділенням банку. Для наочності виключено перші 10 відсотків відстаней.

На рисунку 1 показано розподіл відстані до найближчого відділення ПриватБанку та найближчого банкомату. Середня відстань, яку клієнт банку має подолати, щоб отримати доступ до свого рахунку, коливається від 4,8 км до 1,3 км. Міжквартильний розмах відстаней коливається від 2,8-7,1 км до 0,7-2,2 км [5].

Щоб оцінити масштаби програми дебетових Digital карток, ми звернулися до офіційного сайту банку для отримання статистичних даних про транзакції клієнтів ПриватБанку за період з січня 2020 року по жовтень 2022 року. Використовуючи шейп-файли доріг та геокоординати всіх банкоматів і відділень ПриватБанку, ми розрахували середню відстань від центру житлового кварталу до найближчого відділення чи банкомату банку. Користувачі дебетових карток у м. Київ за даними КМДА проживають у 13998 житлових будинках, що означає в середньому 206 жителів в одному будинку [6]. На момент впровадження програми дебетових карток Приватбанк у Києві мав 188 відділень та понад 1246 банкоматів.

Вплив дебетових карток на поведінку клієнтів свідчить про зниження транзакційних витрат за рахунок скорочення відстані подорожей до відділення банку для зняття готівки. Зокрема, спостерігається кореляція між скороченням відстані, яку клієнт має подолати, щоб отримати доступ до свого рахунку, і зміною кількості зняття готівкових коштів зі свого рахунку (рис. 1). Отже, зниження транзакційних витрат відбувається у процесі цифровізації банківських послуг.

Щоб дослідити, як зміна відстані до банку пов'язана зі зміною кількості зняття готівки, ми оцінили непараметричну локальну лінійну регресію (рис. 2).

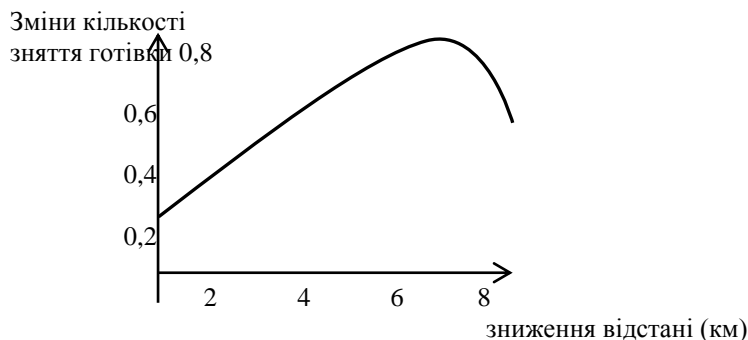


Рис. 2 Зміни в знятті готівкових коштів

Джерело: Побудовано автором за даними [5].

Результати показані на рисунку 2 свідчать, що незалежно від відстані до відділення банку, клієнти збільшують кількість зняття коштів після отримання дебетової картки. Крім того, збільшення кількості знятих коштів тісно пов'язане зі зменшенням відстані, яку потрібно подолати, щоб отримати доступ до рахунку. Зменшення відстані на 1 км асоціюється зі збільшенням на 0,06 разів зняття коштів за період (на основі лінійної регресії). Враховуючи, що середня відстань подорожі клієнта скорочується на 3,5 км, це відповідає збільшенню на 0,22 разів зняття коштів за платіжний період в середньому. Для 85% клієнтів банку, відстань до яких зменшується на 7 км або менше, зміна кількості зняття коштів зростає зі зменшенням відстані (рис. 2).

Дебетові картки з використанням технології Digital знижують транзакційні витрати за рахунок скорочення відстані до банківських рахунків. Ми виявили, що власники рахунків реагують на це зниженням транзакційних витрат зміною способу отримання доступу до свого рахунку. Зменшення непрямих транзакційних витрат також може покращити фінансову інклюзію. Спостерігається, що використання дебетового рахунку корелює зі зміною відстані, на яку доводиться їздити клієнтам, щоб отримати доступ до рахунку в банку.

Програми грошових виплат від урядів та неурядових організацій по всьому світу дедалі більше оцифровуються, автоматично виплачуючи кошти на банківські рахунки клієнтів, прив'язаних до дебетових карток або рахунків мобільних телефонів. Ці технології масштабуються до мільйонів одержувачів грошових переказів по всьому світу, зменшуючи таким чином величину транзакційних витрат на фінансовому ринку.

### Література

1. Dupas, Pascaline and Jonathan Robinson (2013). "Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya". *American Economic Journal: Applied Economics* 5 (1): 163 – 192.
2. Suzman, M. (2016). Digital Financial Services: A Powerful Lever to Reduce Poverty and Achieve the SDGs. *Horizons: Journal of International Relations and Sustainable Development*, 6, 70–77. <https://www.jstor.org/stable/48573613>
3. Cole, Shawn, Thomas Sampson, and Bilal Zia (2011). "Prices or Knowledge? What Drives Demand for Financial Services in Emerging Markets?" *Journal of Finance* 66 (6): 1933 – 1967.
4. Jack, William, and Tavneet Suri. (2014). "Risk Sharing and Transaction Costs: Evidence from Kenya's Mobile Money Revolution." *American Economic Review* 104 (1): 184 – 223.
5. Офіційний сайт АТ КБ «ПриватБанк» <https://privatbank.ua/map>
6. Головне управління статистики у м. Києві <https://kyiv.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=3744&lang=1>

## СИСТЕМА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Ми живемо в сучасному світі де роль цифровізації економіки набуває все більшого значення. Прагнення бізнесу та соціальної сфери до процесів діджиталізації обумовлено не тільки підвищенням рівня привабливості фінансових послуг но і глобальними кризами, наслідком яких є обмеження доступу споживачів до звичних їм фінансових ресурсів. Серед глобальних подій останніх років, що вплинули на потребу чергового етапу цифровізації були світова пандемія covid-19 та війна України проти росії, які мають довготривалі негативні наслідки для фінансового сектору в цілому.

У міжнародній практиці досі не склалося гармонізоване визначення цифрової економіки. У більшості зарубіжних джерел при її описі акцент робиться на технологіях і пов'язаних з їх використанням змінах в способах взаємодії економічних агентів. При цьому узагальнене поняття цифрової економіки можна визначити як діяльність по створенню, поширенню та використанню цифрових технологій і пов'язаних з ними продуктів і послуг [9, с. 8].

Зазначена діяльність може бути не лише джерелом нових можливостей, а й серйозних загроз і проблем для всіх учасників ринків фінансових послуг. Особливо важливим стають питання безпеки у сфері надання фінансових послуг домогосподарствам, де рівень втрачати від шахрайства може бути досить високим, а вирішення проблем займати значний період, враховуючи велику кількість таких клієнтів у фінансових установах. Тому основну роль, як регулятора і захисника всіх учасників взаємовідносин, несе держава.

Органи, які здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг:

- Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку регулює питання ринків капіталу та організованих товарних ринків;
- Національний банк України щодо ринку банківських послуг та інших ринків небанківських фінансових послуг.
- Антимонопольний комітет України та інші державні органи здійснюють контроль за діяльністю учасників ринків фінансових послуг та отримують від них інформацію у межах повноважень, визначених законом [1, ст.21, п.1].

Основні завдання держави щодо нагляду та забезпечення реалізації політики щодо захисту прав споживачів фінансових послуг полягає у:

- 1) розгляді звернення споживачів фінансових послуг у тому числі щодо договірних обмежень їх прав та роз'ясненні їм законодавства з питань захисту прав споживачів фінансових послуг;
- 2) здійснюють контроль за дотриманням законодавства України про рекламу;
- 3) застосування до фінансових установ, заходів впливу та накладання на посадових осіб адміністративні стягнення;
- 4) перевірка у фінансових установах додержання правил надання фінансових послуг та законодавства про захист прав споживачів;
- 5) одержання від фінансових інформації, документів, письмові пояснення з питань діяльності, які характеризують фінансові послуги, які надаються цією установою;
- 6) розробка пропозиції щодо вдосконалення законодавства про захист прав споживачів фінансових послуг;
- 7) видання методичних рекомендації щодо підвищення рівня фінансової обізнаності споживачів фінансових послуг, враховуючи необхідність охоплення фінансовими послугами якомога ширших верств населення [1, ст. 21, п.3].

Контроль над розвитком фінансових технологій (фінтеху) в Україні повинен забезпечити не тільки безпеку її учасників але й підвищити рівень ефективності застосування інновацій у фінансовому секторі [4]. Таким чином, серед основних кроків держави задля регулювання та стимулювання фінтеху у фінансових послугах є:

1. Запровадження у квітні 2022 року Фондом гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО) дистанційної виплати вкладникам банків, які є в його управлінні [8]. Гарантована сума відшкодування, виплачена протягом 2022 року чотирма банками-агентами ФГВФО, які запровадили такі дистанційні виплати, становила 1,6 млрд грн. – це 28% від загальної суми всіх виплат.
2. 1 квітня 2023 року запрацювало нове покоління Системи електронних платежів НБУ (СЕП), що забезпечує роботу СЕП 24/7 – це цілодобове виконання міжбанківських платіжних операцій без призупинення роботи системи та миттєвий перехід від поточного до наступного календарного дня [6].
3. Прийняття у 2021 році Закону України «Про фінансові послуги та фінансові компанії», який в тому числі передбачає право Національного банку створювати регуляторну платформу для тестування інноваційних послуг, технологій та інструментів на ринках фінансових послуг [2, ст. 15. п.1].

4. З 1 серпня 2022 року введений в дію Закон України «Про платіжні послуги», який зокрема встановлює права, обов'язки та відповідальність учасників платіжного ринку України та порядок здійснення оверсайту платіжної інфраструктури [3].

5. Приєднання Національного банку України до Глобальної мережі фінансових інновацій (Global financial innovation network, GFIN), що сприятиме співпраці та обміну досвідом з питань інновацій між фінансовими регуляторами та покращить співробітництво у сфері фінтеху між регуляторами і бізнесом [6].

6. 27 грудня 2022 року відбулась ухвала постанови, згідно з якою Фонд розвитку інновацій переходить у сферу управління Міністерства цифрової трансформації. Це дасть змогу системно реалізовувати ідеї та розвивати стартапи під координацією Мінцифри [7].

7. Окремим, та мабуть найпопулярнішим здобутком державної цифровізації є застосунок Дія, яким користуються 18,7 млн українців і все більше він набуває популярності у світі. Дія це:

- Онлайн-сервіс державних послуг.
- Мобільний застосунок з електронними документами.
- Портал з онлайн-курсами.
- Центри надання адміністративних послуг
- Спеціальний правовий режим для IT-індустрії.

Система державного регулювання ринку фінансових послуг зробила значні кроки щодо сприяння розвитку галузі, але цифровізація ринку потребує ще багато зусиль, в тому числі і подолання наслідків війни. Серед основних кроків для розвитку галузі можна виділити наступні:

1. Пошук і залучення інвестицій для розвитку ринку фінансових послуг, як міжнародного, так і державного фінансування.

2. Переведення інструментів державного регулювання бізнесу в електронну форму та розвиток автоматизації та «безпаперовості» цифрових технологій надання фінансових послуг.

3. Інтеграція української інноваційної екосистеми в європейську мережу.

4. Використання штучного інтелекту та розвиток кіберзахисту фінансового сектору, протидія кібератакам на ранніх стадіях.

5. Підтримка довіри населення до фінансового сектору та підвищення фінансової грамотності. Одним із вже досягнутих результатів є створення сайту з фінансової грамотності «Гаразд» [5].

6. Стимулювання населення до активного та свідомого використання сучасних фінансових інструментів.

7. Впровадження в Україні відкритого банкінгу (англ. Open Banking), що передбачає структурований і безпечний обмін даними між надавачами платіжних послуг через відкриті API. Ключова перевага такого обміну – це надання можливості користувачам фінансових послуг обирати зручний та сучасний спосіб використання своїх рахунків, а для бізнесу налагодити взаємовигідну синергію та співпрацю, отримати більше можливостей для розвитку своїх рішень [6].

8. Стимулювання розвитку та використання віртуальних активів.

9. Сприяння впровадженню мобільних застосунків для проведення фінансових операцій.

Загалом, державне регулювання є обов'язковою та необхідною складовою цифровізації фінансових послуг, оскільки воно сприяє забезпеченню безпеки, стабільності та ефективності фінансової системи, а також захисту інтересів всіх учасників ринку фінансових послуг.

#### Список літератури

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. № 2664-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>

2. Закон України «Про фінансові послуги та фінансові компанії» від 14.12.2021 № 1953-IX. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#Text>

3. Закон України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021 р. № 1591-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>

4. Звіт про реалізацію Стратегії розвитку фінтеху в Україні до 2025 року за 2021 рік, від 13.10.2022.

5. Сайт з фінансової грамотності «Гаразд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://harazd.bank.gov.ua/>.

6. Сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/payments/law-payment-services>

7. Урядовий портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/fond-rozvytku-innovatsii-perekhodyt-v-upravlinnia-mintsyfyry-rishennia-uriadu>

8. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. Рішення виконавчої дирекції № 201 від 24.03.2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fg.gov.ua/storage/files/rvd-201-vid-24-03-2022-osoblivosti-viplat-pid-chas-vijni.pdf>

9. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. – К. : НАУ, 2022.

## ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

З 2014 року і дотепер відбувається модернізація фінансового ринку, яка націлена в першу чергу на відновлення довіри клієнтів до діяльності банків. Однак політичні та економічні обставини не дозволяють фінансовому ринку розвиватися більш динамічно, особливо у сфері банківського кредитування, яке по сьогоднішній день має досить велику кількість невирішених проблем.

Діяльність регуляторів фінансового ринку відбувається на базі наступних принципів.

- 1) принцип побудови системи регулювання за видами організацій;
- 2) принципи побудови системи регулювання в залежності від цілей;
- 3) принципи побудови системи регулювання в залежності від виду діяльності організації;
- 4) принципи побудови системи регулювання за принципом функціонування єдиного органу регулювання

(рис. 1).

Система регулювання фінансового ринку, яка побудована за видами організацій, полегшує здійснення контролю за діяльністю гравців ринку. Кожен фінансовий посередник чи сегмент ринку має один спеціалізований орган регулювання, а тому виключається дублювання контролю зі сторони різних регуляторів. Даний принцип регулювання є дуже ефективним, якщо організації, що діють на фінансовому ринку є однотипними та функціонують в одному сегменті фінансового ринку. З іншого боку, якщо на ринку знаходиться велика кількість організацій, що займаються декількома видами діяльності, їх роботу стає складно регулювання за допомогою даної системи. Основні недоліки даної системи стають особливо видимими під час поглиблення тенденцій до мультисекторальної діяльності та активізації фінансових посередників на ринку.

Таким чином з'являються паралельні системи посередників, які повинні бути регульовані одночасно декількома регуляторами, що в результаті призводить до дестабілізації фінансового ринку. Якщо система фінансового ринку будується в залежності від цілей регулювання, в такому випадку гравців ринку контролюють різні органи регулювання, кожен із яких відповідає за виконання поставлених цілей. Незалежно від виду діяльності організації чи від її організаційної структури, її перевірятимуть та контролюватимуть ті органи, які відповідають за контроль над здійсненням певних видів діяльності.

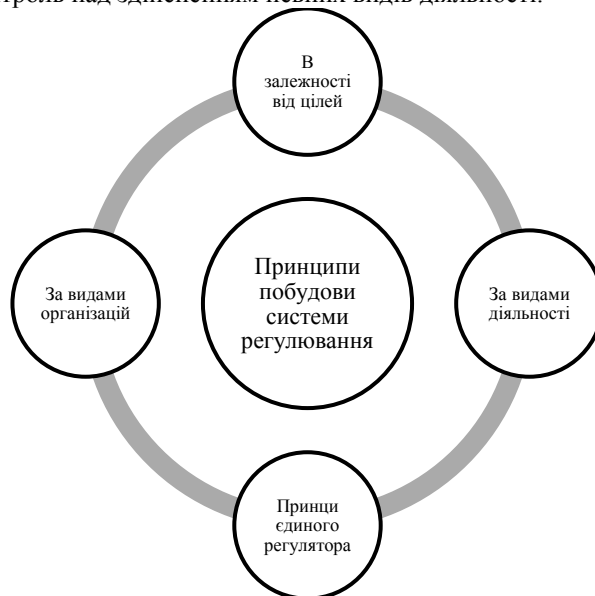


Рис. 1. Принципи побудови системи регулювання фінансового ринку

На сьогоднішній день в Україні досить складно забезпечити можливість відокремлення функціонального контролю над інституційним. Така система можлива на інтегрованих ринках, оскільки вона не потребує збільшення органів регулювання і застосовує уніфіковані методи для різних видів організації. У той же час, системи, які використовують функціональний підхід, можуть призводити до мультиплікації контролю і разом з цим до його відсутності через неефективне управління та неточне визначення сфери відповідальності (табл.1).

Структура системи регулювання фінансового ринку в залежності від цілей регулювання

Цілі регулювання	Орган регулювання	Проблеми регулювання
Пруденційне регулювання та нагляд фінансових інститутів	Орган пруденційного нагляду	Інформаційна асиметрія
Захист інвесторів (вкладників та акціонерів)	Орган з захисту інвесторів	Інформаційна асиметрія
Розвиток конкуренції та антимонопольне регулювання на фінансового ринку	Антимонопольний орган	Монополія
Забезпечення стабільності фінансової системи, підтримка ліквідності банківської системи	Орган, відповідальний за стабільність фінансової системи	Екстерналії

Джерело: [1]

Перевагами такого методу є можливість використання однакових правил до всіх гравців фінансового ринку, у тому числі і фінансових посередників, які здійснюють однакові види фінансової діяльності за різного юридичного статусу.

Недоліками функціональної моделі є те, що за часткового співпадіння органів, що здійснюють подвійний контроль за однією і тією ж організацією, відбувається надмірний ризик розподілу компетенцій серед регуляторів. Дублювання контролюючих функцій різними регуляторами створює надмірне навантаження і на бюджет. Окрім цього, виникає інформаційна асиметрія, що ускладнює діяльність та регулювання фінансових організацій.

Що стосується принципу регулювання за видами діяльності, то воно має місце на стабільних ринках, коли фінансові організації ефективно функціонують та розвиваються. На сьогодні досить складним є відокремлення регулювання різних фінансових організацій від їх видів діяльності. В першу чергу, складність пояснюється тим, що саме організації, а не їх діяльність стають банкрутами та втрачають свою платоспроможність.

#### Список літератури

Гарбар Ж.В. *Інституційна структура регулювання фінансового ринку*. Економіка та держава. №12. 2012

УДК 368.5:631.55

О. Стешенко, Я. Кравченко

steshenkoed@kart.edu.ua, Yana.kravchenko.017@gmail.com

Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

## ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ НА РИНКАХ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ ТА ФРАНЦІЇ

Сільське господарство в сучасному світі відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки та економічного розвитку країн. Однак ця галузь піддається різним ризикам, таким як погодні умови, шкідники, інфекційні захворювання та економічні коливання. Саме тому сільськогосподарське страхування стає ключовим інструментом для забезпечення стабільності та захисту сільського господарства.

Актуальність порівняльного аналізу сільськогосподарського страхування на ринках страхування України і Франції очевидна, оскільки вона висвітлює суттєві різниці у підходах, які можуть бути важливими для підвищення ефективності та стійкості цих галузей в обох країнах. Проблема полягає в ідентифікації та аналізі цих різниць, а також у розгляді можливостей для вдосконалення сільськогосподарського страхування в Україні та Франції з метою забезпечення стійкого розвитку галузі у майбутньому.

Україна, як країна зі значним сільськогосподарським потенціалом, стикається з важливим завданням забезпечення стійкості та розвитку сільського господарства в умовах незважаючої на погодні катастрофи та економічні нестабільності. З іншого боку, Франція, як одна з провідних аграрних держав Європи, має багатий досвід у сільськогосподарському страхуванні та моделі, які забезпечують високий рівень захисту для сільськогосподарських виробників.

Аналіз сільськогосподарського страхування в Україні та Франції включає в себе вивчення законодавчої бази, структури ринків страхування, типів страхування, а також ефективності цих систем. Результати такого порівняльного аналізу можуть допомогти ідентифікувати найкращі практики та можливості для вдосконалення сільськогосподарського страхування в обох країнах.

Сільськогосподарське страхування в Україні та Франції відрізняється за декількома ключовими аспектами. Серед них:

1) законодавча база. Україна в останні роки активно розвиває законодавство щодо сільськогосподарського страхування, спрямоване на покращення регулювання цього виду страхування. Держава зробила не одну спробу щодо впровадження механізму забезпечення захисту та сільгосптоваровиробників від ризиків загибелі сільськогосподарської продукції. У 2012 році було прийнято Закон України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою»,

який регулює відносини у сфері страхування сільськогосподарської продукції. Однак, стара модель державної допомоги (спрямування бюджетних коштів через Аграрний страховий пул) виявилася вкрай неефективною та потребувала реформування. Саме з метою удосконалення механізму надання державної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам для страхування сільськогосподарської продукції 1 липня 2021 року було прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення правового регулювання страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» Головне завдання цього законодавчого акту – зробити перезапуск системи державної підтримки в сфері агрострахування [1]. Франція має давню та розвинену систему сільськогосподарського страхування, і вона базується на багатьох законодавчих актах, що регулюють цей ринок такими як Закон про страхування від природних ризиків та катастроф та Закон про сільське страхування, що визначають правила та функціонування цієї галузі;

2) структура ринків страхування. Ринок сільськогосподарського страхування в Україні ще не настільки розвинений, і на ньому присутні обмежені страхові компанії, що пропонують схожі продукти. Україна має декілька страхових компаній, таких як НАСК «Оранта» та «Інгосстрах», які пропонують сільськогосподарські страхові продукти, але їх розмір та обсяги обслуговування ще не такі великі. Французький ринок сільськогосподарського страхування є одним із найбільш розвинутих у Європі, з багатьма страховими компаніями, які пропонують широкий спектр продуктів, «Groupama», «Maif» та «AG2R La Mondiale», які пропонують широкий спектр сільськогосподарських страхових продуктів, включаючи страхування врожаю та тварин [2];

3) типи страхування. В Україні переважає страхування від погодних ризиків, таких як посуха та затоплення, зазвичай українські фермери шукають страхування від погодних ризиків, таких як посуха або град, оскільки ці ризики є найпоширенішими серйозними загрозами для їх врожайів. Франція надає можливості для страхування від різноманітних ризиків, включаючи погодні умови, епідемії та ризики, пов'язані з ринковими коливаннями;

4) фінансування та підтримка. Українська держава активно сприяє розвитку сільськогосподарського страхування шляхом фінансування певних програм та підтримки фермерів, таких як «Державна програма страхування від нещасних випадків у сільському господарстві». Проте фінансові обмеження ще заважають повному розвитку цього ринку. Франція має багатий досвід співпраці між державою, страховими компаніями та аграрними асоціаціями для забезпечення страхового захисту для сільськогосподарських господарств. У Франції держава співпрацює з аграрними асоціаціями та страховими компаніями для надання фінансової підтримки та стимулювання фермерів укладати страхові поліси [3];

5) рівень участі фермерів. Участь фермерів у сільськогосподарському страхуванні в Україні є менш розповсюдженою через фінансові обмеження та недостатню свідомість. Французькі фермери більш активно використовують сільськогосподарське страхування, оскільки воно стало невід'ємною частиною сільськогосподарського управління.

Ці приклади демонструють різницю в підходах та рівнях розвитку сільськогосподарського страхування в Україні та Франції.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день в Україні незважаючи на дію воєнного стану, що в свою чергу загострює ситуацію, лише 22% господарств користуються послугами зі страхування, в сукупності це складає 2% всього ринку страхових послуг. Проте кількість компаній, що працюють на цьому ринку зросла з 37 до 46 – до прикладу, один страховик в середньому застрахував 42 господарства загальною площею 21 тис. гектарів [4].

В Україні, ліцензії на страхування сільськогосподарських ризиків одержали більше 186 страхових компаній, однак у даному сегменті страхової діяльності активно працюють не більше 20 компаній. За результатами 2021 року сім страхових компаній сформували приблизно 53% агроризикового портфеля, що говорить про відсутність масштабного інтересу в роботі із сільськогосподарським сектором серед страховиків. Ці компанії мають у своїй маркетинговій лінійці різні страхові продукти, проте, в основному, концентруються на страхуванні стратегічних польових культур (пшениця, ячмінь, кукурудза, сояшник, рапс, жито й цукровий буряк) [5].

Слід зазначити, що найбільшими проблемами сучасного стану розвитку страхування сільськогосподарської продукції є:

- недосконалість законодавства, що регулює діяльність із страхування сільськогосподарської продукції;
- концептуально невизначені та не повністю реалізовані завдання держави щодо управління ризиками в аграрному секторі через механізми державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції.

Законодавче запровадження Фонду аграрних страхових субсидій України не надало позитивних результатів:

- низький обсяг пропозиції страхових послуг, які відповідають потребам сільгоспвиробників;
- недостатність інформації, необхідної для обчислення та управління ризиками, а також відсутність доступного й ефективного ринку перестрахування ризиків виробництва сільськогосподарської продукції, що обумовлює високі тарифи страхування;

- недостатній рівень стандартизації страхових продуктів, наявність яких дозволяє забезпечити додаткові можливості для захисту прав сільгоспвиробників, які мають невисокий рівень обізнаності у страхуванні;

- низький рівень поінформованості сільгоспвиробників про страхування сільськогосподарської продукції. Страхування сприймається сільгоспвиробниками як вимушений засіб для отримання банківського кредиту та/або державної дотації, що обумовлює їхній низький попит на страхування;

- наявність взаємної недовіри у страховиків, які не мають достатньої інформації для розрахунку тарифів та у виробників сільськогосподарської продукції, які не мають впевненості в отриманні страхового відшкодування;

- висока вірогідність необхідності надання прямої державної допомоги сільгоспвиробникам у випадку настання для них надзвичайних подій.

Визначені проблеми потребують розв'язання консолідованими зусиллями органів державної влади та учасників ринку страхування сільськогосподарської продукції, безпосередньо запровадження досвіду Франції в сільськогосподарському страхуванні також допоможе залучити більше як страховиків, так і сільськогосподарств.

Загалом, порівняльний аналіз сільськогосподарського страхування в Україні та Франції вказує на важливість подальшого розвитку та популяризації цього виду страхування в Україні.

Інколи варто звертати увагу на досвід розвинутих ринків, таких як Франція, для вдосконалення системи сільськогосподарського страхування в Україні з метою забезпечення стійкого розвитку сільського господарства та захисту фермерів від негоди та економічних ризиків.

#### Список літератури

1. Журавка О.С. Аналіз сучасного стану страхового ринку України URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5493>.

2. Марценюк О.В. Інтеграційні процеси як чинник розвитку страхового ринку України. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua>

3. Вдовенко Л.О., Черненко О.С. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва в аграрній сфері: монографія. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД». 2017. 252 с.

4. Офіційний веб-сайт Ліги страхових організацій України URL: <http://uainsur.com/>

5. Руда О.Л. Розвиток страхового ринку в Україні URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

УДК: 366.543:336:338.46(477)

І. Тарасенко, О. Козирєв

irataras@ukr.net, alexiskozyrev@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Недостатній рівень обізнаності громадян України про свої права як споживачів фінансових послуг, незнання існуючих механізмів їх захисту, значна кількість скарг, які надходять до Національного банку України, робить актуальним завдання розробки комплексу заходів, спрямованих на підвищення рівня фінансової грамотності населення.

Порушення, які найчастіше фіксувалися протягом останніх років Національним банком України при опрацюванні скарг споживачів фінансових послуг, це: приховування реальної вартості кредитів, замовчування комісій і додаткових витрат; неправдивість інформації в рекламі, яка вводить в оману споживачів фінансових послуг або приховує істотні умови надання фінансових послуг; нав'язування страхових послуг компаніями, які є партнерами банку; підвищення тарифів або зміна процентних ставок без повідомлення споживачів; відмова у видачі документів, виписок, довідок про надання послуги та інші.

Особливістю сучасного етапу розвитку світової економіки слід визнати те, що розвиток виробництва, посилення конкуренції призвели до перевиробництва товарів (виробництва у значно більшій кількості, ніж їх можна спожити). Наслідком цього стало те, що заради продажу виробленої продукції та послуг і з метою отримання надприбутків з боку товаровиробників (виробників послуг) ведеться «справжнє полювання» за споживачами, яке у випадку позитивного завершення з боку виробника чи продавця також повинно призводити до задоволення потреб споживача як отримувача товару чи послуги. При цьому споживач повинен володіти достатніми і дієвими механізмами по захисту своїх прав, у зв'язку з чим виникає постійна необхідність удосконалення правових механізмів захисту таких прав.

Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» визначає [1]: захист прав споживачів небанківських фінансових послуг має реалізовуватись з допомогою вживання відповідних заходів НБУ та Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, зокрема з метою запобігання та припинення порушень законодавства на ринку фінансових послуг. Цей Закон передбачає, що фінансова установа до укладення з клієнтом договору про надання фінансової послуги повинна надати йому інформацію про механізм захисту його прав та порядок урегулювання спірних питань із фінансовою

установою, реквізити НБУ та Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, а також реквізити органів із питань захисту прав споживачів.

Найважливішим джерелом інформації про порушення і неприйнятні практики діяльності фінансових організацій є звернення громадян.

За результатами досліджень USAID «Трансформація фінансового сектора» [2] було встановлено: 50% людей не знають, куди звертатись у разі порушення їхніх прав та інтересів як споживачів фінансових послуг; 80% людей взагалі нікуди не бажають звертатися, оскільки не довіряють наявним каналам або вважають їх малоефективними.

В Україні для вирішення завдань захисту прав споживачів, з метою підвищення рівня фінансової грамотності, а також впровадження сучасних механізмів захисту прав споживачів було прийнято та реалізуються Закон України «Про захист прав споживачів» [3] і Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» [4]. Відповідно до законодавства України права споживачів фінансових послуг реалізуються через право: на захист через державні органи; на належну якість обслуговування; на потрібну, достовірну та своєчасну інформацію про фінансову послугу; вільного вибору фінансової послуги та компанії, яка її надає; знати свої права споживача фінансових послуг; на відмову від фінансової послуги та розірвання договору про таку послугу в разі, якщо виконавець такої послуги своєчасно не приступив до виконання обов'язків за договором; на відшкодування збитків, завданих невиконанням або неналежним виконанням договору про фінансові послуги; на об'єднання у громадські організації споживачів фінансових послуг; інші права, передбачені законодавством України.

Органами, які здійснюють державне регулювання фінансових послуг і забезпечують захист прав споживачів цих послуг в Україні, є: Національний банк України, який здійснює регулювання і нагляд за банківською діяльністю; Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, яка регулює і контролює діяльність на фондовому ринку; Державна споживча інспекція, яка у сфері фінансових послуг здійснює захист прав споживачів послуг у частині контролю договорів споживчого кредитування, і є в Україні спеціальним уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів. Захист прав споживачів фінансових послуг також здійснюють суди.

До основних принципів захисту прав споживачів фінансових послуг, визначених Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» [4], віднесено: (1) забезпечення відповідального ставлення до всіх категорій споживачів фінансових послуг; (2) забезпечення своєчасного надання повної, точної та достовірної інформації про фінансові послуги суб'єктів господарювання, які надають фінансові послуги, та про їх фінансовий стан; (3) сприяння просвітницькій роботі з метою забезпечення обізнаності споживачів фінансових послуг, отримання ними навичок, знань та впевненості щодо розуміння ризиків, відповідальності та можливостей, пов'язаних із користуванням фінансовими послугами; (4) забезпечення відповідальної ділової поведінки осіб, які надають фінансові послуги, та їх уповноважених представників (осіб, що надають посередницькі послуги на ринках фінансових послуг); (5) забезпечення захисту коштів та інших активів споживачів фінансових послуг від шахрайства та зловживань; (6) забезпечення захисту персональних даних споживачів фінансових послуг; (7) створення і впровадження механізму досудового вирішення спорів щодо надання фінансових послуг; (8) сприяння конкуренції у сфері надання фінансових послуг.

У 2009 році розпорядженням Кабінету Міністрів України № 1026-р (від 3 вересня 2009 р.), усвідомлюючи важливість проблеми, яка потребує розв'язання, було прийнято Концепцію захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні [5]. Необхідність розроблення Концепції захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні [5] обумовлювалася такими умовами: (1) розвитком та розширенням спектра небанківських фінансових послуг, створенням умов для активного залучення до ринків таких послуг споживачів, які зазвичай не мають достатньої інформації та необхідного обсягу знань про особливості та споживчі характеристики фінансових послуг, а також рівень ризиків і можливі наслідки набуття додаткових фінансових зобов'язань та порівняння умов їх надання небанківськими фінансовими установами; (2) стрімким розвитком пропозиції на ринку фінансових послуг в умовах недосконалої правової бази та відповідно недостатнього забезпечення захисту прав споживачів було визначено чинниками зростання недовіри до таких ринків і, як наслідок, зниження попиту на запропоновані фінансовими установами послуги; (3) збільшенням кількості та причинами звернень громадян до органів, що здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг, дозволило зробити висновки, що заходи із забезпечення захисту прав споживачів, здійснювані зазначеними органами, об'єднаннями учасників ринків фінансових послуг та громадськими об'єднаннями, не відповідають вимогам часу і недостатньою мірою впливають на запобігання недобросовісному наданню небанківських фінансових послуг.

Метою Концепції захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг визначено удосконалення системи захисту прав споживачів та забезпечення її ефективності. Така система повинна базуватися на наступних принципах [5]: (1) ефективності державного регулювання; (2) дотримання гарантованих законом прав споживачів на захист; (3) прозорості діяльності небанківських фінансових установ та інших суб'єктів господарювання, які за своїм правовим статусом не є фінансовими установами, але мають передбачену законом можливість надавати окремі види фінансових послуг; (4) збалансованості інтересів суб'єктів господарювання, які надають небанківські фінансові послуги, та споживачів.



Захист прав споживачів фінансових послуг – це системна діяльність, до якої належить: нагляд за дотриманням фінансовими установами основних принципів у сфері захисту прав споживачів фінансових послуг, здійснення моніторингу дотримання Законів України та добровільних Кодексів у цій сфері, нагляд та контроль за поведінкою учасників фінансових ринків, просвітницька діяльність, спрямована на підвищення рівня обізнаності споживачів щодо характеристик та особливостей надання фінансових послуг, вирішення спорів між надавачами та споживачами фінансових послуг. Світовий досвід захисту прав споживачів фінансових послуг дає підстави для чіткого розуміння цієї діяльності як системної.

### Список літератури

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III. Редакція від 01.01.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text> (дата звернення 05.04.2023).
2. ПРОЕКТ USAID «ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ». Київ, січень 2020 р. URL: [http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2020/01/Insurance-Report\\_Jan2020.pdf](http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2020/01/Insurance-Report_Jan2020.pdf) (дата звернення 02.04.2023).
3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. Редакція від 19.11.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення 05.04.2023).
4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг: Закон України від 20.09.2019 № 122-IX. Редакція від 20.09.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20#Text> (дата звернення 03.04.2023).
5. Про схвалення Концепції захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг: Розпорядження Кабінету міністрів України від 03.09.2009 № 1026-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1026-2009-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.04.2023).

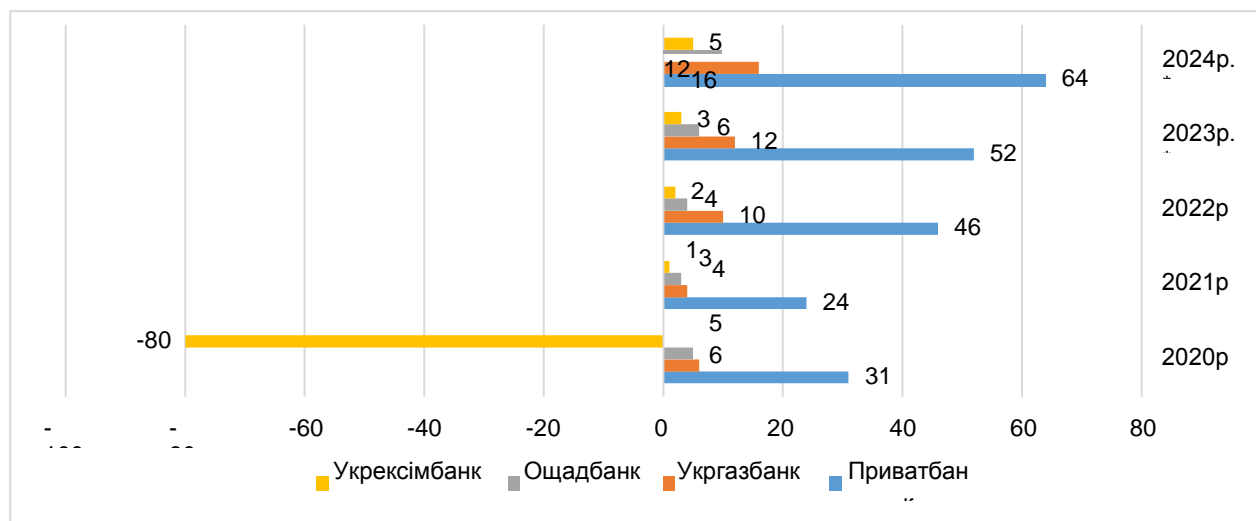
УДК 336.71

Б. Обертинський, Л. Обертинський  
obertynskyi.bv@knutd.edu.ua

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАНКІВ

Оцінюючи загальний стан інвестиційної діяльності банківського сектору на початок 2023р. слід наголосити на тому, що питання накопичення ресурсів інвестиційного потенціалу є актуальними та такими, від обсягу та джерел яких залежить фінансова стійкість банківських установ України та надійність банківського сектору держави в цілому. Основними державними ТОП-банками країни за сплаченими коштами до бюджету на 01.01.2023р., попри військову агресію, залишаються такі банки: Приватбанк, Укргазбанк, Ощадбанк та Укрескімбанк (рис. 1).



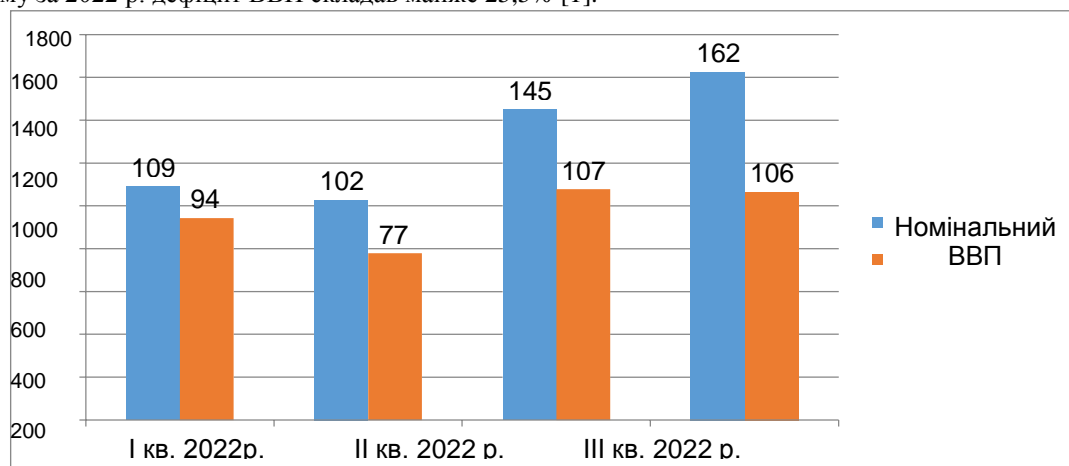
**Рис. 1. Сплачені кошти державними банками до бюджету та отримані з бюджету (млрд.грн.)**

Джерело: побудовано автором на основі [1; 14-17]

\* - прогнозні данні на кінець відповідного року.

Стратегія розвитку та управління банківською сферою повинна мати актуалізований характер та основні пріоритетні види діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки. На підставі обраних стратегічних цілей та завдань наглядові ради державних банків повинні опрацювати механізми стратегічних дій, що в подальшому впливатимуть і визначатимуть роль та пріоритети для кожного банку в умовах воєнного стану. Також, ще одним ускладненням на цьому шляху може бути націоналізація банків, акціонери яких знаходяться під санкційними діями, пов'язаними з агресією Російської Федерації. Будь-які зміни у стратегічних цілях та завданнях мають відповідати домовленостям України з МВФ та стандарту ЄС щодо поступового зменшення частки держави в банківській сфері [2; 14-18]. Враховуючи воєнні дії та пов'язані з цим воєнні ризики, часовий лаг зниження участі держави у банківському секторі буде тривалим. Зменшення конкуренції, отримання монопольного становища у певних видах кредитування призведуть до ускладнення входження інвесторів на український ринок і придбання державних банків. Фінансова стабільність банківської системи в цілому тісно пов'язана із динамікою ВВП за часи повномасштабного вторгнення в Україну. Динаміку ВВП за 2022р. з розподілом на його квартали можна побачити на рис. 3.

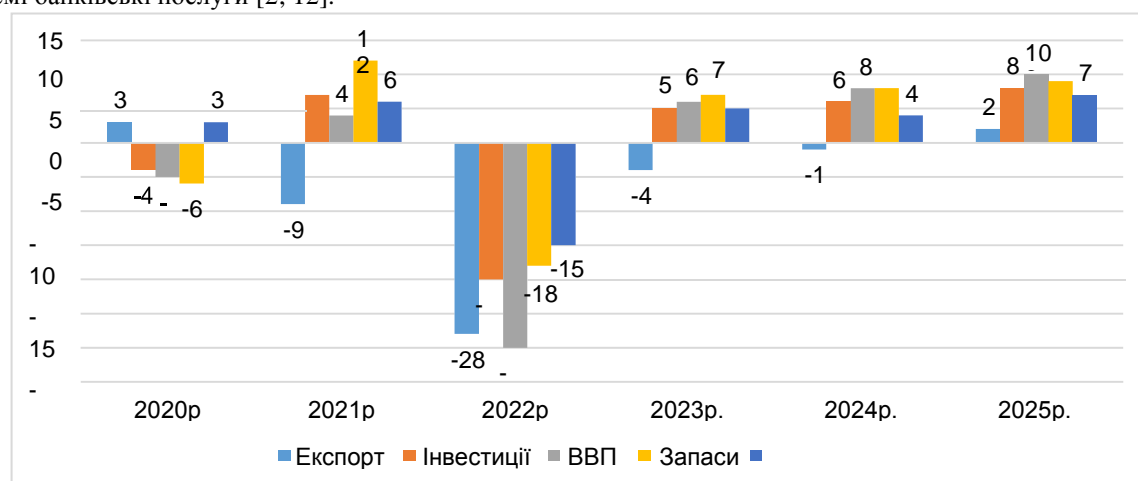
Як видно з рис. 3, різниця між I кв. та IV кв. 2022р. ВВП України є вражаючою. Так, за I кв. ВВП втратив 13%, за II-III кв. – майже по 24%, а за IV кв. недоотримання до бюджету України становило майже 35 %. В цілому за 2022 р. дефіцит ВВП складав майже 25,5% [1].



**Рис. 2. Динаміка ВВП за 2022 р. з квартальним розподілом (млрд.грн.)**

*Джерело: побудовано автором на основі [12; 15-18]*

Незважаючи на продовження війни в Україні, українська економіка починає невпинно повільно відновлюватися, про що свідчать прогнози НБУ щодо очікуваного зростання ВВП на 6% вже наприкінці 2023 р. (рис. 3). Також прогноз торкнувся й покращення сфери торгівлі та послуг, діяльності окремих фінансових установ. Про те все ж таки економіка України продовжує втрачати кошти під час воєнних дій, що обумовлено тривалою дією обмежень на імпорт українського продовольства до сусідніх з Україною країн ЄС. В результаті виникають безпекові ризики, які пригнічують інвестиційну активність та справляють негативний вплив на окремі банківські послуги [2; 12].



**Рис. 3. Частка категорій кінцевого використання по відношенню до реального ВВП (%)**

*Джерело: побудовано автором на основі [12; 16-20]*

*\* - прогнозні данні на кінець відповідного року.*

Не дивлячись на загальне зменшення кількості банківських установ за 2019-2023рр., для банківської сфери накопичення інвестиційного потенціалу залишається основним механізмом збереження своїх активів та

засобом захисту внутрішнього й зовнішнього фінансового капіталу від інфляційного знецінення. Причому накопичені обсяги інвестиційного потенціалу є не тільки основою їх конкурентоактивності у здійсненні банківських операцій, забезпечення високого рівня рентабельності, ліквідності, але й сприяють розширенню ресурсної бази банків у задоволенні попиту на інвестиційні потреби у додаткових фінансових ресурсах [12-18].

#### Список літератури

1. Офіційний сайт НБУ. Режим доступу: [https:// bank.gov.ua/](https://bank.gov.ua/).
2. Звіт про фінансову стабільність. Режим доступу: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article).

УДК 336.71

М. Чернишов, В. Левченко

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

**Вступ.** Банківська система є однією з найважливіших складових ринкової економіки, її розвиток є однією з основних передумов розвитку економіки країни. Питання про те, що таке банк, не таке просте, як здається на перший погляд. Зазвичай вважається, що банк - це місце для зберігання грошей. Проте таке трактування ролі банків не лише не розкриває їхньої суті, але і приховує їхню справжню функцію в національному господарстві. Діяльність банків настільки різноманітна, що їхня справжня сутність залишається невизначеною. У сучасному суспільстві вони здійснюють найрізноманітніші операції. Банки організовують не лише грошовий обіг і кредитні відносини, через них також здійснюється фінансування національної економіки, проводяться страхові операції, торгівля цінними паперами, а в деяких випадках - посередницькі операції та управління активами.

Банківська діяльність завжди пов'язана з ризиком, можливим розголошенням конфіденційної інформації та наявністю внутрішніх та зовнішніх загроз. Напружена криміногенна обстановка в країні, поява активних структур економічного розвідування в Україні, міжнародна організована злочинність та широке застосування жорстких методів впливу на банківські установи визначають актуальність цієї проблеми у найближчій перспективі.

**Виклад основного матеріалу.** У перекладі з грецької мови поняття безпека означає "володіти ситуацією" [1]. В економічній літературі безпеку банку розглядають як стан стійкої функціонуючої діяльності, при якому забезпечується досягнення цілей банку і його основних інтересів, захист від усіх дестабілізуючих чинників незалежно від умов функціонування; здатність своєчасно та адекватно реагувати на всі негативні явища внутрішнього та зовнішнього середовища банку; можливість протистояти різним загрозам щодо власності, діяльності та іміджу банку, створювати ефективний захист від внутрішніх і зовнішніх загроз [2]; стан захищеності банку від внутрішніх і зовнішніх загроз [3]; система заходів, що забезпечують захист інтересів власників, клієнтів, працівників і керівництва банку від зовнішніх та внутрішніх загроз [4]. При цьому безпека банку має комплексний та багатофункціональний характер, а її реалізація дозволяє досягти пріоритетних цілей банку, створити і використовувати можливості конкурентного середовища для забезпечення його ефективного функціонування та стійкого розвитку в довгостроковій перспективі.

Узагальнюючи розглянуті наукові підходи, можна запропонувати таке визначення поняття "фінансова безпека банку" - це стан банку (банківської системи в цілому), який характеризується здатністю протистояти можливим зовнішнім та внутрішнім загрозам банківської діяльності для забезпечення нормального функціонування та розвитку в умовах дестабілізуючого впливу навколишнього середовища та захищеності фінансових інтересів зацікавлених сторін (власників, клієнтів, працівників, керівництва, держави), а головною метою безпеки банку є забезпечення конкурентоспроможності як окремого банку, так і банківської системи в цілому на ринку банківських послуг і запобігання можливості отримання збитків або втрати частини прибутків внаслідок реалізації внутрішніх і зовнішніх загроз.

За думкою В. Коваленко, Т. Болгар та О. Сергеевої [3] ключовими характеристиками фінансової безпеки банку є: забезпечення рівноваги та стійкого фінансового стану банку; сприяння ефективності діяльності банку; раннє виявлення проблемних аспектів у діяльності банку; нейтралізація криз і запобігання банкрутству.

Фінансова безпека банку безпосередньо залежить від загроз, які існують або можуть виникати в процесі його діяльності. На сьогодні відсутні єдині підходи до оцінки загроз безпеці банків. Так, Н. Карчева та І. Карчева [5] виділяють серед найостанніших: загрози безпеці банку з боку зовнішнього середовища (від клієнтів, партнерів, конкурентів, злочинців, держави через різні державні установи та громадян) і загрози безпеці банку з боку внутрішнього середовища (від власників, адміністрації, менеджерів підрозділів, фахівців, неформальних груп).

Нещодавня хвиля фінансових інновацій, заснована на можливостях, які надає цифровізація, в основному прийшла з-за меж банківської системи та виявилася у формі нових постачальників фінансових послуг - або конкуруючих з банками, або співпрацюючих з ними, але в той же час несучих певний руйнівний потенціал.

Смартфони, Інтернет та API забезпечують швидший обмін інформацією, нові канали її доставки та краще використання масштабу. Це сприяло відмові від традиційної моделі фізичних офісів і відділень та виходу на ринок нових постачальників платіжних послуг - від компаній мобільного зв'язку, що пропонують мобільні гроші, до фінтех-компаній, що пропонують цифрові гаманці. Інтернет також сприяв зростанню конкуренції, дозволяючи клієнтам порівнювати продукти та ціни різних фінансових послуг різних постачальників, а завдяки платформам клієнти отримали можливість переміщати депозити між банками при зміні умов.

Революція в інформаційних технологіях, включаючи хмарні обчислення, спростила створення, обробку та використання великих обсягів даних та застосування статистики для вимірювання фінансових ризиків та їх управління. Штучний інтелект та машинне навчання дозволяють покращити моделі сортування та моніторингу порівняно з існуючими методами, такими як традиційні (головним чином статичні) моделі кредитного рейтингу. Декілька досліджень показали, що великі дані є більш корисними для прогнозування дефолтів, ніж традиційні підходи, що використовують дані кредитного реєстру (див., наприклад, дослідження порівняння кредитів, виданих великою фінтех-компанією, з аналогічними кредитами, виданими традиційними банками; дослідження використання цифрових слідів у кредитному рейтингу; дослідження прогнозування ймовірності дефолту позичальників на основі даних про використання ними мобільних телефонів). Крім оцінки кредитоспроможності, штучний інтелект та великі дані також можуть відігравати важливу роль у операційній діяльності та діяльності з вимірювання та управління ризиками, такими як моніторинг шахрайства та кіберподій, боротьба з відмиванням грошей, перевірка відповідності регуляторним вимогам.

Поява DLT, найвідомішою з яких є блокчейн, представлений як метод підтвердження права власності на біткоїн, привернуло увагу багатьох інвесторів до криптоактивів. У відповідь на зростаючу значущість приватних криптоактивів центральні банки по всьому світу почали досліджувати можливість випуску власних цифрових валют для роздрібних клієнтів.

У XXI столітті традиційні способи ведення бізнесу змінилися на феномен екосистем. Вони є результатом стрімкого технологічного прогресу та зростаючих потреб клієнтів і суттєво змінили систему взаємозв'язків між покупцями та продавцями [6]. Це явище включає в себе широкі можливості розвитку, але також має пов'язані з ним ризики та складнощі, які також потрібно розглянути й проаналізувати. Головним принципом і конкурентною перевагою екосистеми є акцент на клієнті. Ключовим фактором є те, що клієнт під час споживання не повинен залишати межі екосистеми. Для цього всі продукти компанії, як правило, розробляються з урахуванням можливостей взаємодії та оберненої сумісності. Компанія гарантує клієнту якість та підтримку материнського бренда. Від агрегатора вимагаються не лише величезні фінансові ресурси, але й достатня кількість кваліфікованих кадрів, особливо в галузі IT-технологій, значна база лояльних клієнтів та компетентне керівництво, здатне координувати різнопланові напрямки бізнесу. Українські великі банки саме відповідають вищезгаданним вимогам.

На основі отриманих даних у результаті дослідження були сформульовані рекомендації для фінансових установ, які мають намір створювати екосистему:

1. Встановити механізми регулювання в екосистемі. Оскільки банк, який раніше не мав досвіду з деякими видами бізнесу, бере на себе відповідальність за широкий спектр послуг та дочірніх компаній. Важливо не лише правильно розподілити повноваження керівництва, а й чітко визначити сфери відповідальності менеджменту.

2. Надати підконтрольним компаніям і сервісам більше автономії. В питанні створення успішно функціонуючої екосистеми немає місця амбіціям щодо загального контролю над бізнесом. Багато малих підприємств, які були поглинуті великими гравцями, вже мають вибудовану модель управління, і головне завдання компанії-агрегатора - не створювати перешкоди для діяльності своєї підопічної організації. Технологічним стартапам важливі інвестиції, а не бюрократичні тяганини.

3. Розмежувати капітали всередині фінансової організації та запобігти ризикам, пов'язаним з використанням коштів клієнтів у інвестиційних цілях [7]. Важливо пам'ятати, що головною організацією є банк, і збереження грошей населення є першочерговою задачею керівництва.

4. Не зловживати доступом до особистої інформації клієнтів і приймати заходи щодо захисту особистих даних. У сучасний час збереження особистої інформації в цифровому просторі також є пріоритетом для всіх структур, на рівні як з майном так і грошима.

**Висновки.** Система управління фінансовою безпекою банку вимагає постійного удосконалення та розвитку. Вимоги та загрози безперервно змінюються, тому банки повинні бути готові до адаптації та вдосконалення своїх стратегій та методів управління фінансовою безпекою. Тільки в такий спосіб вони зможуть зберегти свою стабільність та успішність в умовах сучасного фінансового ринку.

#### Список літератури

1. О. М. Петрук і А. О. Петрук, «Теоретичні засади забезпечення безпеки операцій банків з похідними фінансовими інструментами», *ета*, вип. 3(101), с. 87–98, Жов 2022.

2. І. Висоцька, С. Савіна, К. Мазур, М. Нагірна, і І. Дорош, «ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ», ФКДПТП, вип. 4, вип. 39, с. 58–65, Вер 2021.

3. V. V. Kovalenko, T. M. Bolgar, і O. S. Sergeeva, «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ — ПРОБЛЕМИ ВИМІРУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ», *ФКДПТТ*, вип. 3, вип. 26, с. 38–45, Вер 2018.
4. Н. С. Педченко і С. М. Дячек, «Розвиток методичних підходів до оцінки рівня фінансової безпеки банківської системи України», *ета*, вип. 1(91), с. 133–145, Квіт 2020.
5. Г. Карчева, І. Карчева «Теоретичні та практичні аспекти управління фінансово-економічною безпекою банків». *Економічний аналіз*. 2022. Т. 32. Вип. 1. с. 168-198. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.01.188>.
6. E. Jung, C. Lee & J. Hwang «Effective strategies to attract crowdfunding investment based on the novelty of business idea», *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 178. p. 121558. 2022.
7. X. Shi & Y. Shi «Unpacking the process of resource allocation within an entrepreneurial ecosystem», *Research Policy*. Vol. 104378. 2021.

УДК 658.15

О. Черниш, Ю. Радчук

chernysh.o@knutd.com.ua, Padchuk241@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

Діагностувати чи прогнозувати фінансову стійкість підприємства в умовах воєнного стану досить складно, оскільки війна створює непередбачувані обставини, які можуть призвести не тільки до скорочення обсягів виробництва, а й спричинити повну його зупинку і навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів. Форс-мажорні обставини характеризуються непередбачуваністю та неможливістю прогнозування, що ускладнює процес аналітики.

Однак практика 2022 року показала, що воєнний стан та повномасштабна війна на території України не завжди є виокремленням для успішного бізнесу. За ефективного управління формується можливість продовжувати бізнес (а іноді і створювати новий) в умовах війни, створювати умови для збереження активів та ресурсів і навіть їх розвитку.

З початком повномасштабного вторгнення з необхідністю релокації бізнесу стикнулося близько 50% підприємств України [1], які через війну були вимушені змінити не лише регіон, а інколи й переформатувати свої виробництва, диверсифікувати лінійку продукції та перейти до нових бізнес-моделей, які передбачають зміну фінансової системи підприємства, формування нових видів грошових потоків тощо.

Діагностика фінансової стійкості підприємства традиційно здійснюється шляхом аналізу: майнового стану, динаміки зміни капіталу та джерел його формування, показників ліквідності, показників фінансового стану, показників ділової активності, показників рентабельності [2-4]. Поряд з цим, незважаючи на незмінність методології визначення показників фінансової стійкості все ж таки передбачає певні зміни. Це зумовлено, в першу чергу, формуванням нового середовища функціонування підприємства, коли основною умовою його роботи є забезпечення безпеки персоналу та клієнтам, формування платоспроможності за обов'язковими платежами а також збереження кадрового складу.

Крім того, на фінансову стійкість підприємства впливає багато чинників, спричинених військовим станом. Основний із них – нестабільність зовнішнього середовища, яка вимагає грамотного фінансового управління та швидких реакцій на різні виклики. Кожне підприємство, яке працює в умовах воєнних дій, стикається з ситуацією, коли необхідно коригувати бізнес-моделі для того, щоб продовжити функціонування на ринку. Основними завданнями при цьому є організація безпеки для персоналу та клієнтів, збереження кадрів та забезпечення платоспроможності перед постачальниками. Відповідна фінансова політика здійснює вплив і на нормативні значення показників фінансової стійкості. В умовах неможливості використання зовнішніх фінансових ресурсів, фінансова стійкість та ліквідність підприємств суттєво зростає, оскільки вони вимушені працювати за рахунок власних коштів. В свою чергу, ті підприємства які не мають власних ресурсів, не зможуть функціонувати на ринку, що не передбачає товарних чи фінансових доступних кредитів. Така ситуація спричиняє зміну підходів до забезпечення платоспроможності таким чином, щоб за рахунок вільних готівкових коштів підприємство могло терміново погасити заборгованість, а також здійснювати оперативні інвестиції в розвиток.

Відповідно до забезпечення концептуальних умов роботи підприємства, необхідно налаштувати фінансову систему, щоб вона могла підтримувати життєздатність бізнесу. Для цього необхідно сформулювати принципово нові підходи до побудови політики ліквідності, фінансової незалежності, оборотності та рентабельності. Розглянемо кожен із підходів більш детально.

*Управління ліквідністю в умовах війни.* В умовах воєнного стану багато підприємств зіткнулись з проблемами ліквідності. На початку війни чимало керівників підприємств вилучили кошти з обігу з метою їх збереження. Як результат погіршення показників ліквідності, а період погашення короткострокової кредиторської заборгованості суттєво зріс. Орієнтовно через три місяці після початку повномасштабних

воєнних дій, коли бізнес більш-менш адаптувався, активність підприємств була частково відновлена, однак це принципово вплинуло на політику управління ліквідністю. Говорячи про платіжні зобов'язання підприємства, в першу чергу фінансова політика була орієнтована на акумулювання коштів для погашення кредиторської заборгованості перед постачальниками, які стали основою для забезпечення логістики і, як наслідок, безперервних ділових процесів. Відсутність товарних кредитів та неможливість отримання доступних кредитів у банківських установах сформувало нові фінансові моделі, які передбачають роботу бізнесу за власні кошти. В таких умовах показники ліквідності стають найвищими і передбачають мінімізацію ризиків неплатоспроможності перед постачальниками. Інший напрям регулювання ліквідності орієнтується на виплату заборгованості за заробітною платою, з метою збереження трудових ресурсів, які забезпечують виробництво продукції та стабільність діяльності підприємства. Практика показала, що в умовах війни населення, що не отримує належного фінансування, переміщується в інші регіони та країни, що дозволяє отримати нові джерела фінансових надходжень. В умовах, коли відбувається серйозний відтік кадрів, керівники підприємств зрозуміли, що утримати працівників на місцях можливо виключно за рахунок своєчасної оплати праці.

*Управління фінансовою незалежністю в умовах війни.* У класичній економіці підприємства вважається, що залучені кошти є двигуном розвитку. Кожне підприємство, що працює в умовах війни зіткнулося із проблемою неможливості використання залучених коштів. Практика показала, що постачальники продукції готові працювати із покупцями тільки на умовах повного розрахунку за поставлений товар. Ті компанії, що будували свої бізнес-моделі на основі надання товарних кредитів, перебудували цю модель таким чином, щоб гарантувати постачальникам повернення коштів відразу після отримання товарів (матеріалів чи сировини). Це зрозумілий і логічний підхід в умовах війни, який передбачає зменшення фінансових ризиків як для постачальників, так і покупців.

Однак, варто зазначити, що не кожне підприємство має достатньо власних фінансових ресурсів, щоб відмовитися від використання залученого капіталу. Значна кількість компаній змінила модель фінансування за рахунок збільшення внутрішньої заборгованості, зокрема заборгованості за заробітною платою. Така модель перекриття зовнішньої заборгованості за рахунок внутрішньої також зустрілася із опором, оскільки в умовах воєнного стану персонал у випадку неотримання доходу, мігруватиме до інших країн.

*Управління оборотністю підприємства в умовах війни.* Для того, щоб зрозуміти особливості аналізу фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану, необхідно перш за все дослідити основні чинники, які впливають на зміну фінансової стійкості підприємства. Необхідно зазначити, що всі підприємства на початку війни зменшили оборотність. Особливо це стосується непродовольчого сектору. Ті підприємства, які орієнтовані на продаж побутової техніки, обладнання, меблів, будівельної техніки з об'єктивних причин зменшили обсяги збуту через природне бажання населення витратити кошти виключно на товари першої необхідності. Однак дана ситуація характерна тільки в певний проміжок часу. З часом ситуація змінюється. Аналіз показав, що будь-яка війна призводить до матеріальних втрат, а тому та частина населення, яка втрачає майно або стикається з проблемою пошкодження майна, в першу чергу потребуватиме будівельних матеріалів, меблів тощо. Основною характеристикою оборотності підприємств в умовах війни є нестабільність показника оборотності – він може коливатися в залежності від активності воєнних дій в тому чи іншому регіоні.

Варто зазначити, що тільки ті підприємства, які утримуються на плаву в умовах кризової ситуації під час різкого зменшення обсягів продажів, і намагаються побудувати власний бізнес відповідно до зміни попиту на продукцію, мають змогу стрімко підняти обсяги збуту, зайнявши місця конкурентів.

*Управління рентабельністю підприємства в умовах війни.* Рентабельність є ключовим показником, на який потрібно спиратися при побудові фінансової моделі в умовах воєнного стану. Досить часто керівники підприємства відмовляються від прибутку на користь допомоги армії, а тому працюють практично на межі збитковості. Робота на межі рентабельності є прийнятною в умовах війни за умови збереження штату та забезпечення належного обсягу збуту для покриття обов'язкових витрат.

Отже, ефективна політика управління фінансовою стійкістю передбачає активність інноваційної та інвестиційної політики, що вимагає додаткових фінансових вкладень. Це підтверджує необхідність формування фінансової подушки безпеки, яка дозволяє залишатися ліквідними та платоспроможними і при цьому акумулювати кошти для розвитку. Підприємству доцільно розвивати додаткові канали збуту.

Таким чином, вимоги до платоспроможності підприємства зростають, в свою чергу, вимоги до рентабельності та оборотності знижується, оскільки в умовах війни вважається, що підприємство може працювати на межі збитку і навіть з незначним збитком, якщо воно не скорочує чисельність працівників і залишається платоспроможним.

#### Список літератури

1. АСС. Ведення бізнесу під час війни в Україні. 2022. URL: <https://chamber.ua/ua/news/rezultaty-ostannoho-opytuvannia-palaty-87-kompaniy-chleniv-hotovi-aktyvno-doluchatysia-do-vidbudovy-ekonomiky-ukrainy-pislia-viyny>
2. Готра В. В., Ріпич В. В., Дячок А. В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 219–223. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/8\\_ukr/38.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/38.pdf)

3. Денисенко М. П. Заходи покращення фінансового стану підприємства у сучасних умовах господарювання. *Економіка і держава*. 2019. № 12. С. 61–65. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.6>
4. Марусяк Н. Л. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172с.

УДК 330:332

Р. Заєць, Д. Коваленко

kovalenkodi75@gmail.com , kdi75@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ФІНАНСУВАННЯ ЗЕЛЕНИХ ПРОЄКТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ**

Війна в Україні становить серйозну загрозу глобальному екологічному управлінню, зокрема щодо захисту навколишнього середовища та збереження біорізноманіття. За даними Міністерства охорони навколишнього середовища та природних ресурсів [1], приблизно 30 відсотків заповідних територій країни, що охоплюють 3 мільйони акрів, були розбомблені, забруднені, спалені або вражені військовими маневрами. Багато промислових підприємств пошкоджені або покинуті; зруйновані каналізаційні споруди виливають свій вміст у річки; пошкоджені трубопроводи заповнюють заболочені території нафтою; токсичний військовий брукт розкидається по всій землі. Розширення «зеленого» фінансування в Україні сприятиме вирішенню нагальних проблем, викликаних війною до додаткових популярних у всьому світі проблем, таких як погана система утилізації відходів, забруднення повітря автомобільним сміттям, зміни клімату тощо.

Розширення ринку зелених фінансів спрямоване на фінансове забезпечення економіки сталого розвитку, що передбачає вирішення комплексу екологічних ризиків, підвищення рівня енергоефективності економіки, покращення показників соціального розвитку, покращення якості існуючої системи управління на всіх рівнях.

Сучасний розвиток економіки України характеризується необхідністю вирішення проблем у сфері управління інноваційною діяльністю при формуванні та реалізації екологічних проєктів, які відіграють важливу роль у забезпеченні досягнення стратегічної мети переходу до сталого розвитку економіки країни.

Найважливіше завдання забезпечення сучасної економіки необхідними інвестиціями ресурсів у сфері екоінноваційної діяльності суб'єктів господарювання можна вирішити завдяки використанню економічних важелів і стимулів, їх злагодженій взаємодії, чіткій послідовності функціонування в системі ефективних інститутів інноваційної сфери, використанню нових засобів залучення іноземних інвестицій, які відіграють значну роль у співфінансуванні екологічних проєктів і програм в умовах кризи та дефіциту фінансових ресурсів.

Дослідження можуть бути зосереджені на питанні досвіду ЄС проєктного фінансування в екологічній сфері, наприклад, розгляді концептуальних засад, форм і методів фінансової підтримки інвестиційних екопроєктів в ЄС; аналіз принципів основного фінансування кліматичних заходів в ЄС; розробка рекомендацій щодо впровадження досвіду ЄС механізму фінансової підтримки екопроєктів в сучасних умовах в Україні.

Важливим фактором добробуту та якості життя населення є стан довкілля. Орієнтація виробництва лише на отримання максимального прибутку за рахунок нанесення шкоди навколишньому середовищу, як показує практика, обертається великими збитками не лише для виробництва, а й для суспільства в цілому. Такі збитки виникають через природні та техногенні катастрофи, погіршення навколишнього середовища та зміни клімату в цілому.

Формування зелених фінансів через фінансову систему виражається як сукупність економічних відносин між економічними об'єктами різного рівня: державою, приватними інвесторами та фінансовими агентами, які формують, регулюють і використовують фінансові інструменти для організації сталого розвитку економіки. , шляхом досягнення економічного, соціального та екологічного балансу. Основна ідея зелених фінансів – це абсолютна завершеність головної ідеї сталого розвитку. Сьогодні, згідно зі звітом ООН [2], таку політику започатковано вже 170 країнами світу, і поширення зелених фінансів у світі продовжує розвиватися. Перш за все, зелене фінансування дозволяє пом'якшити шкоду навколишньому середовищу, щонайбільше наслідки зміни клімату для економіки та населення країни.

Крім того, зелене фінансування відіграє важливу роль як цільове фінансування розвиває зелене зростання. Оскільки «зелене зростання» є новою моделлю економічного розвитку, яка поєднує екологічну та економічну сфери, її реалізація потребує допомоги фінансової системи, яка відповідатиме вимогам капітального фінансування сфер економіки, придатних для «озеленення». Зелене фінансування зазвичай називають об'єктом фінансування. Насамперед, йдеться про фінансування зелених технологій, забезпечення інвестицій для зелених підприємств, розвиток умов для функціонування натурального виробництва. Зелене фінансування має бути орієнтоване саме на результат.

Світовий досвід використання зеленого фінансування здебільшого позитивний, тоді як в Україні він лише на початковому рівні. Останнім часом ідея зеленої економіки в структурі сталого розвитку набула для України особливо важливої ролі, оскільки саме в рамках реалізації цієї концепції визначаються провідні перспективи економічного розвитку України та шляхи досягнення відзначено високий рівень добробуту населення паралельно з охороною навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Найбільші екологічні проблеми залишаються невирішеними навіть за інших умов нестабільності: дефіцит чистої питної води, глобальне потепління та зміна клімату, посухи та лісові пожежі; серед проблем України – збільшення кількості побутових та промислових відходів та забруднення атмосферного повітря, серед проблем безпосередньо міст, сіл та селищ – збільшення кількості побутових та промислових відходів (54,1%). Крім того, екоцид, який Росія проводить проти України під час війни, непоправно забруднює водойми та ґрунти України, руйнуючи важливу енергетичну інфраструктуру.

Міністр охорони навколишнього середовища [1] визнав, що збитки від забруднення повітря в грошовому еквіваленті вже досягли близько 994 млрд грн; ґрунтів і землі – понад 12 млрд грн. Внаслідок ракетних ударів знищено 40 українських нафтобаз, через пожежі в атмосферу викинуто понад 499 тис. тонн отруйних речовин [3].

Реалізація механізму фінансової підтримки інвестиційних проєктів, особливо екопроєктів, у цілому становить основу цілісної системи фінансової підтримки інвестиційних проєктів, а також може вважатися однією з рушійних сил боротьби з гострою економічною та екологічною проблемами, спричинені війною, кризовими ситуаціями, пандеміями, цифровізацією, безготівковою економікою, глобалізацією, дефіцитом інвестиційних ресурсів, відсутністю досвідчених кредитоспроможних спонсорів у сфері фінансування проєктів, поширенням фінансової інклюдії, корупцією, тіньовою економікою та іншими супутніми проблемами. внутрішні та зовнішні чинники ризику, одночасно збільшуючи частку масштабних інвестиційних та інноваційних проєктів, що, у свою чергу, збільшує інвестиційну привабливість країни, продовжує сприяти її економічному стійкому зростанню.

Джерела фінансування зеленого фінансування, під час фінансування економічних та екологічних програм, залежать від рівня, на якому воно відбувається, а саме: національний (місцевий) та міжнародний рівень: державний бюджет (цільові державні та регіональні інвестиції); міжнародні фонди (іноземні інвестиції); власні знахідки (кошти компаній та організацій, що створюють ринкову інфраструктуру); комерційні фонди (фонди позабюджетних інвестицій, екологічні та інші фонди). Основними учасниками процесу фінансування цих відносин є дві групи суб'єктів – інвестори (які фінансують «зелені профінансові потоки на цих рівнях поділяються за приналежністю: приватні кошти та фінансові потоки інвесторів. Водночас загальна економічна ситуація в країні та світі відіграє важливу роль у формуванні фінансових потоків.

Підтримка фінансування зелених проєктів буде частиною інвестицій у ключові зелені сектори, необхідні для підвищення стійкості та сприяння сталому розвитку. В ЄС існує безліч програм і планів, які зосереджені на фінансуванні проєктів: Horizon Europe, Next Generation EU, Recovery and Resilience facility і REPower EU. Екологічні інновації, які зменшують вплив на навколишнє середовище, підвищують стійкість до зовнішнього тиску та ефективніше використовують ресурси, є ключовими для підтримки переходу до циркулярної економіки та досягнення цілей Європейської зеленої угоди.

#### Список літератури:

1. Дашборд із даними про загрози довкіллю. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://ecoza.gov.ua/> (дата звернення 07.09.2023)
2. «Зелені» інвестиції у сталому розвитку: світовий досвід та український контекст. Центр Разумкова. 2019. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2019\\_ZELEN\\_INVEST.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_ZELEN_INVEST.pdf) (дата звернення: 07.09.2023)
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 07.09.2023)
4. Огренич Ю. О. Особливості формування та використання механізму управління інвестиційно-інноваційною діяльністю промислових підприємств. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2022. № 13. С. 123–134.
5. Кравченко М., Павленко Т. Проблеми забезпечення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств: макроекономічні аспекти. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1887/1817> (дата звернення: 07.09.2023)



## БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ США

В сучасному світі, де швидкість змін та інновацій надзвичайно важлива, бізнес-інкубатори в освітніх установах стають все більш важливими. Ці інноваційні простори є ключовим елементом у підготовці молодих підприємців та розвитку стартап-екосистеми. Вони надають студентам і випускникам можливість поєднувати навчання з практичними досвідом та розвивати власні бізнес-проекти.

Бізнес-інкубатор в освітній установі - це спеціалізований центр, створений для підтримки та розвитку студентських стартапів та інноваційних проектів. Ці інкубатори можуть бути частиною університетів, коледжів або незалежними структурами, співпрацюючи з освітніми установами.

Основна мета бізнес-інкубаторів - створити сприятливе середовище для розвитку підприємницьких ідей та допомоги їх втіленню в життя. Це включає в себе навчання, наставництво, фінансову підтримку та доступ до ресурсів, необхідних для створення та розвитку бізнесу.

Мета діяльності бізнес-інкубаторів у сучасній освіті:

-Навчання практичних навичок: Бізнес-інкубатори надають студентам можливість навчатися практичним аспектам підприємництва, включаючи розробку бізнес-планів, маркетингу, фінансів і ведення бізнесу.

-Розвиток підприємницьких навичок: Вони сприяють розвитку ключових підприємницьких навичок, таких як лідерство, управління проектами та комунікація.

-Підтримка стартапів: Бізнес-інкубатори надають підтримку стартапам на всіх етапах їх розвитку, включаючи пошук інвестицій, вивчення ринку та впровадження на ринок.

-Створення спільноти: Ці інкубатори створюють спільноту підприємців, яка сприяє обміну ідеями, співпраці та створенню нових проектів.

Лідером по створенню стартапів є США [1]. Розглянемо найвідоміші бізнес-інкубатори, які створені в університетах.

Визначити кількість бізнес-інкубаторів в Сполучених Штатах Америки неможливо. У США існують тисячі бізнес-інкубаторів, що пропонують різноманітні програми та ресурси для стартапів.

Більшість великих університетів у США мають власні бізнес-інкубатори або акселератори для підтримки стартапів, які пов'язані з університетом. Окрім того, існують приватні бізнес-інкубатори, які спеціалізуються у певних галузях, таких як технології, біотехнології, цифрові медіа, соціальні інновації та багато інших.

Кількість бізнес-інкубаторів може змінюватися з часом, оскільки нові інкубатори створюються, а деякі можуть закритися через різні причини. Однак важливо зазначити, що в США існує розгалужена і розвинута інфраструктура для підтримки стартапів, і бізнес-інкубатори є важливою складовою цієї інфраструктури.

Розглянемо найвідоміші бізнес-інкубатори США.

Одним з найвідоміших університетських бізнес-інкубаторів - це Harvard Innovation Lab HIL [2] (США), який було створено у Гарвардському університеті, який відомий своєю активною підтримкою інновацій та підприємництва. Ця інноваційна лабораторія, розташована в Кембриджі, Массачусетс, стала символом співпраці між академічною сферою та бізнесом.

Harvard Innovation Lab було започатковано в 2011 році з метою створення інтердисциплінарного центру, де студенти, вчені та підприємці можуть спільно працювати над ідеями та проектами, спрямованими на розвиток інноваційних продуктів та послуг. Основна місія бізнес-інкубатора - надавати ресурси, знання та підтримку для створення стар HIL пропонує різноманітні ресурси та інфраструктуру для студентів та учасників спільноти:

1. Простір для роботи: Центр надає зручний та збагачений простір для роботи, де команди можуть працювати над своїми проектами, проводити зустрічі та наради.

2. Навчальні програми: HIL пропонує навчальні програми, семінари та майстер-класи, які допомагають учасникам набувати необхідні навички для розвитку бізнесу.

3. Наставництво та консультації: Учасники HIL мають доступ до наставників та консультантів, які допомагають їм у вирішенні проблем та розвитку їхніх ідей.

4. Фінансова підтримка: Лабораторія надає можливість отримати фінансову підтримку для розвитку стартапу через програми фінансування та конкурси.

5. Мережа зв'язків: HIL забезпечує зв'язки з іншими підприємцями, інвесторами, професіоналами та випускниками Гарварду, що створює можливість для співпраці та розвитку бізнесу.

Екосистема бізнес-інкубатора включає кілька окремих просторів і програм:

- i-lab – динамічний простір з повним спектром послуг для нинішніх студентів Гарварду, зацікавлених у активному пошуку інновацій та підприємництва.

- Launch Lab X GEO, революційний віртуальний акселератор для відповідних випускників Гарварду, що ведуть перспективні стартапи на ранній стадії, що базуються в будь-якій точці світу.

• The Pagliuca Harvard Life Lab для студентів, викладачів та випускників Гарварду, які працюють над перспективними стартапами в галузі наук про життя та біотехнології.

Наступним бізнес-інкубатором, який буде розглянуто є MIT Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship [3] (Центр підприємництва Массачусетського технологічного інституту) - є одним з найбільших науково-дослідницьких центрів у Школі менеджменту MIT Sloan, школі бізнесу та менеджменту Массачусетського технологічного інституту. Особливістю цього інкубатору є те, що він пропонує студентам та випускникам MIT різноманітні можливості для розвитку підприємництва, включаючи навчання, менторинг, фінансування та доступ до мережі зв'язків.

Berkeley SkyDeck (University of California, Berkeley) [4] - інкубатор високотехнологічного підприємництва в Каліфорнійському університеті в Берклі, яка виступає як спільне підприємство між Школою бізнесу Haas та Інженерним коледжем Берклі. Особливості: SkyDeck пропонує акселераційні програми та менторинг для стартапів, які пов'язані з університетом. Інкубатор спеціалізується на технологіях та інноваціях.

Stanford StartX (Stanford University) [5] - некомерційний прискорювач стартапів і спільнота засновників, пов'язана зі Стенфордським університетом. Він був заснований Кемероном Тейтелманом і Ден Ха в 2011 році. Особливості: StartX пропонує розширену програму для стартапів, які пов'язані з Стенфордом. Цей інкубатор надає доступ до ресурсів та капіталу для підприємців.

Columbia Startup Lab (Columbia University) [6]:

1. Місцезнаходження: Колумбійський університет, Нью-Йорк, Нью-Йорк.
2. Особливості: Startup Lab надає доступ до спільних робочих просторів, менторингу та ресурсів для студентів та випускників Колумбійського університету.

### Список літератури

- 1 Веб-сайт Startupranking. Режим доступу: <https://www.startupranking.com/countries>
- 2 Веб-сайт arvard Innovation Lab. Режим доступу: <https://innovationlabs.harvard.edu/>
- 3 Веб-сайт The Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship. Режим доступу: <https://entrepreneurship.mit.edu/>
- 4 Веб-сайт Berkeley SKYDECK. Режим доступу: <https://skydeck.berkeley.edu/>
- 5 Веб-сайт StartX. Режим доступу: <https://startx.com/>
- 6 Веб-сайт Columbia Startup Lab. Режим доступу: <https://entrepreneurship.columbia.edu/startup-lab/>

УДК 336:368

Н. Радіонова, Д. Бондаренко

*radionova\_n@ukr.net, frizzzy01@gmail.com*

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ГАЛУЗІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

Сучасна Україна стоїть перед викликами після воєнного конфлікту, які вимагають значних інвестицій для відновлення економіки та інфраструктури країни. Однак цей виклик також надає можливість впровадження цифрової трансформації у фінансовому секторі.

Цифрова трансформація фінансового сектору України є актуальним і необхідним процесом, спрямованим на покращення доступності та якості фінансових послуг для населення та підприємств. Впровадження цифрових технологій, таких як електронні платежі, цифрові банки, блокчейн та штучний інтелект, вже внесли зміни у фінансовий ринок України. Це створює можливості для оптимізації банківських операцій, зменшення витрат банківських установ та підвищення рівня обслуговування клієнтів. Одним із головних аспектів цифрової трансформації є використання технологій, таких як блокчейн та штучний інтелект, для забезпечення безпеки та автоматизації фінансових операцій. Це допомагає знизити ризики та витрати, а також сприяє створенню сприятливого середовища для інвестицій.

Цифрова трансформація фінансової галузі може сприяти цьому процесу наступними шляхами:

1. Легший доступ до фінансових послуг. Цифрові технології можуть розширити доступність фінансових послуг для населення та підприємств в усіх регіонах України. Це сприятиме покращенню фінансової сфери та допоможе громадянам і бізнесу звернутися до фінансових інструментів для розвитку й відновлення.

2. Ефективне управління ресурсами. Цифрові рішення дозволять уряду ефективно управляти фінансовими ресурсами, виявляти та зменшувати фінансові ризики, а також забезпечувати прозорість та облік витрат у реалізації проектів відновлення.

3. Залучення іноземних інвесторів. Цифрові інновації в фінансовому секторі можуть зробити Україну більш привабливою для іноземних інвесторів. Вони дозволяють вести бізнес більш ефективно та знижують ризики, пов'язані з інвестуванням.

4. Розвиток фінтех екосистеми. Фінтех компанії, які використовують цифрові технології, можуть стати двигуном інновацій та створення нових фінансових продуктів і послуг, які відповідають потребам відновлення України.

5. Роль держави та регуляторів. Успішна цифрова трансформація фінансового сектору потребує активного співробітництва між державою, регуляторами та фінансовими установами. Держава повинна створити сприятливе законодавче середовище для розвитку цифрових технологій та стати гарантом безпеки фінансових операцій.

Україна, подолавши важкі випробування війни, встане перед завданням відновлення своєї економіки та соціальної інфраструктури. Це вимагає великих фінансових ресурсів та стратегічного планування. Інвестиції стають ключовим чинником у цьому процесі, і Україна відкриває перед інвесторами широкі можливості для спільної роботи щодо реставрації та відновлення країни.

Першим кроком у залученні інвестицій для відновлення України є створення сприятливого інвестиційного клімату. Це включає в себе поліпшення правової системи, зменшення бюрократичних перешкод, а також забезпечення надійності прав власності та захисту іноземних інвесторів. Україна вже працює над цими аспектами та активно вдосконалює свою інвестиційну політику.

Однією з головних сфер, які потребують інвестицій, є інфраструктура. Відновлення доріг, залізниць, аеропортів та інших інфраструктурних об'єктів є надзвичайно важливим для розвитку економіки та забезпечення конкурентоспроможності України на світовому ринку. Україна може стати великим ринком для міжнародних фінансових організацій, банків, приватних інвесторів та підрядників. Відбудова доріг, залізниць, портів та розвиток транскордонної логістики перетворить країну на найбільший будівельний майданчик з часів Другої Світової війни. Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури прагне налагодити співпрацю з інвесторами та МФО щодо відновлення та розбудови прикордонної інфраструктури, яка вкрай потрібна для товарообігу. Одним з ключових чинників підвищення експортного потенціалу України є реконструкція та розвиток мережі автомобільних пунктів пропуску через державний кордон.

Автомобільні пункти пропуску є воротами країни й, через війну, залишатимуться основними експортно-імпортними воротами країни ще досить тривалий час, тому для нас важливий їх комплексний розвиток. Йдеться про облаштування автомобільних пунктів пропуску, ремонт мостів та доріг до них.

У пріоритеті - реконструкція автомобільних пунктів перетину кордону, будівництво або модернізація 21 пункту пропуску на державному кордоні України з країнами ЄС та Республікою Молдова [1].

Інвестиції в розвиток виробництва та промисловості також є важливою складовою відновлення. Сприяння виробництву, створення нових робочих місць та впровадження екологічно чистих технологій може покращити якість життя населення та забезпечити стійкий економічний розвиток. Воєнні дії спричинили економічному стану України значних збитків - знищені промислові підприємства. Тільки металургія втратила 30 % своїх активів [3, с. 85]. На сьогоднішній день, одним з найбільших зарубіжних інвесторів у металургії є ArcelorMittal. Слід зазначити, що умови роботи українських потужностей компанії дуже складні: лінія зіткнення досі перебуває близько, нестабільне електропостачання через російські атаки на енергоінфраструктуру та проблеми з водою через знищення російськими військами Каховської ГЕС. Тим не менш, компанія продовжує вкладати кошти у своє виробництво в Україні. Як зазначив гендиректор «АрселорМіттал Кривий Ріг» Мауро Лонгобардо, у 2022 році підприємство інвестувало у свої потужності \$120 млн, а у 2023 році планує вкласти ще \$130 млн. [5].

Цікавить інвесторів і видобувна сфера. Зокрема, турецький гігант Onur Group вирішив інвестувати у видобуток графітової руди на Городнявській ділянці Буртинського родовища у Хмельницькій області. У березні компанія отримала відповідний дозвіл Держслужби геології та надр України. За розрахунками, на базі розвіданих запасів цієї ділянки може бути створене потужне підприємство з річною продуктивністю з видобутку і переробки руди в обсязі 1 млн тонн і випуску графітового концентрату в кількості 55,9 тис тонн.

З інвестиціями у сфері машинобудування є деякі труднощі, але перші домовленості з іноземними партнерами також з'являються. Наприклад, американська компанія Amsted Rail готується до запуску виробництва підшипників та комплектуючих до вагонів у Львові. Розглядають як кооперацію з українськими виробниками, так і будівництво нового заводу у регіоні. Поки компанія шукає складські приміщення у Львівській області, щоб перевезти туди обладнання.

Енергетична галузь одна з найбільш постраждалих від бойових дій. Україна втратила багато потужностей альтернативної генерації, в яку вкладалися, в тому числі, іноземці. Але для деяких з них це не стало перепоною.

Норвезька компанія Scates розвивала сонячну енергетику в Україні задовго до повномасштабної війни. До 2021 року вона запустила 5 потужних СЕС на Київщині, Черкащині та Миколаївщині. Наразі спільно з Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC) компанія планує розгортання в Україні блочно-комплектного рішення для генерації та зберігання сонячної енергії Scates Release. Це допоможе диверсифікувати генерацію в нашій країні.

У відновлювану енергетику інвестує також Onur Group. Зараз підприємство має потужності в 150 МВт та планує розвивати новий проект у Закарпатській області. Встановлення вітрогенераторів потужністю 120 МВт обійдеться компанії у \$150 млн. Реалізувати цей проект планують за два роки [4].

Інвестиції в інноваційні сектори, такі як інформаційні технології, біотехнології та альтернативна енергетика, можуть сприяти створенню в Україні нових ринків та допомогти країні стати лідером у глобальних інноваційних технологіях.

Україна також може отримувати фінансову та технічну підтримку від міжнародних організацій та держав-партнерів. ЄБРР є одним із найбільших інституційних інвесторів в Україні. Станом на 01 вересня 2023 року сукупний обсяг виділеного Україні Банком фінансування становить 18,38 млрд євро в рамках 547 проектів. На стадії реалізації знаходиться 11 спільних з ЄБРР проектів загальним обсягом позик 2364,0 млн євро. Обсяг використання коштів позик ЄБРР за цими проектами станом на 01 вересня 2023 року – 1513,75 млн євро (64,03% загальної суми позик) [2].

Спільна робота з міжнародними інституціями може забезпечити додаткові ресурси та експертну підтримку для відновлення. Шлях до стабільності та процвітання країни вимагає спільних зусиль уряду, бізнесу та міжнародних партнерів. Інвестори, які вкладають свої ресурси в Україну, не лише отримують можливість отримати прибуток, але й допомагають створити майбутнє стабільної та процвітаючої країни.

#### Список літератури

1. Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://restoration.gov.ua/press/news/55759.html>
2. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mof.gov.ua/uk/ebrr>
3. Радіонова Н. Й. Значення обліку для відновлення вітчизняних підприємств у післявоєнний час /Н.Й. Радіонова// Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах інтеграції: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 7.10.2022. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 85-86.
4. Шевчук А. Як світові промислові гіганти розвивають виробництво в Україні під час війни. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://gmk.center/ua/posts/yak-svitovi-promislovi-giganti-rozvivajut-virobnictvo-v-ukraini-pid-chas-vijni/>
5. Forbes Ukraine [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/company/arselormittal-kriviy-rig-u-2022-mu-otrimav-rekordni-49-mlrd-grn-zbitku-polovina-pratsivnikiv-u-prostoi-yak-gendirektor-mauro-longobardo-planue-vivoditi-kompaniyu-z-krizi-intervyu-23052023-13694>

УДК 378.4:657:658

О. Бунда

[bundaolga@yahoo.com](mailto:bundaolga@yahoo.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ

Однією з важливих передумов розвитку глобальної економіки є цифрова трансформація освіти, основною метою якої є забезпечити повноцінне та якісне навчання та сприяти всім можливостям такого навчання протягом усього життя для усіх верств населення різних країн.

Пріоритетами розвитку цифрової економіки виступають усі важливі сфери розвитку суспільства: медицина, освіта, безпека, екологія, економіка. Тому стратегічним напрямом цифрової трансформації економіки є освіта [1, с. 181].

Стратегічні пріоритети впровадження і розвитку системи освіти у світі визначають сприяння розвитку цифрової трансформації освіти та підвищення цифрової компетентності здобувачів освіти, які повинні бути належно підготовлені до цифрової трансформації освіти та подальшого життя у світі цифрових систем і технологій. Для досягнення поставлених пріоритетів важливо реалізувати такі завдання: формування цифрових навичок і компетентностей у здобувачів різного віку; сприяння підвищенню цифрової грамотності; розробка високоякісного навчального контенту, зручних інструментів та безпечних платформ (де будуть дотримуватися правила електронної конфіденційності та етичні стандарти), ефективне планування та розвиток цифрового потенціалу здобувачів.

Дослідження діяльності закладів вищої освіти в умовах цифрової трансформації здійснювалося такими вітчизняними та зарубіжними науковцями, як: J.Andress, M.Bishop, М.Будовій, В.Валіна, І.Дмитрієва, А.Іваненко, Н.Кухарська, В.Лауніконіс, Л.Одинченко, К.Сімаков та інші. Але, незважаючи на значну кількість напрацьовань, питання щодо цифрової трансформації діяльності закладів вищої освіти потребують подальшого дослідження.

Дуже актуальним і важливим в цьому аспекті є розпорядження КМУ No286-р «Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки» [2]. Цілі та завдання Стратегії чітко визначені і зорієнтовані на період входження України до Європейського Союзу. Вони є детальною дорожньою картою для відбудови та продовження реформування системи вищої освіти в післявоєнний період. На основі проведеного аналізу динаміки розвитку вищої освіти в Україні та зважаючи на глобальні тенденції розвитку вищої освіти, у Стратегії визначено сильні та слабкі сторони національної системи вищої освіти, можливості

подальшого розвитку та загрози зовнішнього середовища. На основі здійсненого SWOT-аналізу розроблено сценарії розвитку вищої освіти в Україні [3, с.48].

Також Стратегією визначені тенденції розвитку вищої освіти, що визначають майбутнє вищої освіти і міжнародної студентської мобільності до 2030 року:

- старіння населення, що призводить до пошуку нових можливостей для освіти і зайнятості;
- підвищення рівня автоматизації виробництва;
- невідповідність компетентностей, яких повинні набути здобувачі вищої освіти, як розрив між вимогами роботодавців та пропозиціями закладів вищої освіти та наукових установ;
- стрімка урбанізація, переміщення населення в міста у пошуку роботи і кар'єрних можливостей;
- суворіша імміграційна політика, яка передбачає більше бар'єрів для мобільності до країн з високим рівнем доходів;
- економічні зміни, зокрема стрімке зростання ринків, що виникають, яке спричиняє ріст попиту на розширення доступу до освіти, включаючи навчання за кордоном;
- дисбаланс спроможності економік, що проявляється як протиставлення попиту молоді в країнах, що розвиваються, на вищу освіту і великого обсягу освітньої пропозиції в розвинених економіках, що створює можливості для транснаціональної освіти;
- скорочення обсягу фінансування вищої освіти із зведених бюджетів [2].

«Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою» визначає бар'єри для розвитку цифровізації в Україні: відсутність національних (державних) програм, інфраструктур підтримки та стимулювання бізнесу до використання цифрових інструментів та рішень, а також розвитку інноваційного підприємництва; відсутність у країні бачення, стратегії та ініціатив цифровізації економіки та сфер життєдіяльності суспільства та країни в цілому; відсутність сталої системи культивування цифрових навичок та навичок інноваційного підприємництва на рівні середньої та вищої освіти, в секторах економіки та в суспільстві взагалі [4].

У 2020 році Європейська Комісія (European Education Area) затвердила План дій з цифрової освіти на 2021—2027 роки (Digital Education Action Plan (2021-2027)), який визначає два важливих напрями:

- прискорення розвитку ефективних цифрових освітніх систем - це потребує наявності розвинутої інфраструктури, зв'язку і цифрового обладнання, ефективного планування та розвитку цифрового потенціалу, застосування сучасних організаційних можливостей, підготовка наукових, науково-педагогічних та педагогічних працівників з цифровими компетентностями, високоякісне освітнє наповнення, інструменти і безпечні платформи, що відповідають стандартам приватності та етики та є зручними для користувачів;
- розвиток цифрових умінь, навичок і компетентностей для цифрової трансформації, як базових цифрових умінь і компетентностей, так і поглиблених цифрових навичок, підготовка більшої кількості необхідних фахівців [2,5].

Впровадження Плану дій з цифрової освіти передбачає розвиток систем інформаційної та економічної безпеки діяльності закладів вищої освіти. Система інформаційної безпеки закладів вищої освіти базується на таких принципах: цілісність даних – захист від збоїв, що призводять до втрати інформації, а також захист від неавторизованого створення або знищення даних; конфіденційність даних; доступність даних для всіх авторизованих користувачів [6, с. 4–5], [7, с. 4–6].

При здійсненні діяльності закладам вищої освіти необхідно забезпечити високий рівень інформаційної безпеки інтегрованих систем обробки та зберігання облікової інформації у закладах вищої освіти [8, с. 70].

Існують, як внутрішні, так і зовнішні загрози безпеки інформації у закладах вищої освіти: спроби несанкціонованого адміністрування баз даних; несанкціонований запуск програм з аудиту мереж, дослідження мереж, видалення інформації, у тому числі бібліотек; запуск на виконання ігрових програм; встановлення вірусних програм; сканування мереж, несанкціоноване використання з Інтернету неліцензійного програмного забезпечення та інсталяція його; спроби несанкціонованого віддаленого адміністрування операційних систем; сканування портів і т.д. [9].

CRM — це можливість інтеграції і максимального використання всіх джерел даних про наявних та потенційних клієнтів, що визначають в першу чергу можливості збору, обробки й ефективного використання інформації [10, с.88].

CRM системи в закладах вищої освіти забезпечують покращення взаємодії суб'єктів освітнього процесу, управління навчальним процесом, автоматизацію видачі та контролю виконання завдань. Однією із CRM систем для навчальних закладів є Vitrix24— це система для автоматизації роботи освітніх центрів, шкіл, ВНЗ, допомагає залучати більше абітурієнтів, проводити маркетингові заходи, планувати навчальний процес, випускати рахунки клієнтам [11].

Отже, цифрова трансформація діяльності закладів вищої освіти суттєво підвищить якість навчального процесу.

### Список літератури

1. Сімаков К. І. Особливості державного управління в умовах цифрової трансформації України / К.І.Сімаков, В.Г.Валіна, В.П.Лауніконіс, М.Ю.Будовій // Економічний вісник Донбасу : наук. журн / Гол. ред. Н. В. Трушкіна –Київ: 2021. - №1 (63). – С.179-185.
2. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 №286-р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text>.
3. Дмитрієва, І., Іваненко, А., & Одинченко, Л. (2022). Стратегії розвитку вищої освіти України у національному та світовому вимірі щодо професійної підготовки в контексті інклюзії. Scientific Collection «InterConf», (131), 48–50. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/1579>
4. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
5. Digital Education Action Plan (2021-2027). European Education Area [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan>
6. Andress J. Foundations of information security. A Straightforward Introduction / J.Andress. – San Francisco : No Starch Press, 2019. – 222 p.
7. Bishop M. Computer Security. Art and Science / M.Bishop. – 2nd ed. ; with contributions from E.Sullivan and M.Ruppel. – Pearson Education, Inc, 2019. – 1384 p.
8. Бунда О. М. Інформаційна безпека системи бухгалтерського обліку у закладах вищої освіти / О. М. Бунда // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 8 жовтня 2021 року. – Київ : КНУТД, 2021. – С. 69-70. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18897>
9. Кухарська Н.П. Оцінка інформаційного середовища вищих навчальних закладів та аналіз загроз його безпеці. // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/760/1/21.pdf>
10. Марусей Т. В. Впровадження сgm-систем у маркетингову діяльність підприємства. Економіка та держава. 2016. № 6. С. 87–89. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3548&i=17>
11. CRM для навчальних закладів. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [https://www.bitrix24.ua/articles/crm\\_school.php](https://www.bitrix24.ua/articles/crm_school.php)

## *Платформа 4. ПЕРЕДОВІ ПРАКТИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ОСВІТИ ТА ЇХ РОЛЬ У ПОВОСННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ*

UDC 339.138

I. Gryshchenko, Doctor of Science in Economics, Professor, Academician of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine

D. Shkoda, Postgraduate

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

### **THE SPECIFICS OF ORGANIZING AN END-TO-END MARKETING INTERNET ANALYTICS SYSTEM**

One of the in-demand management mechanisms today aimed at improving the efficiency of sales and promoting products on the market is Internet marketing, which involves the use of a personalized approach to the potential consumer. Internet marketing includes the following elements:

1. Strategy and goals serve as an important element in building a system for attracting customers through the Internet and implementing effective Internet marketing into your business.

2. A site on the Internet is, for example, a company website, a page in directories and portals, a profile in various communities and exchanges - everything where the potential audience will be attracted in the future.

Traffic generation is the attraction of visitors to the website (Internet resource) or landing page.

4. Lead generation is the activity of attracting traffic and converting it into leads (potential customer requests). Lead generation presupposes some target action by the visitor of the site. Target action is a call, an application in the contact form, registration on the site, etc. Basically, everything that makes it possible to continue to communicate with the potential client.

5. Customer generation is "turning visitors into customers." In other words, making a sale or closing a deal. In this, depending on the type of business, it is no longer the Internet marketing, but the sales department that is largely involved.

Sometimes this happens smoothly, almost without lead generation, and sometimes you need "lead management", for example working with potential customers - this is precisely the function of the aforementioned sales department.

Effective use of Internet marketing is only possible if advanced technologies are added to its mix to develop a competitive strategy. With the development of digital technology, the following elements have been added by Internet marketing experts:

1. Digital sales funnel - principle of distribution of clients on stages of sales process from the first contact up to fulfillment of the target action [1].

2. Search engine optimization - a complex of measures on the internal and external development of the site to raise the position of the resource in the results of search engines for certain user queries in order to increase network traffic, the number of potential customers and further generate income [4].

3. Web-analytics is the collection and analysis of statistical data on visits and visitors to the site in order to improve and optimize the web resource and ongoing advertising campaigns [5].

Web-analytics site is an analysis of user behavior in order to increase conversions. The task of web analytics is to work with the sales funnel: optimizing each stage of the sales funnel and increasing conversions. According to M. Borovyk, end-to-end analytics is "analyzing the effectiveness of advertising campaigns based on sales data by tracking each customer through the entire sales funnel" [1]. A sales funnel is a visual representation of the movement of a potential customer of a company from first contact with the company to the purchase of a product or service. The name "funnel" is not accidental, the fact is that the sales funnel is traditionally depicted as an upside down triangle. New customer requests go to the wide part of the funnel, then, passing through the stages of treatment of the request (consultation, measurement, cost calculation, sending a commercial offer), some customers, for whatever reason, decide not to cooperate with the company, visually this flow of customers appears narrowing of the funnel. The company's clients come from the bottom of the funnel. That is, those companies and individuals who have successfully passed all stages of the funnel, made a positive decision regarding cooperation, and purchased the company's products or services. The specific stages of the sales funnel depend on the specifics of the company and how sales are organized in it.

Website conversion is affected by price, seasonality, competitors, etc., but analytics affects only advertising traffic and the interface of the site.

Let's divide web analytics tasks into two groups:

1. Solving a specific problem. Suppose there is a unique product at the best price, but there are no sales from the site. The task of analytics - to understand and solve the problem of lack of sales.

2. End-to-end analytics - a system that allows you to analyze the effectiveness of advertising based on a large pool of data: advertising sources, user socio-demographic profile, the path to the site, etc. in conjunction with the

CRM-system. End-to-end analytics makes it possible to look at an advertising campaign as a whole, determine the effectiveness of individual advertising sources and search phrases and, accordingly, optimize the entire sales funnel.

Large companies such as private medical clinics, automotive retailers, and developers and real estate developers were among the first to implement end-to-end analytics. In these market segments, marketing budgets are huge, while the cost of attracting a lead (application) is often high. That is why it is important for them to understand which communication channel brings them the most clients [4].

There is no clear date in the world when the system of end-to-end analytics appeared. The process was gradual, solving problems for businesses over a period of 10 years.

In the early 2010s, entrepreneurs began looking for a service that would tie together all the advertising, marketing, and business metrics. And enterprising people, catching the market demand, took the idea and began to monetize it. This is how the first end-to-end analytics systems emerged.

However, in 2013, end-to-end analytics was only talked about at conferences. They only started implementing it a couple of years ago. By now it has become quite clear that in almost 100% of cases the use of end-to-end analytics helps reduce advertising costs and the cost of attracting a client.

End-to-end analytics is a system or method that allows to analyze the path of the client "through" the sales funnel. And it means linking the stages that are difficult to connect [2].

Overseas it is customary to call end-to-end analytics "Big Data Analytics", and marketing management using the integration of information systems and data analysis "Big Data-Driven marketing" and include in this term the collection, processing and analysis of marketing information to increase the effectiveness of marketing [5].

Such a system should be able to produce a chronology of customer touches to the brand at all brand-controlled points.

It should be noted that we shows only the basic components of the system, the list of steps and analyzed data will vary under specific theoretical or practical problems. For the realization of practical tasks, the composition is directly influenced not only by the type of company and market in which it operates, but also by its size and specificity of the existing marketing information-technological architecture. Including the structure of the marketing department, information systems, used online services and traffic sources, as well as the structure of the company's sites.

#### References

1. Borovyk M. Performance-marketing: Zastav'te internet rabotat' na vas [Performance marketing: Make Internet work for you] / M.Borovik, G.Zagrebel'nyj, T.Merkulovich, I.Frolkin. M.: Al'pina Didzhital, 2016. – 270 s.
  2. Galaka M. P. Methods to increase sales efficiency based on analytical components of Internet marketing / M. P. Galaka, G. M. Kvit // Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the II All-Ukrainian Conference of Higher Education Applicants and Young Scientists, Kyiv, November 18, 2021. - Vol. 2 - Kyiv: KNUTD, 2021. - С. 91-95.
  3. Ganushchak-Efimenko, L., Shcherbak, V., Nifatova, O. Assessing the effects of socially responsible strategic partnerships on building brand equity of integrated business structures in Ukraine *Oeconomia Copernicana* 2018, Volume 9, Issue 4, Pages 715 - 730
  4. Jobber, D. Selling and Sales Management. Tenth edition / D. Jobber, G. Lancaster. – Edinburgh: Pearson, 2015. – 544 p.
- Ganushchak-Efimenko L. M. Strategic approach to managing the risk of the company's business portfolio / L. M. Ganushchak-Efimenko, M. S. Shkoda, O. M. Nifatova // *Management*. – 2018. – Vol. 27, No 1. – P. 111–118. DOI: <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2018.1.10>.

УДК 33.005.94

Т. Беялов

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## МЕХАНІЗМ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ

У світі швидких технологічних змін та глобальної конкуренції комерціалізація інноваційних розробок університетів залишається важливою стратегією для забезпечення розвитку та виживання університетської сфери та сприяє загальному суспільному добробуту через створення нових технологій й бізнес-можливостей.

Комерціалізація результатів інноваційної діяльності університетів сприяє:

1. Економічному розвитку країни, оскільки університети є центрами наукового дослідження та розробок, а комерціалізація інновацій сприяє перетворенню наукових досягнень у вигідні бізнес-проекти, з поступовим створенням нових робочих місць та зростанням виробництва.
2. Глобальній конкуренції, оскільки саме університети можуть бути ключовими гравцями у створенні та комерціалізації нових технологій в тих країнах, що інвестують у науковий розвиток та інновації.



3. Співпраці між секторами економіки, зокрема університетами, приватним сектором та урядом, що сприяє обміну знаннями та ресурсами та може призвести до реалізації більш інноваційних рішень.

4. Розв'язанню глобальних проблем, оскільки інновації, що комерціалізуються в закладах вищої освіти, сприяють вирішенню глобальних викликів, таких як зміна клімату, здоров'я та енергетика.

5. Залученню додаткового фінансування для досліджень та розвитку, що може бути важливим для забезпечення сталого фінансування наукової діяльності університету.

6. Створенню інноваційних продуктів та послуг, які можуть поліпшити якість життя та вирішити реальні проблеми суспільства.

7. Розвитку стартапів та підприємництва, що може бути важливим джерелом нових ідей та створення робочих місць.

Отже, стратегічною метою комерціалізації результатів інноваційної діяльності університетів є здійснення трансферу генерованих інноваційних рішень у соціально-економічні системи для формування їхньої технологічної незалежності та високої конкурентоспроможності.

Сформульована мета зумовила необхідність постановки завдань комерціалізації результатів інноваційної діяльності закладів вищої освіти, які можуть бути виконані як на рівні інноваційної системи університету, так і за її межами. Серед внутрішніх завдань комерціалізації результатів

інноваційної діяльності університетів слід виокремити наступні: зростання та розвиток «інноваційного» рівня ЗВО, нагромадження його інноваційного потенціалу за рахунок капіталізації малих інноваційних підприємств та реалізація інноваційних проєктів. Зовнішні завдання доцільно поділити на такі типи:

1. Системні завдання: завдання формування ефективної національної інноваційної системи та її підсистем; формування каналів комерціалізації, що утворюють систему трансферу знань й технологій та пронизують соціально-економічні системи різного рівня; формування та розвиток системи трансферу знань й технологій.

2. Науково-технологічні завдання: формування технологічної незалежності національної інноваційної системи; ефективне використання науково-технічного потенціалу з метою технологічного розвитку на основі впровадження результатів інтелектуальної діяльності; виконання перспективних науково-дослідних проєктів для впровадження в практичну діяльність комерційних організацій.

3. Економічні завдання: підвищення конкурентоспроможності соціально-економічних систем за рахунок впровадження на підприємствах нових технологій; капіталізація підприємств реального сектору економіки регіону, формування та розвиток їхнього інтелектуального капіталу; підвищення інноваційної активності університетів; створення нових підприємств; формування інноваційного бізнес-середовища; прискорення темпів розвитку соціально-економічних систем; формування об'єктів інноваційно-підприємницької інфраструктури; розширення фінансових джерел діяльності комерційних організацій.

4. Завдання інтеграції та взаємодії: завдання інтеграції відкритої інноваційної системи університету в соціально-економічний простір; здійснення зовнішньоекономічного обміну створеними знаннями й технологіями на міжнародному, національному та регіональному рівнях.

5. Завдання з інституційного розвитку: інституціоналізація процесу виробництва знань, розвиток концепції виробництва знань, взаємодії інститутів: держави, науки й бізнесу.

6. Соціальні завдання: створення прошарку висококваліфікованих фахівців у галузі трансферу знань й технологій; організація інтелектуальної праці; створення робочих місць; розвиток підприємницької культури [1].

Вирішення визначених завдань неможливо без розробки відповідного механізму комерціалізації результатів інноваційної діяльності університету, який включає в себе наступні компоненти:

- суб'єкти інноваційної діяльності (потенційні учасники процесу комерціалізації, що ініціюють впровадження в практичне користування результатів інноваційної діяльності, у тому числі інвестори);
- ресурси (фінансові, матеріальні, інтелектуальні, кадрові, інформаційні, організаційно-управлінські);
- інноваційний потенціал університету (можливості здійснення інноваційної діяльності з метою генерації наукомістких нововведень: сукупність інформаційних, науково-дослідних, технологічних, інтелектуальних, кадрових, фінансових, правових, соціокультурних та інших можливостей);
- інноваційна інфраструктура (сукупність підсистем, що забезпечують доступ до різних ресурсів або надають ті чи інші послуги суб'єктам інноваційної діяльності);
- інструментарій комерціалізації, що визначає порядок реалізації процесу впровадження в практичне користування результатами інноваційної діяльності ЗВО та взаємодію суб'єктів інноваційної діяльності;
- результат інноваційної діяльності (результати виконання фундаментальних, пошукових, прикладних досліджень, проведення дослідно-конструкторських, технологічних, проєктних, експериментальних робіт);
- трансформація результатів інноваційної діяльності (формування напрямів комерціалізації, сукупності відповідних форм та способів їх впровадження в практичне користування);
- об'єкти комерціалізації (результат трансформації результатів інноваційної діяльності, що відповідає одному з напрямів комерціалізації: об'єкти інтелектуальної власності, технології, інноваційні продукти, послуги тощо);
- споживачі (користувачі результатами інноваційної діяльності, у тому числі підприємства різних галузей економіки);

- стадії комерціалізації результатів інноваційної діяльності (лінійна або нелінійна послідовність дій, що задає вектор формування та реалізації механізму) [2].

При розробці механізму комерціалізації результатів інноваційної діяльності університету слід виділити такі функціональні групи:

- механізми організації інноваційної діяльності;
- механізми розроблення та впровадження інновацій;
- механізми фінансування інноваційної діяльності;
- мотиваційні та стимулюючі інноваційні механізми;
- механізми технологічного трансферу;
- механізми інтелектуальної власності;
- механізми планування інноваційних заходів та контролю;
- механізми взаємодії учасників інноваційного процесу [3].

Основними складовими сприятливого інноваційного клімату та комерціалізації результатів дослідницької діяльності університету є наступні:

- інноваційна інфраструктура: фінансова, виробничо-технологічна, кадрова та експертно-консалтингова;
- форми державної підтримки малого інноваційного бізнесу;
- венчурне фінансування інноваційної діяльності;
- стимулювання інноваційної діяльності, комерціалізації результатів наукових досліджень і розробок;
- підготовка персоналу у сфері інноваційного менеджменту;
- міжнародне співробітництво з метою просування науково-технічних результатів на ринок і підтримки інноваційно-орієнтованих проєктів.

Застосування інтегрованого підходу до визначення механізму комерціалізації результатів інноваційної діяльності закладів вищої освіти відображає основні організаційні аспекти освоєння технологій та інновацій:

- орієнтацію на підприємницькі ініціативи, що дає змогу збільшити наукомісткість продукції та послуг та збалансувати державне та приватне фінансування інноваційного процесу;
- формування взаємозв'язків між суб'єктами в інноваційних екосистемах у процесі здійснення новаторської діяльності;
- прагнення до ресурснезалежності соціально-економічних систем у частині використання власних технологій, що залучаються до господарської діяльності (об'єктів інтелектуальної власності).

Отже, комерціалізація як організаційно-економічний процес супроводжує процес трансферу інноваційних розробок та забезпечує основну умову цілісності відтворювального ланцюжка знань, зокрема, за рахунок механізму впровадження в практичне користування генерованих інноваційних розробок.

#### Список літератури

1. Coate L.E. Implementing Total Quality Management in a University Setting. Total Quality Management in Higher Education. New York: Jossey-Bass Inc. P. 27-78.
2. Etzkowitz H., Leydesdor L. The Triple Helix University-Industry-Government Relations: a Laboratory for Knowledge-Based Economic Development // EASST Review. 1995. Vol. 14. № 1.-P. 14-19.
3. Guerrero M., Urbano D., David A. Kirby A literature review on entrepreneurial universities: An institutional approach. URL: <https://www.researchgate.net/publication/228657319>

УДК 330

І. Гнатенко, А. Алексеєнко, С. Рабчук

q17208@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Глобалізація та інноваційні процеси сьогодні мають ключовий вплив на всі економіки світу. Країни, які успішно адаптуються до цих змін, досягають кращих результатів соціально-економічного розвитку.

Важливим елементом успішного соціально-економічного розвитку є підтримка підприємництва та інновацій. Держава грає важливу роль у створенні сприятливого середовища для бізнесу та наукових досліджень, а також регулюванні та стимулюванні інновацій. Формування державних пріоритетів розвитку підприємництва в інноваційній економіці є великим кроком на шляху зміцнення суверенітету та конкурентоспроможності усіх суб'єктів господарювання.

Однак успішна реалізація цих пріоритетів вимагає комплексного підходу та врахування різних чинників, включаючи політичну стабільність, правову систему, освіту, наукові дослідження, доступ до фінансування,

технологічну інфраструктуру тощо. Важливо також забезпечити підтримку малого та середнього бізнесу, який може бути джерелом інновацій та соціально-економічного розвитку.

Крім того, розвиток інновацій вимагає співпраці між урядом, галузями промисловості та науковими установами, а також залучення іноземного інвестиційного капіталу та технологій.

Західні країни, які успішно пройшли шлях інноваційного розвитку, можуть слугувати прикладом для України в цьому напрямку. Важливо забезпечити відповідне фінансування, високий рівень освіти та створення сприятливого законодавчого середовища для інноваційного підприємництва, щоб забезпечити стабільний економічний розвиток та підвищення якості життя населення.

Україна знаходиться перед вибором траєкторій щодо свого економічного майбутнього. Ці траєкторії для багатьох країн, особливо тих, що переживають перехідні періоди та стикаються зі складнощами глобалізації або конкуренції на світовому ринку повинні засновуватися на інноваціях.

Зазначене підкреслює важливість інновацій у підприємстві. Інновації можуть служити ключовим фактором успіху країни в глобалізованому світі. Вони стимулюють економічний розвиток, створюють нові ринки і можуть покращити якість життя населення.

Ефективне державне регулювання повинне грати важливу роль у стимулюванні інновацій. Це може включати в себе фінансування досліджень, сприяння співпраці між галузями та університетами, створення сприятливого середовища для підприємництва та інвестицій у високотехнологічні галузі.

Додатковою важливою складовою соціально-економічного розвитку є інноваційна освіта. Високоякісна освіта та інновації в галузі науки, техніки, інженерії та математики може забезпечити країну висококваліфікованими фахівцями необхідними для розвитку інноваційних технологій і продуктів.

Також важливо розвивати підприємницьку культуру, сприяти підприємству серед молоді та створювати умови для залучення іноземних інвестицій.

Загалом, ефективне поєднання інновацій, державного регулювання, освіти та підприємницької культури може виявитися вирішальним у досягненні сталого економічного розвитку для України.

Висвітлюємо шляхи активного переходу підприємництва на інноваційний розвиток з метою покращення соціально-економічного розвитку країни та роль держави в цьому процесі.

1. Комплексна модель формування державних конкурентних переваг. Вироблення чіткої стратегії та моделі підтримки інноваційного підприємництва є критичним завданням. Ця модель повинна відображати поточні тенденції та потреби суспільства і бізнесу, спрямовуючи ресурси на розвиток секторів з великим потенціалом для інновацій. Активний перехід підприємства на інноваційний шлях вимагає вироблення власної комплексної моделі формування державних переваг розвитку підприємства. Ця модель повинна базуватися на раціональній взаємодії в інноваційній сфері, враховуючи поточні тенденції.

2. Переосмислення стратегій розвитку інституційного середовища. Держава повинна встановити сприятливе середовище для інноваційного підприємства, забезпечуючи правовий захист прав власності, спрощення процедури реєстрації бізнесу та створення механізмів фінансової підтримки для інноваційних підприємств.

3. Акумуляція людського капіталу. Людський капітал є ключовим ресурсом для інноваційного розвитку. Держава повинна сприяти навчанню та розвитку навичок серед населення, створюючи програми навчання та підтримки інноваційних галузей. Важливо розвивати системи інноваційної освіти та навчання для створення висококваліфікованої робочої сили.

4. Трансформація ринку праці. Завдяки автоматизації та роботизації виробництва ринок праці змінюється. Держава повинна розвивати нові сектори промисловості та стимулювати перекваліфікації робочої сили для адаптації до нових умов. Неможливо трансформувати модель національного ринку праці без урахування вимог інноваційного підприємства.

5. Сприяння інноваціям. Держава повинна активно підтримувати дослідження та розвиток, створюючи інноваційні екосистеми, сприяючи зв'язкам між університетами, дослідницькими центрами та підприємствами.

Ці аспекти демонструють важливість впровадження комплексного підходу та активної ролі держави у сприянні розвитку інноваційного підприємства для досягнення успіху в сучасному господарстві. Заходи, спрямовані на вирішення цих аспектів, можуть стати ключовими для стимулювання інноваційного підприємства та забезпечення соціально-економічного розвитку у майбутньому.

### Література

1. Гнатенко І. Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції / І. Гнатенко // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2021. – № 1-2. – С. 68-77.

2. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг / І. Гнатенко // Економічний дискурс. – 2021. – № 1-2. – С. 111-121.

3. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.

4. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022.* – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.

5. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // *Формування ринкових відносин в Україні.* – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

6. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект / І.А. Гнатенко // *Інвестиції: практика та досвід.* – 2021. – № 16. – С. 20-25.

УДК: 378(470):355.01

Ю. Бірюкова, Н. Крахмальова

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **НАПРЯМИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ ЗАРУБІЖНИХ ПРАКТИК**

Після військового повномасштабного вторгнення росії на суверенну територію України, багато українців, у тому числі і студентів, педагогів та науковців, отримали статус внутрішньо переміщених осіб або біженців, у зв'язку із міграцією як у межах України так і за кордон. Учасники освітнього процесу опинилися в різних умовах, багато освітян та студентів втратили доступ до свого місця роботи та навчання. Система вищої освіти України вперше постала перед безпрецедентними викликами досі небаченої війни. Заклади вищої освіти України зазнали серйозних втрат і руйнувань внаслідок війни, багато університетських споруд зруйновано. Крім того, стикнулися з проблемою відтоку як викладацького складу так і здобувачів освіти через вимушену їх міграцію та мобілізацію до збройних сил України. У цьому контексті варто зазначити, що до Збройних Сил України активно долучилися 32 студенти і 12 викладачів та співробітників Київського національного університету технологій та дизайну (КНУТД), а також 28 осіб у теробороні. За таких умов система вищої освіти адаптувала освітній процес до реалій сьогодення. Нагальним постало вирішення питань оперативного реагування на виклики повномасштабної війни задля збереження життя всіх учасників освітнього процесу і, водночас, реалізації їх права на освіту, а саме, створення безпечного середовища та запровадження дистанційної форми навчання, ефективність якого залежить від наявних електронних ресурсів. Вищим навчальним закладам вдалося розробити ефективні рішення для стабілізації навчального процесу в складних умовах, виробити практичні рішення проблем, які можуть виникнути в процесі соціальної адаптації здобувачів вищої освіти до навчання під час війни [1]. Важливу роль відіграла в цьому мотивація усіх учасників навчального процесу продовжувати навчати і навчатися. Варто зазначити, що у КНУТД впроваджена інформаційна система «Модульне середовище освітнього процесу» (МСОП) КНУТД, яка являє собою програмний продукт, створений на платформі Moodle та призначений для забезпечення взаємодії між викладачем та студентом. Головною метою функціонування МСОП є підвищення якості освітнього процесу здобувачів вищої освіти за різними формами навчання (денної, заочної, дистанційної) шляхом забезпечення доступу учасників освітнього процесу до якісних електронних освітніх ресурсів з навчальних дисциплін Університету. У МСОП розміщено навчально-методичні матеріали дисциплін для самостійної роботи студента, до яких відносяться конспекти лекцій, методичні вказівки для виконання контрольних (курсівих) робіт, додаткова інформація та підсумкові (контрольні) тести. До переваг МСОП слід віднести: можливість використання необхідних дидактичних матеріалів; цілодобовий доступ до модульного середовища; можливість отримання доступу до системи з будь-якого приєднаного до мережі Інтернет комп'ютера; наявність графіків тестування та можливість виконання тестів; можливість передачі на перевірку виконаних завдань; забезпечення спілкування з викладачем, іншими студентами через форум, електронну пошту; адаптація сайту до вимог користувачів. Завдяки інформаційним ресурсам, засобам автономного живлення, КНУТД вдалося налагодити освітній процес ще до війни, за умов карантину з метою запобігання поширенню COVID-19.

В реаліях сьогодення у закладах вищої освіти зростає роль національного виховання як пріоритетної освітньої складової, завдання якої полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти національних ціннісних орієнтирів на особистісному рівні, що передбачає цілеспрямоване створення умов для розвитку національної свідомості через становлення самодостатнього громадянина-патріота України, готового до виконання громадянських і конституційних обов'язків, формування активної громадянської позиції, утвердження національної ідентичності громадян на основі духовно-моральних цінностей Українського народу, національної самобутності [3].

Велика заслуга у підтриманні вищої школи України належить міжнародним партнерам, яка полягає у розширенні форм співпраці між українськими та іноземними закладами вищої освіти. Підприємницькі університети слідом за політичними заявами урядів своїх країн засудили російську агресію проти України та висловили готовність надати всеосяжну підтримку освітянській спільноті України. На рівні окремих підприємницьких університетів та громадських об'єднань реакція на початок повномасштабної війни на Європейському континенті проявилася у формі організації акцій солідарності, публікації заяв із засудженням дій агресора та розриву контактів з російською університетською спільнотою. Європейські конференції ректорів Чехії, Німеччини та Іспанії одними з перших засудили дії росії та висловили готовність надати підтримку українським студентам і науковцям [5].

Сьогодні обмін кращими світовими практиками повоєнного відновлення сектору вищої освіти, наукових досліджень та інновацій є нагально необхідним не тільки для розвитку вищої освіти, а й економіки України в цілому. Україні необхідна трансформація мережі закладів вищої освіти, яка відповідатиме соціальним та економічним потребам сьогодення України, а саме, підтримці забезпечення інноваційного, навчального та дослідницького середовища. Із досвіду Польщі, слід вкладати кошти передусім у розвиток людського капіталу, збереження та розвитку науково-педагогічного персоналу. У освітній системі Польщі відбулися децентралізаційні процеси. Важливим рішенням стало надання закладам вищої освіти автономії в управлінні, тобто самостійного управління фінансовими, матеріальними та кадровими ресурсами. Підприємницькі вищі школи Польщі тісно взаємодіють із бізнесом. Основними донорами польських університетів є національні підприємства та великі корпорації. При підготовці фахівців університети враховують ринкову кон'юнктуру праці та акцентують увагу студентів на спеціальностях, які потребує бізнес. Практика Польщі у реформуванні вищої освіти вказує на спільні зусилля закладів вищої освіти, бізнесу та держави, які разом спроможні впливати на трансформацію вищої школи з досягненням вагомих результатів. Заклади вищої освіти Ірландії знаходяться у партнерських відносинах між собою. Для проведення науково-дослідних робіт можна скористатися можливостями наукових структур, інших закладів вищої освіти незалежно від місця їх знаходження. Така практика може бути дуже важливою на етапі відновлення вищої освіти в Україні. Фінляндія, як одна із країн світу, що має найкращу систему вищої освіти та найвищий рівень життя, у повоєнний період за пріоритет обрала інвестиції в освіту молоді, як інвестицію у розвиток своєї держави. З огляду на досвід цієї країни, до викладання у вищих навчальних закладах потрібно залучати фахівців-практиків, успішних у своїй сфері діяльності, як це роблять у розвинених країнах світу. В Естонії після повалення радянського режиму, більшу частину наукових інституцій приєднали до вищих навчальних закладів. Відбулася структуризація системи фінансування закладів вищої освіти, вироблено принципи якості, сформовано систему надання грантів незалежну від базового фінансування. Естонія вклала багато зусиль у розвиток вищої освіти та науки.

Отже, країни ЄС здобувають досвід реалізації стратегії розвитку вищих навчальних закладів, дослідницьких установ, зокрема, що регламентується рекомендаціями, задекларованими в Комюніке Європейської комісії від 18.01.2022 р.

Представлені пропозиції щодо співпраці у сфері вищої освіти спрямовані на підсилення внеску освітніх інституцій у життя суспільства країн Європейського Союзу, на участь вишів Європи в реалізації транснаціональних освітніх програм, у бік напрацювання можливостей із присудження спільних освітніх ступенів, щодо ефективної реалізації спільної дослідницької діяльності та інструментів Європейського простору вищої освіти [6].

Втім, для України необхідна власна стратегія розвитку вищої освіти, адаптована до існуючих економічних та політичних умов сьогодення країни. За основу якої, необхідно взяти вихід на якісно новий рівень вищої освіти у повоєнний період, а саме, розширення можливостей участі в міжнародних проектах і програмах закладів вищої освіти і наукових інституцій ЄС та інших країн, залучення іноземних студентів і викладачів, дослідників. До того ж, у повоєнний період слід враховувати значні зміни економічної, соціальної, демографічної та міграційної реальності в Україні [4]. Механізм запровадження в Україні коротких освітніх програм та часткових освітніх кваліфікацій, передбачає формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачів вищої освіти, врегулювання питань присвоєння основних та додаткових професійних кваліфікацій у системі вищої освіти.

### Список літератури

1. Левченко, М. Особливості соціальної адаптації здобувачів вищої освіти до освітнього процесу в умовах воєнного стану / М. Левченко, С. Феденько, А. Форостян // Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський зб. наук. праць молодих вчених Дрогобицького держ. пед. ун-ту імені Івана Франка. – Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2022. – Вип. 52, Том 2. – С. 185-192.
2. Ніколаєв Є. Вища освіта в Україні: зміни через війну: аналітичний звіт / Є. Ніколаєв, Г. Рій, І. Шемелинець. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. 94 с.
3. Про деякі питання національно-патріотичного виховання у закладах освіти України та визнання таким, що втратив чинність, наказу Міністерства освіти і науки України від 16.06.2015 X? 641 : наказ МОН від 06.06.2022. [Ел. ресурс]. — Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-deyaki-pitannya-nacionalno-patriotichnogo-vihovannya-v-zakladah-osviti-ukrayini-ta-viznannya-takim-sho-vtrativ-chinnist-nakazu-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini-vid-16062015-641>

4. Стратегія розвитку вищої освіти України на 2022-2032 рр. [Ел. ресурс]. — Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/opublikovano-strategiyu-rozvitku-vishoyi-osviti-v-ukrayini-na-2022-2032-roki>
5. Ніколаєнко С. Вища освіта в Україні – через війну до європейського визнання. <https://dglib.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/71b546d3-3f7f-4b8a-94ef-5bb9b82b266c/content>
6. Commission communication on a European strategy for universities [El. resource]. – URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/71b546d3-3f7f-4b8a-94ef-5bb9b82b266c/content>

УДК 378.162

M. Shkoda <sup>1</sup>, DEc, associate professor,

A. Kahramanoğlu <sup>2</sup>, Assoc. Prof., *Head of Dep./ Entrepreneurship and Innovation(Interdisciplinary)*

<sup>1</sup>*Kyiv National University of Technologies and Design*

<sup>2</sup>*Ondokuz Mayıs University*

## MARKETING DEVELOPMENT OF THE UNIVERSITY ECO-TERRITORY

To solve environmental problems that are acute in Ukraine and in the world, active participation of society and a developed environmental culture are required.

One of the powerful “triggers” that led to an understanding of the scale of environmental problems appeared a little later, in the 70s of the last century - it was the report of Dennis Meadows’ group “The Limits to Growth”. This report to the Club of Rome was published in 1972: it essentially said that there are too many people on the planet and they are only increasing, but our natural resources, on the contrary, are rapidly declining.

Even later, the understanding of the potential environmental crisis that awaits humanity forced changes in the activities of the ruling circles, then business, and then universities.

For the formation of a developed environmental culture, mass environmental education is important, and a large role in this belongs to the education system, as well as the exchange of experience between universities and partnerships between them.

A major role today should be given to the corporate health of employees and the creation of an appropriate institutional environment for the functioning of the university ecosystem, a platform that will promote environmental awareness and awareness of socially vulnerable persons in accordance with national priorities and global trends in scientific and technical development, reintegration of socially and psychophysically vulnerable persons into active socio-economic and labor activity.

Therefore, it is important to implement the experience of other countries in the reintegration and recreation of socially vulnerable persons to a socially active life, which involves the use of fundamentally new interactive tools. In most countries, there are various support programs for socially vulnerable persons, both at the national and regional levels

In 2010, the University of Indonesia (UI) initiated a world university ranking, which later became known as the UI Green Metric World University Rankings. Its purpose is to quantify efforts to support the sustainability (environmental) of campuses. The rating as a whole is based on the conceptual framework of the environment, economy and justice. Over ten years, the number of participants increased from 95 to 912 universities from 84 countries

According to this ranking of universities in the world, where "green" solutions and innovations are implemented, for 2022, 17 Ukrainian institutions of higher education were included in the ranking, among which the Kyiv National University of Technologies and Design is in the TOP-10 best (Fig. 1) and 83 Turkish institutions of higher education, among which Ondokuz Mayıs University occupies the 40th position and 469 in the overall ranking (Fig. 2).

Therefore, this rating only confirms the stipulated cooperation within the framework of the international project between the Kyiv National University of Technologies and Design (KNUTD) and Ondokuz Mayıs University in terms of marketing development of the university's eco-territory.

It should be noted that the GreenMetric Rating takes into account the main criteria, including: the introduction of environmental education components in the educational process, energy efficiency improvement projects, university policy on rational consumption and energy saving, rational use of water resources, waste storage and processing, assessment of the area of green plantations on campus area and other indicators. The ranking aims to promote academic discourse on sustainability in education and campus greening, social change associated with the university, taking into account the goals of sustainable development, self-assessment of campus sustainability for higher education institutions around the world, informing government, international and local environmental agencies and society about sustainability programs on campus.

224	Ukrainian National Forestry University	Ukraine	7485	1100	1200	1390	560	1550	1725
284	The National University of Ostroh Academy	Ukraine	7045	1100	1185	1575	360	1650	1175
338	Sumy State University	Ukraine	6810	1000	1310	1050	700	1375	1375
399	Lviv Polytechnic National University	Ukraine	6525	775	1300	1090	350	1450	1600
594	Uman National University of Horticulture	Ukraine	5445	700	1250	975	510	975	1035
718	West Ukrainian National University	Ukraine	4845	550	935	675	360	1075	1250
763	Sumy National Agrarian University	Ukraine	4545	1025	835	525	210	850	1100
776	Kyiv National University of Technologies and Design	Ukraine	4485	840	710	600	250	785	1300
821	Uzhhorod National University	Ukraine	4180	770	975	525	210	610	1090
833	National University "Yuri Kondratyuk Poltava polytechnic"	Ukraine	4095	640	840	450	400	885	875
876	National Aviation University	Ukraine	3820	1060	640	600	160	960	400
886	National University of Pharmacy	Ukraine	3715	735	735	600	210	635	800
899	Kharkiv National University of Radio Electronics	Ukraine	3565	385	885	600	160	685	850
901	Ivan Franko National University of Lviv	Ukraine	3530	910	600	300	260	710	750
939	Kherson State Maritime Academy	Ukraine	3195	450	400	975	100	585	675
949	University of The State Fiscal Service of Ukraine	Ukraine	3115	980	160	375	10	600	1000
959	Kharkiv National Automobile And Highway University	Ukraine	2985	630	635	300	210	750	560

**Fig. 1. Fragment of the ranking of Ukrainian higher education institutions in the world ranking of universities by UI Green Metric**

Source: according to [1]

469	OnDoluZ Mayıs University	Turkey	6210	1250	785	900	750	1285	1240
481	Hacettepe University	Turkey	6110	1175	875	900	210	1425	1025
524	Igdir Universitesi	Turkey	5875	775	955	975	750	1185	1225
530	Akdeniz University	Turkey	5835	1100	575	1275	310	1275	1300
533	Bilkent University	Turkey	5815	1080	485	1425	450	1275	1100
539	Mardin Artuklu Universitesi	Turkey	5795	1010	885	1125	400	1160	1215
542	Bursa Technical University	Turkey	5755	705	1200	975	550	1100	1225
547	Atilim University	Turkey	5730	955	1100	1275	500	960	940
564	Piri Reis University	Turkey	5605	625	1220	1350	700	1075	635
592	Izmir Bakircay University	Turkey	5470	925	1425	900	210	710	1300
600	TOBB University of Economy and Technology	Turkey	5405	935	585	1050	510	1100	1225
613	Antalya Bilim Üniversitesi	Turkey	5335	950	810	900	550	1175	950
627	Kadir Has University	Turkey	5275	690	700	900	160	1475	1350
628	Eskisehir Technical University	Turkey	5265	820	535	1500	550	775	1085
634	Bayburt University	Turkey	5230	880	1065	750	350	1110	1075
636	Gazi University	Turkey	5220	900	1090	675	310	1155	1100
647	Manisa Celal Bayar University	Turkey	5195	750	1035	975	450	1055	900
648	Van Yuzuncu Yil University	Turkey	5180	895	1025	900	310	1175	875

**Fig. 2. A fragment of the ranking of Turkish higher education institutions in the world ranking of universities UI Green Metric**

Source: according to [1]

However, as the analysis of the scientific literature shows, research related to the study of issues related to the formation of university Eco territories also involves issues of social health and is becoming more and more relevant. At the same time, a significant part of them is dedicated to the social health of young people, since the progressive

development of a separate country and the world in general depends on the social and value orientations of young people, their position, activity and degree of participation in cultural, scientific, political and social life. The problem of health and reducing the level of morbidity in higher education institutions also involves increasing the attractiveness of promoting a healthy lifestyle, effective fight against bad habits, effective health and mass sports work, as well as effective organizational measures, including by the leadership of higher education institutions. In modern higher education institutions of Ukraine, the problem of improving health is solved mainly by conducting physical education classes with students, sports competitions, health days, etc., where a significant part of students of various courses are involved in the organization of a healthy lifestyle. At the same time, students acquire theoretical knowledge of the basics of health in such disciplines as "Safety of Life", Basics of Occupational Safety", "Physical Culture", where the main focus is on the physical aspect of health.

If we analyze the ecopolitics of KNUTD, it should be noted that in addition to eco-infrastructure, the Kyiv National University of Technologies and Design actively supports eco-projects and popularizes environmentally friendly ideas. Currently, together with students, teachers, researchers, business partners and interested parties, KNUTD is conducting a new Strategy for the University's sustainable development with the aim of overcoming all the challenges that in these difficult times for Ukraine of Russian armed aggression have faced us and the whole society, and in particular, support corporate health

However, today there is a need for an effective post-covid rehabilitation and recreation system due to the severity of the COVID-19 disease and the long recovery period. This problem can be solved by involving universities in the development and implementation of telemedicine and distance programs, recreation programs on university eco-territories, which contribute to the preservation of a favorable epidemiological situation during the pandemic, adopting the positive experience of other countries.

#### Reference:

1. GreenMetric rating. Electronic resource. Access mode:

<file:///C:/Users/maria/OneDrive/%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D1%96%D0%BB/%D0%90%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%B0%D1%81%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2/%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%20%D0%B0%D1%81%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2/Overall%20Rankings%202022%20-%20UI%20GreenMetric.html>

УДК 338

М. Черниш, І. Гончаренко

goncharenko.im@knutd.edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЗРОСТАЮЧОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Одним із перспективних напрямків наукових досліджень в Україні є проблематика розвитку смарт-спеціалізації кластерів в умовах зростаючої конкуренції в сучасній глобальній економіці.

Смарт-спеціалізація лежить в основі Політики згуртованості ЄС у сфері інновацій, і є попередньою умовою для держав-членів ЄС для отримання підтримки структурних фондів. Україна також комплексно впроваджує підходи до смарт-спеціалізації при розробці та реалізації концепцій розвитку кластерних структур, але науково-організаційне забезпечення цього процесу має потенціал для удосконалення.

Смарт-спеціалізація є інноваційним інструментом ЄС для розбудови конкурентоспроможності регіонів, заснований на усебічному урахуванні місцевих умов та можливостей, а також економіці знань. Як інноваційний підхід, смарт-спеціалізація має на меті стимулювати економічне зростання та робочі місця, дозволяючи кожному регіону визначати та розвивати власні конкурентні переваги [1].

Термін «smart» означає [2]: 1) на основі фактів, що враховують усі активи, можливості, вузькі місця в регіоні, в т.ч. зовнішню перспективу, потенціал співпраці, глобальні ланцюги цінностей; 2) відсутність рішень «вертикально вниз», натомість заохочується динамічний процес відкриття підприємництва, який об'єднує ключових зацікавлених сторін навколо спільного бачення; 3) підтримуються усі форми інновацій, не тільки технологічні, а також використання існуючих чи нових знань; 4) екосистемний підхід: створення середовища для змін, ефективність роботи інституцій.

Імплементация концепції смарт-спеціалізації кластерних структур ґрунтується на організації синергії через продуктивні комунікації між освітньо-науковими структурами, бізнесом, органами влади, експертною спільнотою та іншими стейкхолдерами [3]. Важливим складником цієї концепції є процес підприємницького відкриття, а активна участь підприємців у розробці і реалізації смарт-спеціалізації вважається необхідною передумовою її реалістичності та результативності. Тож, на відміну від традиційного ракурсу, коли проблематика смарт-спеціалізації розглядається, насамперед, у регіональному контексті, дане дослідження ставить у центр уваги підприємницький сектор та проблеми його залучення до процесу розробки



інтелектуальної спеціалізації.

Поширення смарт-спеціалізації кластерних структур в контексті регіонального співробітництва заохочує інноваційні партнерства і кластери об'єднують зусилля, створюючи інноваційну екосистему, проводять модернізацію європейської промисловості. Відомо, що Європейська комісія визнала на державному рівні важливість розкриття потенціалу технологічних викликів діджиталізації, що вимагає прискорення інноваційного розвитку для менш розвинених індустріальних регіонів. Отже, ЄС за допомогою смарт-спеціалізації розпочав загальноєвропейську інноваційну кампанію, в яку залучені майже всі європейські країни [7].

Зважаючи на високу ефективність кластерів та кластерних структур у забезпеченні національного, регіонального та місцевого розвитку як в ЄС, так і в інших країнах світу, зокрема в Україні важливо приділити розвитку концепції смарт-спеціалізації кластерних структур належної уваги задля їх ефективної діяльності.

Рухом створення кластерів є ефективна смарт-спеціалізація регіонів і територіальних громад. Смарт-спеціалізація та кластеризація мають спільних стейкхолдерів (бізнес, наука, влада, громада). Їх спільними ознаками є орієнтація на інноваційний розвиток, спрямованість на підвищення регіональної конкурентоспроможності та збільшення участі регіонів у глобальних ланцюгах доданої вартості (ГЛДВ). Інтенсивний розвиток кластерів є одним з основних критеріїв успішної смарт-спеціалізації регіонів і територіальних громад [4].

На сьогодні в Україні розроблені та прийняті стратегії регіонального розвитку (СРР) на основі підходу смарт-спеціалізації. Аналіз окремих узгоджених та затверджених СРР до 2027 року та планів заходів з їх реалізації на період 2021-2023 роки на предмет прогнозного застосування кластерів та кластерних ініціатив дозволяє зробити наступні висновки [4]: – розроблені СРР здебільшого лише декларують сучасні тренди розвитку, зокрема, стосовно розвитку кластерів; в переважній більшості регіонів не розроблено стратегій розвитку кластерів та інших пов'язаних з кластеризацією програм (інноваційного розвитку, розвитку МСБ, тощо); – визначені та заплановані кластерні ініціативи в багатьох випадках базуються на традиційній спеціалізації областей; – в більшості СРР роль МСБ як основного рушія регіонального розвитку на основі створення кластерів, лише декларується та є незначною; – слабо визначена роль стимулювання, зокрема фінансового, щодо досягнення поставлених цілей та завдань.

Політика реалізації стратегій смарт-спеціалізації вимагає розумних, стратегічних та обґрунтованих рішень. Пріоритети визначаються на основі процесу розкриття можливостей відповідної території «знизу вгору», водночас враховуються результати стратегічної розвідки щодо активів регіону (зокрема промислових структур, кластерів, університетів, науково-дослідних інститутів, науки, технологій, навичок, людського капіталу, навколишнього середовища, доступу до ринку, систем управління, зв'язків з іншими регіонами), а також наявних викликів (старіння населення, невідповідності ринку праці, віддаленого місцезнаходження та екологічних аспектів тощо), конкурентних переваг і потенціалу для покращення ситуації (наприклад, SWOT-аналізу, прогнозування та аналізу тенденцій, технології картографування, кластерного аналізу, підприємницьких знань про ринки тощо) [5].

Враховуючи значну зацікавленість на державному рівні в розвитку концепції смарт-спеціалізації кластерних структур, на базі спільної роботи фахівців із спеціалізованих міністерств - економічного розвитку та торгівлі, інфраструктури, енергетики та вугільної промисловості, аграрної політики та продовольства, охорони здоров'я, освіти і науки, а також науковців шляхом експертного опитування було визначено перелік секторальних напрямів розумної спеціалізації для України, а саме: ресурсні матеріали; біоекономіка та біотехнології; енергетика та енергомашинобудування; аерокосмічні технології; інформаційно-комунікаційні технології; здорове суспільство.

Хоча такий підхід не відповідає керівним принципам проектування дослідницьких та інноваційних стратегій для розумної спеціалізації, на перших етапах входження України у цей процес він є корисним для започаткування пошуку ринкових ніш на структурованому європейському ринку. Тому виконану фахівцями роботу краще сприймати як установлення перспективних напрямів інтеграції вітчизняної науково-дослідної системи до європейського дослідницького простору.

На сьогодні концепцію смарт-спеціалізації на практиці намагається застосовувати лише Мінекономрозвитку та торгівлі (МЕРТ) при формуванні засад нової промислової політики, зокрема, в проекті Стратегії розвитку промислового комплексу України на період до 2025 р. [6].

Європейський досвід доводить можливість застосування та поширення смарт-спеціалізації для стратегування регіонального розвитку, що визначає конкурентні переваги, встановлює стратегічні пріоритети та впроваджує інтелектуальну політику для максимізації потенціалу розвитку на основі знань. Таким чином, смарт-спеціалізація сприяє перетворенню регіонів в регіональні кластери з робототехніки та інноваційні агенції в країнах ЄС.

Це важливо і для України, оскільки регіони України інтегровані у світові торговельні потоки з широким співробітництвом і конкурентним ринком, де постійно відбуваються інноваційні трансформації. Реалізація концепції смарт-спеціалізації може бути досить ефективним інструментом майбутнього розвитку, зокрема для можливості інтеграції на більш високі ступені європейських ланцюгів доданої вартості. Не менш важливим є те, що у випадку, якщо нам вдасться реалізувати смарт-спеціалізацію в Україні так, як вона діє в Європі – це дозволить забезпечити трансформаційний ефект, необхідний для модернізації промисловості в умовах впливу Індустрії 4.0.

Отже, ключовим інструментом для розвитку концепції смарт-спеціалізації в Україні в умовах зростаючої конкуренції є кластерні структури, які організовані для об'єднання та обміну досвідом, фінансуванням, лідерством та коучінгом, щоб зробити бізнес успішним, продуктивним, прибутковим та сприяти працевлаштуванню населення. Кластерні структури допомагають стимулювати інновації та стартапи, розвивають наявні сильні сторони, підтримують їх розвиток, таким чином допомагаючи їм стати лідерами, спеціалізуючись та співпрацюючи з іншими стейкхолдерами.

#### Список літератури:

1. Березіна О.Ю. Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід. Економіка і організація управління. 2018. №4 (32). С.35-46. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/6573>
2. Matusiak Monika. Overview of the process of smart specialisation in Ukraine, Moldova and Tunisia. The European Commission's science and knowledge service. Joint Research Centre.
3. Розвиток підприємництва та його роль у реалізації підходу смарт-спеціалізації в Україні / Н.В. Швець, Г.З. Шевцова // Економічний вісник Донбасу. — 2020. — № 2 (60). — С. 53-66.
4. Бараннік В.О. Щодо сприяння розвитку регіональних кластерів в Україні. і НІСД «Щодо інституційного забезпечення розвитку промислових кластерів в економіці України» (2018 р.). Режим доступу: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-01/111Zapiska-SHevchenko-klasteryiAPU-28.11.2018-341b9.pdf>.
5. National/regional innovation strategies for smart specialisation (RIS3). *European Commission*. Website.URL: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/inf ormat/2014/smart\\_specialisation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/inf ormat/2014/smart_specialisation_en.pdf)
6. Olena Snihova. Shans dlya ekonomichnoho vidrozhennya rehioniv, yakoho ne mozha vtrachaty. (2018)Website.URL: [https://zn.ua/ukr/economics\\_of\\_regions/smart-specializaciya-ta-stupid-realizaciya-276489\\_.html](https://zn.ua/ukr/economics_of_regions/smart-specializaciya-ta-stupid-realizaciya-276489_.html)
7. SMART-spetsializatsiya v Ukrayini: chomu ne tak, yak v Yevropi? Website.URL: <https://www.industry4ukraine.net/bez-kategoriyi-uk/smart-speczializacziya-v-ukrayini-chomu-ne-tak-yak-v-yevropi/>

УДК 339.9; 330.101

Т.Е. Белялов, Е.С. Аширов

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

У контексті інноваційного шляху розвитку економіки, однією зі стратегічних цілей є створення підприємницьких університетів, діяльність яких базуються на глибокій інтеграції науково-дослідної, освітньої та інноваційної діяльності. Ця інтеграція спрямована на досягнення цілей сталого розвитку, зростання попиту на освітні послуги, а також на передбачення потреби в кадрах і науково-технічному забезпеченні національної економіки та пріоритетних галузей промисловості.

Актуальність розвитку підприємницьких університетів в світі обумовлена наступними факторами:

1. Підтримкою підприємництва, оскільки у сучасній економіці все більше акцентується на ролі підприємництва та інновацій, а розвиток підприємницьких університетів допомагає формувати та розвивати підприємницькі навички серед здобувачів вищої освіти;

2. Підтримкою інновацій, оскільки саме підприємницькі університети створюють сприятливу атмосферу для виникнення нових ідей та інновацій, а співпраця з бізнес-інкубаторами та акселераторами допомагає здобувачам вищої освіти та реалізовувати різноманітні проекти;

3. Створенням робочих місць через підтримку підприємницькими університетами стартапів та інноваційних компаній;

4. Співпрацею з індустрією, оскільки важливою частиною діяльності підприємницьких університетів є співпраця з корпораціями та бізнес-середовищем для підтримки стажування здобувачів вищої освіти та проведення спільних досліджень;

5. Підвищенням соціальної відповідальності, оскільки більшість підприємницьких університетів активно підтримує соціальні ініціативи, що спрямовані на досягнення цілей сталого розвитку.

В цілому, розвиток підприємницьких університетів має велике значення для підготовки молоді до викликів сучасного бізнесу та сприяє створенню інноваційних рішень для суспільства та економіки в цілому.

Розглянемо досвід функціонування підприємницьких університетів в провідних країнах світу.

Велика Британія має багатий досвід у створенні підприємницьких університетів, які активно співпрацюють з бізнесом та інклюзивними програмами для здобувачів освіти. Провідні університети Великої Британії, такі як University of Warwick, University of Oxford, Imperial College London, Cambridge Judge Business School та London School of Economics and Political Science співпрацюють з багатьма компаніями та галузями, надають освітні послуги, розвивають підприємницькі навички серед здобувачів освіти та підтримують інноваційні проєкти.

Швеція та Нідерланди славляться своїми технологічними університетами, діяльність яких спрямована на розвиток інновацій та підтримку підприємництва в своїх країнах та за їхніми межами. Такі університети, як Chalmers University of Technology, University of Gothenburg, University of Twente та Delft University of Technology активно співпрацюють з бізнесом, науковими групами та стартапами, створюючи сприятливе середовище для технологічних досягнень та інновацій.

Universitat Autònoma de Barcelona в Іспанії є прикладом ресурсно-інноваційного підходу, спрямованого на задоволення потреб суспільства через розробку та накопичення ресурсів університету, який має велику кількість дослідницьких центрів та інкубаторів стартапів, які допомагають здобувачам вищої освіти та випускникам розвивати власні інноваційні проекти.

США мають велику кількість корпоративних університетів, що пов'язані з великими промисловими та торговими компаніями. Такі університети, як Stanford University, Massachusetts Institute of Technology, Harvard University, University of California, Columbia University, University of Texas at Austin та University of Pennsylvania створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва та інновацій, надаючи здобувачам освіти, викладачам та дослідникам можливості працювати над стартапами, розвивати нові технології та співпрацювати з бізнесом для комерціалізації ідей.

Канада відрізняється регіональною спрямованістю багатьох університетів, які постійно розширюють спектр освітніх послуг та отримують додатковий дохід від навчання. Також у Канаді відзначається поширення віртуальних (електронних) університетів, які надають можливість дистанційного навчання. Такі підприємницькі університети Канади, як University of Waterloo, University of Toronto, University of British Columbia, McGill University та Simon Fraser University сприяють розвитку підприємництва та інновацій.

Австралія визначається гнучкістю використання інформаційних технологій у вищій освіті та розвитком відкритих курсів. В країні також існують видатні підприємницькі університети, які сприяють розвитку інновацій та підприємництва, наприклад, такі як University of Sydney, University of Melbourne, University of Queensland, University of Technology Sydney та Monash University. Наведені університети надають здобувачам вищої освіти та дослідникам можливості розвивати свої ідеї та проекти, отримувати фінансову підтримку та співпрацювати з індустрією для комерціалізації нових технологій і продуктів.

У Японії університети залишаються спеціалізованими та відповідають певним потребам галузей промисловості. Такі університети, як The University of Tokyo (Todai), Kyoto University, Keio University, Waseda University та Osaka University грають важливу роль у розвитку наукових досліджень, технологічних інновацій та підприємництва в Японії та надають здобувачам вищої освіти та дослідникам можливості працювати над новаторськими проектами та співпрацювати з бізнесом для комерціалізації наукових розробок.

Досвід підприємницьких університетів в Китаї вражає своєю розмаїтістю та впливом на розвиток інновацій, підприємництва й економіки в цілому. Велика кількість університетів в Китаї активно співпрацюють з бізнесом, урядом та науковими інститутами для створення інноваційних продуктів та розвитку стартапів. Такі університети, як Tsinghua University (Qinghua), Peking University (Beida), Zhejiang University (ZJU), Fudan University та Shanghai Jiao Tong University (SJTU) сприяють створенню інноваційних продуктів, розвитку нових технологій та підтримці підприємницьких починань. Вони працюють над комерціалізацією досліджень, співпрацюють з бізнесом та забезпечують здобувачам вищої освіти та дослідникам доступ до ресурсів для розвитку своїх ідей. Разом з урядовими ініціативами, такими як "Масштабна інноваційна програма 2.0" (Mass Entrepreneurship and Innovation 2.0), ці університети сприяють створенню інноваційної екосистеми в Китаї.

Україна також активно розвиває підприємницькі університети та сприяє розвитку підприємницької активності серед здобувачів вищої освіти та випускників. В Україні діють академічні інкубатори та технопарки, які сприяють розвитку стартапів та інноваційних проектів. Вітчизняні університети активно встановлюють партнерство з бізнес-середовищем для спільних досліджень та стажування здобувачів вищої освіти. Ось декілька прикладів вітчизняних підприємницьких університетів:

1. Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (ІФНТУНГ) активно співпрацює з енергетичними компаніями та іншими галузями промисловості. Університет має власний інкубатор та центр комерціалізації технологій для підтримки стартапів та інноваційних проектів у сфері енергетики;

2. Київський національний університет імені Тараса Шевченка (КНУ) - є одним із найстарших та найпрестижніших університетів України та активно співпрацює з бізнесом та громадським сектором. Університет має ряд програм та проектів, спрямованих на підтримку підприємництва та інновацій;

3. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» володіє великою науковою базою та активно розвиває інноваційні напрями досліджень. Університет співпрацює з промисловими підприємствами та має власний інноваційний парк «Kyiv Polytechnic Innovation» для підтримки стартапів;

4. Національний університет «Львівська політехніка» також активно працює над розвитком підприємництва та інновацій. Університет має інкубатори та центри підтримки стартапів, а також співпрацює з місцевими індустріальними партнерами;

5. Національний університет «Одеська політехніка» спеціалізується на інформаційних технологіях та активно працює над розвитком інноваційних проектів. Університет має інкубатори та лабораторії для підтримки стартапів у сфері ІТ та програмування.

Необхідно відзначити, що всі університети в Україні створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва та інновацій, надаючи здобувачам, викладачам та дослідникам можливість працювати над інноваційними ідеями та співпрацювати з бізнесом для комерціалізації нових технологій та продуктів.

Отже, всі розглянуті країни мають свої власні особливості та стратегії розвитку підприємницьких університетів, проте спільною рисою є активна співпраця з бізнесом, створення сприятливого середовища для інновацій та підтримка підприємницької активності серед здобувачів вищої освіти та викладачів.

#### Список літератури

- 1.The Cambridge Cluster. URL: [www.cam.ac.uk/research](http://www.cam.ac.uk/research)
- 2.UK and Ireland gain in Horizon-2020 top-50 performers URL: <http://www.Universityworldnews.com/article.php?story=20151029>
- 3.The 25 Richest Colleges by Endowment Dollars Per Undergraduate URL: <http://chronicle.com/article/The-FinancialAid-Fine-Print/190131/>
- 4.Harvard University: Financial Report. Fiscal Year 2014. – 47 p. URL: [finance.harvard.edu/annual-report](http://finance.harvard.edu/annual-report)
- 5.NACUBO, U.S. and Canadian Institutions Listed by Final Year (FY) 2014. Endowment Market Value, February 2015. URL: [www.nacubo.org/Research/NACUBO-Commonfund\\_study\\_of\\_endowment/Public\\_NCSE\\_Tables.html](http://www.nacubo.org/Research/NACUBO-Commonfund_study_of_endowment/Public_NCSE_Tables.html).

УДК 330

І. Гнатенко, О. Щур, С. Янечко

q17208@ukr.net

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ІННОВАЦІЙ

Важливим аспектами сучасної науки є вивчення еволюції підприємництва та інновацій у науковому контексті, а також пояснення впливу соціологічних, економічних та інших засад на розвиток підприємництва. Необхідно враховувати усі аспекти, що формують економіку нового типу засновану на знаннях. Підприємство в економіці розглядається як активна господарська діяльність, забезпечує ризик та нестандартність мислення, що є інструментами для впровадження інновацій.

Інновації допомагають підприємствам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Вони можуть оновлювати методи виробництва, покращувати якість продукції та отримувати економічний прибуток через нововведення. Підприємство стає основою для інноваційного розвитку. Інновації, у свою чергу, потребують активного підприємництва у всіх сферах економіки.

Важливими є дослідження еволюції інновацій в підприємстві. Що вказує на необхідні зміни у науковому підході до вивчення цього явища в традиційному суспільстві. Вивчення підприємництва постійно змінювалося та адаптувалося під впливом змін у суспільстві та економіці. Імпульси та виклики економічної системи стали каталізаторами для переосмислення та розвитку теорії підприємництва.

Невирішені проблеми, аномалії та колізії стимулюють науковий рух. Дослідники підприємництва зіштовхувалися із зовсім невирішеними проблемами та аномаліями, які не вписалися в існуючі теорії. Ці проблеми стимулювали переосмислення та вдосконалення підходів до вивчення концепцій підприємництва.

Зміни у науковому підході до підприємництва призвели до наукових революцій і зміни парадигми у вивченні цього феномену. Наукові революції дозволили дослідникам вносити нові ідеї та методології у сферу підприємництва.

Поява нових проблем та зростання складності наукового пізнання підприємництва призвели до зміни інструментарію та методів дослідження цього явища.

Підприємство як об'єкт дослідження постійно розвивається та адаптується під впливом змін у суспільстві та економіці, і вимагає постійного переосмислення та оновлення підходів до його вивчення.

Вивчення підприємництва - це складний та багатограний процес, існує кілька підходів та методів, які можуть бути використані для дослідження цього сектора економіки.

Економічний підхід. Аналіз економічних аспектів підприємництва, таких як витрати, доходи, прибуток, конкуренція, ринкові умови і т.д. Дослідження впливу підприємництва на економіку, зокрема, на зайнятість, ВВП та інші макроекономічні показники.

Соціальний підхід. Вивчення соціальних аспектів підприємництва, таких як вплив підприємства на суспільство, роль підприємця в громадському житті та ін. Можливе дослідження соціальних викликів, які породжують зв'язок з підприємництвом.

Психологічний підхід. Вивчення психологічних аспектів підприємництва, таких як мотивація підприємців, їх особистісні риси, прийняття ризику і т.д. Дослідження психологічних чинників, які впливають на прийняття рішень у підприємницькій діяльності.

Стратегічний підхід. Вивчення стратегічних аспектів підприємництва, таких як розробка бізнес-планів, стратегії розвитку, конкурентна перевага та ін. Дослідження стратегічних рішень, які приймають підприємці для досягнення своїх цілей.

Інноваційний підхід. Вивчення інноваційних аспектів підприємництва, таких як створення нових продуктів, процесів і технологій. Дослідження впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємств і економіку загалом.

Культурологічний підхід. Вивчення впливу культурних аспектів на підприємницьку діяльність, таких як традиції, цінності, норми і стереотипи. Дослідження культурних особливостей підприємництва в різних країнах і регіонах.

Міждисциплінарний підхід. Використання методів і підходів з різних галузей наук, таких як економіка, соціологія, психологія, менеджмент, для комплексного вивчення підприємництва.

Ці підходи можуть поєднуватися та доповнюватися залежно від конкретної задачі дослідження та цілей дослідника.

На цей час дослідниками враховуються наступні засади в процесі еволюції вивчення підприємництва.

1. Історичний аспект. Розуміння історичного розвитку концепцій підприємництва та інновацій є успіхом для сучасного розвитку цих сфер. Аналіз історії дозволяє визначити, як підприємництво розвивалося від свого зародження до сучасності та які фактори сприяли його еволюції.

2. Зв'язок підприємництва з біологією. Порівнюючи розвиток підприємництва з біологічними процесами, можна розглядати підприємництво як економічну екосистему, де підприємства взаємодіють, конкурують та адаптуються, як живі організми в еволюційних системах. Цей підхід може допомогти краще розуміти динаміку розвитку підприємництва.

3. Конкурентне підприємство. Конкурентне підприємство завжди було основою для активного розвитку інновацій. Конкуренція між підприємствами стимулює їх до вдосконалення та інновації, щоб зберегти або отримати конкурентну перевагу.

4. Роль вчених і світового досвіду. Розуміння еволюції підприємництва включає в себе аналіз досліджень проведених вчених і вивчення світового досвіду в цій галузі. Це взаємодія кращих практик та напрямів подальшого розвитку бізнесу.

5. Інноваційна економіка. Підприємництво та інновації є ключовими елементами сучасної інноваційної економіки. Розуміння їх ролі та взаємозв'язку є джерелом для розвитку та впровадження стратегій і механізмів сприяння інновацій.

6. Діалектична єдність інновацій та підприємництва. Підприємництво та інновації є діалектично пов'язаними. Це означає, що вони взаємопов'язані і взаємозалежні явища в інноваційній економіці. Підприємство сприяє створенню і впровадженню інновацій, а інновації, по своїм функціям, роблять підприємство більш конкурентоспроможним і ефективним.

7. Наявність потужної інноваційної економіки. Сучасна та прогресивна економіка стає інноваційною, що означає постійну зміну та швидкісність адаптації у зовнішньому середовищі. Підприємці в такому середовищі повинні бути готові до високого ризику і нестабільності.

8. Пріоритет малого підприємництва. Мале підприємництво в інноваційній економіці виконує стратегічну роль, змушує підприємців вносити новаторські підходи, прагнучі досягти конкурентних переваг і створити нові можливості на ринку. У свою чергу малі підприємства створюють робочі місця сприяючи зайнятості населення.

9. Справедлива конкуренція. Конкуренція виступає як стимул для інновацій. Підприємства змушені постійно вдосконалювати свої продукти і послуги, а також впроваджувати нові технології, щоб залишитися конкурентоспроможними.

Отже, інновації є ключовим елементом успішного підприємництва в інноваційній економіці. Вони допомагають підприємствам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, покращувати їхню продукцію та послуги, досягати ефективності. Конкурентна підприємницька діяльність сприяє дифузії інновацій на всіх рівнях. Це означає, що успішні інновації можуть поширюватися та впроваджуватися в інших сферах і галузях економіки. Узагальнюючи, зазначене підкреслимо важливість взаємодії між підприємництвом та інноваціями в сучасній економіці, де швидкі зміни і створення нового є ключовими факторами успіху.

#### Література

1. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022.* – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.

2. Гнатенко І. Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції / І. Гнатенко // *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації.* – 2021. – № 1-2. – С. 68-77.

3. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // *Формування ринкових відносин в Україні.* – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

4. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг / І. Гнатенко // Економічний дискурс. – 2021. – № 1-2. – 111-121.

5. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.

6. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект / І.А. Гнатенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 16. – С. 20-25.

УДК 334.726

М. Шкода, В. Щербаков

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ БІЗНЕС АЛЬЯНСІВ В УКРАЇНІ. ЇХ ВЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ЗАРАЗ І В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД**

Під час останніх років Україна переживає важкі економічні часи, викликані рядом проблем, таких як політична нестабільність, корупція, недостатня реформація і насамперед – війна. Однак, незважаючи на всі ці складнощі, деякі українські компанії змогли зростати та розширювати свій бізнес завдяки створенню бізнес альянсів.

Однак, досі в Україні відсутня цілісна оцінка впливу бізнес альянсів на економіку країни. Інформація про ці структури не завжди доступна і не обговорюється належним чином. Тому постановка проблеми полягає у необхідності проведення аналізу сучасних бізнес альянсів в Україні та їх впливу на економіку країни. Цей аналіз допоможе визначити можливості, переваги та недоліки бізнес альянсів для українських компаній та економіки загалом.

Бізнес альянси є важливим інструментом розвитку бізнесу та економіки в цілому. За останні кілька років в Україні зростає кількість підприємств, які утворили бізнес альянси. Бізнес альянси можуть мати різний характер та форму, але їх спільна мета полягає в тому, щоб об'єднатися з іншими підприємствами з метою збільшення ефективності та зниження ризиків.[3]

Одним з видів бізнес альянсів є стратегічне партнерство, коли підприємства з'єднуються з метою отримання конкурентних переваг та доступу до нових ринків або технологій. В іншому випадку, підприємства можуть утворювати транзакційні альянси, коли вони співпрацюють на короткий термін з метою розв'язання конкретної проблеми або задачі. Найбільш розповсюдженими формами бізнес альянсів є франчайзинг, спільний бізнес, спільний виробництво та дистрибуція.[1]

Однією з основних переваг бізнес альянсів є зниження ризику та витрат на бізнес, що викликано спільними інвестиціями та зменшенням конкуренції на ринку. Крім того, бізнес альянси можуть допомогти забезпечити доступ до нових технологій та ресурсів, покращити якість продукції та послуг, та залучити інвестиції для подальшого розвитку бізнесу. Такі альянси можуть також сприяти залученню іноземних інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку.

Однак, бізнес альянси можуть також мати негативні наслідки, такі як втрата контролю над підприємством, складність управління спільними проектами та співпрацю між різними культурними та економічними середовищами. Також важливо враховувати ризики прийняття рішень на рівні альянсу та управління конфліктами між партнерами.

Для України бізнес альянси можуть мати великий вплив на економіку країни. На сьогоднішній день, українські підприємства намагаються активно використовувати можливості, які надає формування альянсів. Це дозволяє зменшити витрати на ринку та забезпечити доступ до нових ринків та технологій.

Одним з прикладів успішних бізнес альянсів в Україні є утворення "Метінвесту" - найбільшого металургійного альянсу в країні, який об'єднує декілька металургійних компаній. Також, існують успішні альянси у сфері енергетики, фінансів та інформаційних технологій.

Також в останні роки в Україні було запроваджено деякі реформи, які мають на меті сприяти формуванню та розвитку бізнес альянсів. Наприклад, було ухвалено Закон України "Про стимулювання розвитку бізнесу в Україні", який передбачає підтримку та сприяння створенню бізнес альянсів, зокрема, шляхом зменшення податкових та адміністративних бар'єрів.[4]

Отже, для успішного розвитку бізнес альянсів в Україні, необхідно продовжувати працювати над усуненням перешкод та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. Також важливо забезпечити підтримку та стимулювання діяльності бізнес альянсів шляхом запровадження певних заходів, таких як зменшення податкових бар'єрів та спрощення адміністративних процедур.

В цілому, бізнес альянси мають значний потенціал для підтримки розвитку економіки України та забезпечення конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку.

Отже, бізнес альянси можуть стати одним з ключових інструментів розвитку економіки України, які дозволять забезпечити доступ до нових технологій, зменшити витрати та покращити якість продукції та послуг. Також вони можуть сприяти залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку. Проте, для успішного розвитку бізнес альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами.[5]

Для успішного використання потенціалу бізнес альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. До необхідних заходів можна віднести підтримку з боку держави, формування культури співпраці між партнерами, створення сприятливого середовища для розвитку бізнес альянсів та розробку відповідної правової бази. Успішний розвиток бізнес альянсів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності українських компаній та розвитку економіки країни в цілому.

Проте, для успішного використання потенціалу бізнес альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. До необхідних заходів можна віднести підтримку з боку держави, формування культури співпраці між партнерами, створення сприятливого середовища для розвитку бізнес альянсів та розробку відповідної правової бази. У майбутньому, дослідження впливу бізнес альянсів на економіку України може бути розширено за обсягом та глибиною аналізування. Також можна дослідити різні види бізнес альянсів та їх специфіку в різних галузях економіки. Додатково, можна дослідити вплив бізнес альянсів на розвиток малих та середніх підприємств в Україні.

Дослідження може бути доповнено аналізом впливу бізнес альянсів на ринок праці в Україні та їх роль у створенні нових робочих місць. Також можна дослідити вплив бізнес альянсів на зовнішньоекономічну діяльність України та її інтеграцію в світову економіку.

Загалом, бізнес альянси є важливим інструментом розвитку економіки України, який має значний потенціал для створення нових можливостей та забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств. Продовження дослідження впливу бізнес альянсів на економіку України та їх можливості для подальшого розвитку можуть допомогти в розв'язанні економічних проблем країни та підвищенні її економічного потенціалу.

#### Список літератури

1. Балицький, О. В. (2019). Бізнес-альянси як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Економічний вісник університету, ст. 13-20
2. Гончаренко, В. І. (2015). Бізнес-альянси як інструмент створення конкурентного переваги підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету, 7, 60-64.
3. Паламаренко Е.В. Участие в стратегических альянсах малых и средних предприятий. URL: [cyberleninka.ru/article/n/uchastie-v-strategicheskikh-alyansah-malyh-i-srednih-predpriyatiy](http://cyberleninka.ru/article/n/uchastie-v-strategicheskikh-alyansah-malyh-i-srednih-predpriyatiy)
4. Лучко, І. О. (2019). Бізнес-альянси як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету, 35, 136-142.
5. Пилипенко Б.Г. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. – К., 2015. – 273 с.
6. Talebi K., Farsi J.Y., Miriasi H. Identifying tge Impact of Strategic Alliances on the Perfomance of SME s (Case Study: The Industry of Automative Parts Manufacturers in Iran). International Business Research. 2017. № 10 (6). P. 227–235.

УДК 330

В.А. Синиця

[sinitsav7@gmail.com](mailto:sinitsav7@gmail.com)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Креативні індустрії представляють собою сектор економіки, який охоплює різноманітні галузі, пов'язані з творчістю, культурною продукцією та інноваціями. Вони включають сфери мистецтва, дизайну, кіно, музики, літератури, виставкового мистецтва, медіа-продукції та інші галузі, де креативність та оригінальність відіграють ключову роль у створенні продуктів та послуг. Креативні індустрії не лише важливі для культурного розвитку суспільства, але й є значущим галузевим напрямком, що сприяє економічному зростанню, створюючи робочі місця та генеруючи економічну вартість через продаж продуктів та послуг у місцевих та міжнародних ринках[1].

Вивчення ключової ролі міжнародного досвіду у розвитку творчих індустрій розкриває динамічну взаємодію культурного обміну, інновацій та економічного зростання. Креативна індустрія є динамічною силою сучасної глобальної економіки, охоплюючи області від дизайну та моди до кіно, музики та цифрових медіа. На цю трансформацію істотно впливає міжнародний досвід, який відіграє ключову роль у формуванні та стимулюванні творчих починань[2].

Культурний обмін є основою у розвиток творчої промисловості. Відомий вплив Італії на моду та дизайн у поєднанні з інноваціями Японії в галузі технологій та естетики породило поєднання стилю та функціональності, яке можна побачити у передових продуктах по всьому світу. Це перехресне заплелення італійської елегантності та японської точності демонструє, як країни вносять різні елементи до глобальної творчої мозаїки.

Для України використання міжнародного досвіду у творчих індустріях відкриває багато можливостей. Спираючись на приклади дизайнерської майстерності Італії та технологічних інновацій Японії, Україна може створити власне унікальне поєднання творчості та майстерності.

Міжнародний досвід об'єднує різноманітні таланти, стимулюючи інновації через зближення різних точок зору. Процвітаючі творчі центри Німеччини, такі як Берлін і Мюнхен, є прикладом цього явища. Ці космополітичні центри залучають творчі уми з усього світу, створюючи благодатний ґрунт для мистецьких експериментів, технологічних проривів та підприємницьких починань. Створення яскравих творчих центрів, подібних до Німеччини, може стати каталізатором інновацій та позиціонувати Україну як регіональну творчу державу.

Глобальне охоплення творчих індустрій розширює ринкові змоги художників і підприємців. Стрімкий зліт Південної Кореї в музичній індустрії, втілений у феномен К-Поп, демонструє, як міжнародний фандом виходить за межі кордонів. Використовуючи цифрові платформи та соціальні мережі, південнокорейські артисти завоювали світову аудиторію, зміцнивши свої позиції як міжнародні музичні ікони. Більше того, Україна може повчитися успіху Південної Кореї в експорті культурної продукції. Використовуючи цифрові платформи та соціальні мережі, українські художники можуть вийти на світові ринки, демонструючи багатство української культури та талант світовій аудиторії.

Креативність в промисловості має значний вплив на культурну дипломатію і проєкцію «м'якої сили». Кінематографічна майстерність, для прикладу Франції, втілена в Каннському кінофестивалі, є свідченням цього явища. Французькі фільми, відомі своєю художньою глибиною та культурним багатством, служать глобальними послами французької культури, посилюючи м'яку силу країни та глобальний вплив. Культурна дипломатія Франції може стати для України моделлю посилення свого глобального впливу. Підтримка та просування українського кіно та мистецьких починань на міжнародній арені може стати потужним інструментом для демонстрації культурного багатства та спадщини України.

Хоча міжнародний досвід відкриває величезні можливості, він також спричиняє подолання культурних відмінностей та логістичних труднощів. Зростаюча мультимедійна промисловість Китаю є прикладом цієї динаміки. Співпраця між голлівудськими та китайськими студіями призвела до створення спільних блокбастерів, які демонструють, як країни можуть долати труднощі та використовувати свої сильні сторони для взаємної вигоди[3-4].

Україна має потенціал стати суттєвим гравцем на світовому ринку творчих індустрій завдяки своїм унікальним культурним надбанням, креативному потенціалу та стрімкому розвитку в цій галузі. Ось деякі з переваг, які Україна може запропонувати світовому споживачеві творчих продуктів та послуг:

- Багатий культурний спадок:

Україна володіє багатим культурним надбанням, яке включає у себе фольклор, традиції, різноманітні мистецькі напрямки, та історичні пам'ятки. Це створює потенціал для створення унікальних, автентичних продуктів, які можуть вразити світову аудиторію.

- Талановиті креативні спільноти:

Україна володіє багатим резервуаром творчого таланту, що охоплює такі сфери, як музика, живопис, література, дизайн та багато інших. Ці спільноти можуть привернути увагу світових партнерів для спільної реалізації проєктів та створення унікальних продуктів.

- Технологічний прогрес та ІТ-сектор:

Україна вже стала важливим гравцем в галузі програмного забезпечення та ІТ-технологій. Цей потенціал можна використати для створення інноваційних медіа-продуктів, відеоігор, анімацій та інших креативних рішень.

- Географічне розташування:

Україна має стратегічно важливе географічне розташування, яке може сприяти розвитку трансконтинентальних спільних проєктів та відкриттю нових ринків.

- Конкурентоспроможність цін:

У порівнянні з багатьма розвинутими країнами, Україна може надати креативні послуги та продукти за більш доступними цінами, що може залучити партнерів та клієнтів з усього світу.

- Креативний підхід до вирішення проблем:

Українські креативні спільноти відомі своєю здатністю знаходити нестандартні та цікаві рішення для найрізноманітніших завдань.

- Гнучкість та адаптивність:

Україна володіє резервом гнучких та адаптивних професіоналів, готових швидко реагувати на зміни в ринкових умовах та впроваджувати нові технології та тенденції.

Усі ці чинники роблять Україну привабливим партнером для співпраці в галузі творчих індустрій, відкриваючи широкий спектр можливостей для спільного розвитку та успіху на міжнародному рівні [5].



**Висновки.** Міжнародний досвід є стрижнем формування та розвитку креативних індустрій. Завдяки культурній взаємодії, різноманітності точок зору та розширенню ринкових горизонтів як країни, так і окремі люди розкривають безмежний потенціал своїх творчих починань. Ухвалення цієї глобальної перспективи не тільки сприяє економічному процвітання, а й збагачує культурну структуру суспільств у всьому світі. Визнання перетворюючої сили міжнародного досвіду має вирішальне значення використання всього потенціалу творчих індустрій у нашому взаємозалежному світі. Спираючись на різноманітний досвід інших націй, Україна може розкрити свій творчий потенціал і зробити внесок у динамічну палітру глобальної творчості.

**Ключові слова:** творчість, міжнародний досвід, креативні індустрії, культурний обмін, інновації, економічне зростання

#### Список літератури

1. Чуль О. М, Становлення креативної економіки, як нового феномену економічної теорії, 2012, Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc\\_gum/ekfor/2012\\_1/4.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/ekfor/2012_1/4.pdf).

2. Скавронська І. В. Особливості розвитку креативних індустрій в Україні // Матеріали II Всеукраїнської науковопрактичної інтернет-конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами». Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. Ч. 5. С. 218–222.

3. European Commission, Cultural and creative industries and the Europe 2020 Strategy, Режим доступу:

• [http://ec.europa.eu/culture/news/cultural-and-creative-industries-and-the-europe-2020strategy\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/news/cultural-and-creative-industries-and-the-europe-2020strategy_en.htm)

4. Турський І. В. Міжнародний досвід регіонального розвитку креативних індустрій / І. В. Турський // Бізнес Інформ. - 2017. - № 12. - С. 72-79. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2017\\_12\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2017_12_12)

Портал «Креативні міста в Україні», Режим доступу: <http://creativecities.org.ua/uk/creative-city/project/>

УДК 33.005.31

Т. Белялов, Я. Гірник

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ

Сучасний світ швидко розвивається завдяки інноваціям та новітнім технологіям і саме стартапи найчастіше є джерелом новаторських ідей та технологічних рішень, що можуть змінити галузі, зокрема інформаційні технології, біотехнології, штучний інтелект тощо. Ідея, що перетворюється в продукт та є затребуваною на ринку, є основою інновацій, а однією з ключових чинників такої трансформації виступає забезпечення фінансових ресурсів для реалізації ідеї. Саме тому, питання залучення фінансових ресурсів для підтримки та розвитку стартапів, що поєднують у собі креативність та ризики, є особливо актуальними.

Під фінансуванням стартапів слід розуміти фінансові відносини, що пов'язані з рухом грошових коштів між джерелами фінансування та творцями стартапів для здійснення останніми інноваційної діяльності, спрямованої на отримання прибутку, швидке зростання та масштабованість.

Проте навіть найоригінальніша ідея не завжди успішно виживає на ринку і не завжди вдається знайти фінансування для її розвитку. Розробники стартапів повинні вкласти значні зусилля, щоб знайти хоча б один джерело фінансування, не говорячи вже про пошук двох або більше таких джерел. Також, при пошуку джерел фінансування необхідно врахувати те, що особливістю, яка відрізняє стартап від традиційних компаній, є його життєвий цикл.

Охарактеризуємо особливості фінансування стартапів на різних етапах життєвого циклу.

На посівній стадії стартапи роблять перші кроки в розвитку власної ідеї, апробації її на ринку, оцінці своїх можливостей, у зв'язку з чим творці зазнають збитків, формуючи від'ємний потік грошових коштів, здебільшого без будь-якого прибутку та продажів. Банки такі стартапи не фінансують, як і венчурні фонди, а капітал надходить тільки за рахунок коштів самих творців, їхніх друзів, родичів, інколи з краудфінансових майданчиків, від сторонніх інвесторів, на основі особистих контактів та особистої зацікавленості. Тому ризики неповернення вкладених коштів тут максимально високі.

На ранній стадії стартапи виходять на ринок зі своїм продуктом, запускають виробництво, розширюють обсяги збуту, вкладаються в маркетинг. Тут компанії переходять в активну фазу зростання, проходять точку беззбитковості та виходять на прибуток. Для підтримки зростання творці стартапів починають активно шукати позикове фінансування. Банки тут, як і раніше, не поспішають їх фінансувати, але потенційна можливість отримати прибуток за рахунок швидкості зростання приваблює інших інвесторів в особі венчурних фондів, корпоративних акселераторів, краудфінансових майданчиків.

На пізній стадії стартапи займають свою ринкову нішу, починають розширювати продуктові лінійки, планують вихід на IPO. Тут стартапи в змозі задовольнити потреби у фінансуванні за рахунок внутрішнього

грошового потоку від операційної діяльності, а також залучити банківський кредит і кошти фондів прямих інвестицій для більшого розширення.

Крім стадій життєвого циклу, усі джерела фінансування стартапів можна розподілити за видами фінансування. Основними видами фінансування вважаються: дотаційне (некомерційне), самофінансування, традиційне, венчурне, альтернативне, портфельне (комерційні).

Розглянемо окремо кожен вид і відповідні йому джерела фінансування залежно від стадії життєвого циклу стартапу.

На посівній і ранній стадії ЖЦ стартапів у деяких галузях залежність від допомоги в державному фінансуванні може бути дуже високою. Джерелами фінансування тут є держкомпанії, держбанки та акселератори при них, а також держфонди, благодійні організації та окремі меценати.

Однією з ключових ролей, яку відіграє держава у фінансуванні стартапів, є залучення приватних інвестицій у розвиток інновацій. Це називається "капіталом першої втрати" [1], коли держава, вкладаючись у такі стартапи, втрачає вкладені кошти, проте є каталізатором залучення приватних інвестицій.

Джерелами фінансування при самофінансуванні є самі підприємці, а також грошові кошти друзів і родичів. Деяким підприємцям справді вдавалося підтримувати власний бізнес, не даючи йому збанкрутувати за рахунок власних коштів, однак, враховуючи той факт, що більшість стартапів зазнають невдачі якраз на стадії посіву, дуже ризиковано використовувати обмежені особисті грошові кошти у повному обсязі для запуску та підтримання стартапу.

Джерелами фінансування стартапів при традиційному фінансуванні є комерційні банки, лізингові та факторингові компанії. Як зазначає Дж.Хілл у книжці "Фінтех і перебудова фінансових інститутів", ринок комерційних кредитів не є благодатним джерелом фінансування стартапів, які не мають прибутку, мають мало або взагалі не мають продажів, можуть не мати готового продукту або навіть узгодженого бізнес-плану [2].

У зарубіжних джерелах венчурне фінансування визначається як підтримка підприємницьких талантів та апетиту, що сприяє перетворенню ідей і фундаментальної науки на продукти та послуги, які, як очікується, можуть стати відомими усьому світу [3]. Відповідно до класифікації великих консалтингових компаній, до ринку венчурного фінансування належать венчурні фонди, акселератори, бізнес-ангели та стратегічні інвестори.

1. Венчурні фонди. Венчурний фонд є комерційною фінансовою організацією, що займається інвестуванням в інноваційні високоризикові проекти на ранніх стадіях і стадіях розширення, з метою отримання прибутку.

2. Корпоративні акселератори, корпорації, держкомпанії. Корпоративний акселератор являє собою організацію, мета якої - інтенсивний розвиток компаній через менторство, навчання, фінансову та експертну підтримку в обмін на частку в капіталі. Завдання акселератора - у короткі строки (зазвичай - менше ніж півроку) збільшити капіталізацію компанії (за рахунок залучення нових раундів інвестицій або кратного зростання показників) [4].

3. Бізнес-ангели - це індивідуальні інвестори, які вкладають свої власні грошові кошти в невеликому розмірі порівняно з іншими типами інвесторів у стартапи на ранніх стадіях розвитку [5]. Для цих інвесторів ця діяльність не є основною, їхня мета - максимізація вартості компанії та отримання доходу від перепродажу бізнесу в майбутньому.

4. Стратегічні інвестори. Ними можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, які здійснюють купівлю частки компаній переважно на пізніх етапах зростання. Придбана компанія, що вже зміцніла і водночас містить у собі значний потенціал, може принести покупцеві значні вигоди у вигляді синергетичного ефекту. Після придбання компанія перестає бути стартапом і нерідко стає частиною бізнесу.

5. Фонди прямих інвестицій - це фонди, прямі інвестиції яких здійснюються в обмін на частку в статутному капіталі не менше 10 відсотків. Придбання частки фондом дає змогу мати свого представника в раді директорів і брати участь в управлінні компанією. Специфіка їхньої діяльності полягає у фінансуванні компаній на пізніх стадіях зростання.

Для ранніх стадій розвитку стартапів сьогодні активно застосовується краудфінансування.

Найпоширенішою моделлю альтернативного фінансування є краудфінансування, а джерелами фінансування стартапів тут є краудфандингові, краудінвестингові, краудлендингові платформи. У зарубіжних джерелах краудфінансування визначається як спосіб залучення стороннього фінансування від широкої громадськості через посередника, зазвичай у вигляді Інтернет-платформи [6]. У дослідженні С.Крауза та співавторів з питань краудфінансування йдеться про виникнення цього поняття з концепції краудсорсингу [6]. На додаток до вбудовуваності краудфандингу в концепцію краудсорсингу, він також запозичує основні принципи роботи з мікрофінансування.

У звіті Європейської комісії різні бізнес-моделі, що використовують крауд-платформи, групуються за такими категоріями [7]:

- краудінвестинг: компанії використовують боргові та пайові форми фінансування, що діють через Інтернет-платформу;

- краудлендинг: компанії або приватні особи залучають кошти від приватних осіб у борговій формі, що діють через Інтернет-платформу;

- краудфандинг для торгівлі рахунками: підприємства продають неоплачені рахунки або дебіторську заборгованість інвесторам через Інтернет-платформу;

- краудфандинг, заснований на винагороді: фізичні або юридичні особи надають кошти проекту або бізнесу на безоплатній основі, отримуючи натомість товари або послуги;
  - благодійний краудфандинг: фізичні або юридичні особи жертвують суми для благодійного проекту, не отримуючи жодної віддачі;
  - гібридні моделі краудфандингу - це ті, що поєднують у собі елементи різних видів краудфінансування.
- Джерелом фінансування стартапів також є портфельні інвестори. Це приватні особи, банки та інші фінансові організації, які здійснюють купівлю та продаж цінних паперів стартапу, що вийшов на IPO на стадії пізнього зростання.
- Перелічені види і відповідні їм джерела, інструменти та форми фінансування розподіляються за стадіями життєвого циклу стартапу.

#### Список літератури

- 1. Introduction to green finance. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/4058>
- 2. Hill J. Fintech and the Remaking of Financial Institutions / J.Hill: Academic press, 2018. – 386 p.
- 3. Teker D. et al. Venture Capital Markets: A Cross Country Analysis / D.Teker // Procedia Economics and Finance. - 2016. - No 38 – P. 213 – 218.
- 4. Kohler, T. Corporate accelerators: building bridges between corporations and startups / T.Kohler // Business Horizons. - 2016. - Vol. 59. - Iss. 3. - P. 347–357.
- 5. Boeker, W. Strategic change: The effect of founding and history / W.Boeker // Academy of Management Journal. – 1989. - No 32. - P. 489-515.
- 6. Krausa, S et. all. Strategies for reward-based crowdfunding campaigns / S.Krausa // Journal of Innovation & Knowledge. - 2016. - No1. – P. 13–23.
- 7. Crowdfunding staff working document. Crowdfunding in the EU Capital Markets Union 2016 URL: [https://ec.europa.eu/info/publications/crowdfunding-eu-capital-markets-union\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/crowdfunding-eu-capital-markets-union_en).

УДК 331

Р. Яцентюк

rostislav999@yahoo.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ТА ЇЇ РОЛЬ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Агресія російської федерації у 2014 році створила багато викликів нашій державі на економічному, науково-освітньому, культурному, спортивному та інших фронтах. Спроба ліквідації енергетичної залежності від сусіда-узурпатора та його стратегічного партнера, де владу захопив Лукашенко, виявилася марною справою. Весь період незалежності України кремлівські заповіді в нашій владі роками систематично знищували науково-технічну та матеріальну базу для розробки вітчизняних природних ресурсів; створювали перешкоди для розвитку інфраструктури, яка була необхідна для торгівлі з європейськими країнами; підривали обороноздатність нашої держави.

Повномасштабне військове вторгнення 24 лютого 2022 року створило загрозу існуванню нашої держави. Жителі багатьох регіонів змушені були рятувати своє життя та життя своїх рідних, тікаючи в інші регіони України та до інших держав. Серед біженців було багато освітян. Це не змогло не вплинути на початок та якість освітнього процесу [1]

Не зважаючи на надзвичайно складну ситуацію в країні, МОН України швидко створили та адаптували ряд нових навчальних моделей для продовження та підтримки освітнього процесу під час воєнного стану. Держава та приватні інвестори створюють фонди, що допомагають підтримувати та розвивати основні напрямки освітньої галузі.

Передбачити, порахувати збитки, які спричинила ця війна, як і визначити дату її закінчення – неможливо. Беззаперечно, для економічного та технічного розвитку нашої держави це став дуже серйозний удар. Багато підприємств зруйновано, багато трудових ресурсів, можливо, назавжди виїхало до інших країн, багато кваліфікованих кадрів мобілізувалося до лав ЗСУ.

В умовах війни завдяки міжнародній підтримці та невтомній роботі наших співвітчизників ми бачимо, що все більше і більше підприємств відновлює свою діяльність. Найпершими почали працювати малий та середній бізнес завдяки своїй мобільності та автономності. В 2022 році багато шляхів постачання товарів, що були налагоджені десятиліттями, довелося диверсифікувати в найкоротші терміни. Нові поставки товарів відбувалися без залучення інфраструктури портів, аеропортів та знищених агресором логістичних терміналів.

Нові спільноти людей та невеликих підприємств змогли залучити кошти зовнішніх інвесторів, гранти або фінансування відновленої державної програми 5-7-9. Малий бізнес дуже швидко зміг адаптуватися до

військових реалій та почати випускати конкурентну продукцію, яка може також використовуватися в приватному секторі.

Через неперервний розвиток світових ринків та постійну цифровізацію навколишнього середовища ми невдовзі будемо свідками зникнення багатьох професій, тому необхідно в нашій країні приділити особливу увагу формуванню освітнього процесу з урахуванням попиту на майбутню професію випускника. Інтеграція підприємницької освіти в школах за прикладом досвіду Німеччини та багатьох інших розвинених країн світу повинна бути одним із принципів побудови навчальних планів в освітніх закладах України.

Одним із напрямків, на якому необхідно сфокусуватися при відновленні економіки України, є підприємницька освіта. На сьогодні велика кількість малих підприємств, які продовжують функціонувати, були утворені під час війни шляхом об'єднання патріотично налаштованої молоді у товариства, що допомагають волонтерам та ЗСУ.

В 2022 році, коли звичні шляхи доставки товарів першої необхідності та подвійного призначення були порушені, вирішити питання відновлення постачання та його диверсифікацію вдалося завдяки волонтерам, активним учасникам діаспори в інших країнах та меценатам. За час повномасштабного вторгнення вдалося перекваліфікуватися багатьом виробникам агродронів на виробництво дронів-камікадзе; текстильні виробництва з пошиття – на виготовлення антитепловізорних плащів та дощовиків; автомеханіки та тюнінг ательє – на ремонт та вдосконалення військової техніки. За даними міністра цифрової трансформації Михайла Федорова, станом на червень 2023 року в Україні налічується більше 100 компаній, котрі виготовляють БПЛА, 40 з яких пройшли процедуру введення в експлуатацію та отримують державні контракти [2]

Велика кількість вищезазначених перекваліфікованих підприємств – це стартапи, які до активних військових подій на всій території України були ІТ-фахівцями або юристами та інженерами. Часто серед активних учасників цих ком'юніті трапляються фахівці, яким довелося змінити фах і вони займаються комерційною та фінансовою діяльністю. Оскільки малі підприємства є основою економіки, то підприємницька освіта для них є запорукою стабільності нашої економіки в цілому для нас.

Оскільки наша країна взяла курс на вступ до ЄС, то основним напрямком по виходу на зовнішні ринки з вітчизняним товаром, мають бути ринки наших найближчих сусідів – розвинених європейських країн. Особливу увагу слід приділити наступним напрямкам:

- розвиток ІТ освіти – в останні роки завдяки цифровізації послуг, диджиталізації процесів – це одна з найперспективніших галузей ;
- інтернет - маркетинг – без онлайн просування та виходу на зовнішні ринки розвиток торгівлі неможливий у сучасній світовій економіці;
- продаж – аналітика та вивчення попиту включає персоналізацію продажів, яка ще мало вивчена і вимагає дослідження;
- управління – в Європі та у світі в цілому управління та менеджмент – дуже прогресивний. Він включає сучасні технології, систематизацію та автоматизацію.

Я виділив основні тези впровадження та використання підприємницької освіти у відновленні економіки під час війни та повоєнний період. Впевнений, що модернізація освітніх програм, опираючись на досвід розвинених країн, принесе стрімкий розвиток підприємництва в Україні та швидкий розквіт економіки в цілому.

#### Список літератури

1. Промова Президента України: «Аби ситуація в економіці покращилася, потрібно, щоб країна жила й працювала попри війну». Офіційне інтернетпредставництво президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/news/abi-situaciya-v-ekonomici-pokrashilasyapotribno-shob-krayin-74389> (дата звернення: 26.09.2022).

2. Інтерв'ю міністра цифрової трансформації Михайла Федорова виданню «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3728390-v-ukraini-ponad-100-kompanij-viroblaut-bezpilotniki-fedorov.html>

УДК 330

І. Гнатенко<sup>1</sup>, О. Хухра<sup>1</sup>, В. Левченко<sup>2</sup>

q17208@ukr.net

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

<sup>2</sup>Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, Київ

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Світовий досвід підтверджує, що інновації є ефективними шляхом науково-технічного розвитку, збагачення населення та диверсифікації виробництва. Особливо функції підприємництва проявляються у повоєнний період.

Підприємство має великий потенціал для створення інноваційної економіки, підвищення продуктивності праці, зайнятості населення та підвищення соціальних стандартів у повоєнний період.

З огляду на ці аспекти, Україна повинна активно розвивати інноваційний сектор, сприяти співпраці між науковими установами та підприємствами, створювати сприятливі умови для підтримки інноваційних ініціатив та підприємницької діяльності. Це може сприяти зміцненню економічного стану країни та підвищенню якості життя населення у повоєнний період.

Основні напрямки розвитку інноваційного підприємництва у повоєнний період є наступні.

Розвиток вітчизняного наукомісткого виробництва. Це важлива стратегічна задача, бо залежність від імпорту сировини може загрожувати національній безпеці. Розвиток наукомісткого виробництва може допомогти Україні стати менш залежною від зовнішніх ресурсів.

Стимулювання нововведень та інформаційних технологій. Впровадження інноваційних технологій і ноу-хау є ключем до підвищення конкурентоспроможності. Розробка і впровадження інноваційних продуктів і послуг може стати каталізатором економічного розвитку.

Партнерство між наукою та бізнесом. Відсутність зв'язків між науковими установами і підприємствами може уповільнити інноваційний процес. Ефективне партнерство може сприяти обміну знаннями і ресурсами між цими секторами. Ринкові вимоги потребують створення стимулів для інновацій. Підприємство може мати ключову роль у цьому, стимулюючи інноваційні ініціативи та забезпечуючи ефективне функціонування інноваційної економіки.

Підвищення продуктивності праці та соціальних стандартів. Інновації можуть підвищити продуктивність праці, забезпечити нові можливості для зайнятості та підвищити життєвий рівень населення через підвищення виробництва та покращення якості продуктів і послуг.

Ці напрямки вказують на важливість інновацій та підприємництва для сталих промислових систем або соціального розвитку в Україні. Існує необхідність поліпшення наукового розуміння підприємництва, яке буде діяти у повоєнний період. Удосконалення термінологічного апарату для належного розуміння і дослідження підприємництва в інноваційній економіці має велике значення. Справді, термінологія та теоретична база грають важливу роль у наукових та практичних дослідженнях у цій галузі.

Підприємство у повоєнному відновленні України вимагає від індивідів використання їхньої креативності та досвіду для ініціювання інноваційних проектів, управління підприємствами. Також підприємницька діяльність вимагає від бізнесменів підприємливості та відповідальності. Підприємець повинен бути здатним планувати та керувати своєю діяльністю, бути відповідальним за результати своєї ризикованої діяльності.

Підприємство у повоєнному відновленні України вимагає активізації ідей підприємця у змінах, адаптації до зовнішнього середовища з урахуванням доступного ресурсного потенціалу.

Розвиток вітчизняного наукомісткого виробництва та інноваційних технологій є стратегічним завданням для України у повоєнному відновленні. Сировинна залежність створює загрози для соціально-економічної безпеки країни та перешкоджає інноваційному розвитку. Отже необхідно формувати свій ринок ресурсів, здатних забезпечити розвиток підприємництва.

Інновації мають ключову роль у підвищенні інтенсивності економічного розвитку, а продукти інтелектуальної праці мають високу вартість на світовому ринку. Існує необхідність перегляду інституціональної системи підприємництва. Вона включає в себе всі елементи та акторів, які сприяють створенню, розповсюдженню та використанню інновацій в економіці. Це можуть бути університети, дослідницькі центри, підприємства, громадські організації тощо.

У повоєнному відновленні України важливо оновити інноваційний та інвестиційний клімат. Це атмосфера, де інновації є нормою і сприяють розвитку промисловості та сфери послуг. Це включає в себе культуру підтримки інновацій, доступ до фінансування, правову базу, яка заохочує інновації тощо.

Необхідною умовою є розвиток кластерів. Це групи підприємств і організацій, які співпрацюють у певному регіоні або галузі для спільного розвитку та використання інновацій. Кластери та наука в інноваційних економіках відіграють важливу роль, особливо в періоди кризи. Наука може стимулювати інновації в кластерах, допомагаючи компаніям вдосконалювати свої продукти та процеси. Це допомагає досягти продуктивності та конкурентоспроможності, що особливо важливо в умовах кризи, коли попит у повоєнний період може бути обмежений. Кластери, які активно співпрацюють з науковими установами, стають більш привабливими для інвесторів. Наука може грати ключову роль у створенні інноваційних екосистем, які залучають фінансову підтримку та інвестиції, що є особливо важливим під час повоєнного відновлення, коли доступ до капіталу може бути обмеженим. Наука може сприяти розвитку нових технологій та ринків, які можуть стати джерелом нових ростових можливостей для кластерів. Під час кризи попит може змінюватися, і компанія повинна швидко адаптуватися до нових умов. Наукові дослідження і розробки можуть допомогти в цьому процесі.

Кластери сприяють ефективнішому використанню ресурсів через спільну інфраструктуру та ресурси, а наука може допомогти знайти способи їх оптимізації та раціоналізації.

Загалом, взаємодія між кластерами та наукою у повоєнному відновленні може стати ефективним інструментом вирішення проблеми та сприяти відновленню економіки під час кризи. Вона дозволяє максимально використовувати ресурси, створювати нові можливості і забезпечувати стійкий розвиток.

Отже, підприємство є основою відновлення України, а інновації стають ключовим фактором економічної динаміки та сприяють стимулюванню подальшого розвитку науково-технічного прогресу.

## Література

1. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.
2. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг / І. Гнатенко // Економічний дискурс. – 2021. – № 1-2. – 111-121.
3. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.
4. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022. – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.
5. Гнатенко І. Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції / І. Гнатенко // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2021. – № 1-2. – С. 68-77.
6. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект / І. А. Гнатенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 16. – С. 20-25.

УДК 334

М. Шкода, Б. Бурка

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ІНТЕГРАЦІЯ БІЗНЕСУ В МЕРЕЖУ WEB3 ТА МЕТАСВІТИ

На протязі останнього десятиліття спостерігалася тенденція до централізації інтернет-послуг. Нині лише кілька компаній контролюють платформи, за допомогою яких ми здійснюємо пошук інформації, зберігаємо особисті дані, керуємо онлайн-ідентифікацією та здійснюємо публічне й приватне спілкування. Тим часом технологічна індустрія формує групу технологій, які на перший погляд можуть не мати спільного між собою, починаючи від шифрованих повідомлень й закінчуючи цифровою валютою. В цьому вирі незрозумілості новий термін "web3" стає загальноприйнятним позначенням нового, вдосконаленого Інтернету. Інтернету, де платежі та гроші є передусім цифровими, де "децентралізовані" додатки конкурують з централізованими, і де користувачі мають більше контролю над своєю ідентичністю та даними.

У сучасному висококонкурентному цифровому середовищі підприємства постійно шукають технологічні інновації, щоб зберегти перевагу. Згідно з дослідженням IDC (Міжнародна корпорація даних), прогнозується, що до 2025 року світові витрати на перехід до сучасних технологій досягнуть 2,8 трлн доларів, що вказує на значне зростання інвестицій. Web3 революціонує те, як підприємства взаємодіють, обробляють і керують даними в онлайн-світі. Оскільки компанії в таких галузях, як фінанси, нерухомість, зелена енергетика та охорона здоров'я, досліджують переваги цієї технології, потенційний вплив Web3 на світову економіку є величезним, а також вплив web3 на бізнес.

Web3 має багато рішень сучасних проблем.

### 1. ПІДТВЕРДЖЕННЯ ОСОБИ ТА КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

Web3 пропонує вдосконалені рішення для перевірки особи та конфіденційності, що є надзвичайно важливою умовою в сучасному світі, що керується даними. Дозволяючи користувачам контролювати власні особисті дані та спосіб їхнього обміну, Web3 розширює можливості людей, забезпечує покращену конфіденційність і зменшує ризики витоку даних і викрадення особистих даних.

### 2. ЕКОНОМІКА ТВОРЦЯ

Web3 дозволяє творцям безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією, минаючи традиційних захисників і посередників. Художники, музиканти та інші творці можуть карбувати унікальні цифрові активи як NFT (незамінні токени), надаючи їм нові способи монетизації своєї роботи, зберігаючи контроль над своєю інтелектуальною власністю.

### 3. УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГОМ ПОСТАВОК

Незмінна та прозора природа блокчейну, основи Web3, ідеально підходить для управління ланцюгом поставок. Це дозволяє відстежувати товари в режимі реального часу, забезпечуючи автентичність товару та мінімізуючи шахрайство. Тепер компанії можуть відстежувати шлях продукту від його походження до кінцевого споживача, забезпечуючи підзвітність на кожному етапі.



**Рис. 1. Темп росту веб-блокчейну в США**

#### 4. ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНІ ФІНАНСИ (DeFi)

Web3 змінює фінансовий ландшафт із появою DeFi. Ця інноваційна модель використовує блокчейн і криптовалюти для відтворення та вдосконалення традиційних фінансових систем. Він забезпечує більш інклюзивну та відкриту фінансову систему, де такі послуги, як кредитування, запозичення та торгівля, можуть отримати доступ будь-хто в будь-якій точці світу, не потребуючи централізованого органу, як-от банк.

#### 5. ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНІ АВТОНОМНІ ОРГАНІЗАЦІЇ (DAO)

DAO є одним із основних випадків використання Web3. Використовуючи потужність смарт-контрактів, DAO працюють повністю децентралізовано, зменшуючи потребу в централізованому керівному органі. Ця децентралізована структура пропонує кілька переваг, таких як підвищена прозорість і більш демократичний процес прийняття рішень, який ґрунтується на токеноміці та консенсусі спільноти.



**Рис. 2. Можливості Web3 та його використання**

Бізнес може отримати наступні переваги:

#### 1. ОПЕРАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Розумні контракти, ключова функція Web3, автоматизують транзакції на основі попередньо встановлених умов, усуваючи потребу в посередниках і скорочуючи час транзакцій. Ця автоматизація може істотно підвищити ефективність роботи, особливо в управлінні ланцюгом постачання та фінансовому секторі.

#### 2. РОЗШИРЕННЯ ПРАВ І МОЖЛИВОСТЕЙ КОРИСТУВАЧІВ

Web3 прагне повернути право власності на дані користувачам, надаючи їм більше контролю над своєю особистою інформацією. Завдяки цьому Web3 може допомогти підприємствам зміцнити довіру клієнтів і дотримуватися дедалі суворіших правил конфіденційності даних.

### 3. ОПЕРАЦІЇ ТОКЕНІЗАЦІЇ

Використовуючи смарт-контракти блокчейна, компанії можуть токенізувати операції та активи для підвищення гнучкості та спрощеного управління. Цей процес, який називається токенізація операцій, сприяє плавному переходу до цифрової трансформації шляхом перетворення різних бізнес-аспектів у торгові токени, відкриваючи нові шляхи для зростання в децентралізованій екосистемі. Впровадження Web3 у бізнес створює новий рівень надійності, забезпечуючи безпечну, прозору та ефективну структуру для ведення бізнесу. Це потужний інструмент із величезним потенціалом, який підприємства можуть використати для отримання стратегічної переваги.

### 4. БЕЗПЕКА ДАНИХ

Децентралізована структура Web3 значно підвищує безпеку даних. Замість того, щоб зберігати дані в одному централізованому місці, вразливому до атак, Web3 поширює дані між кількома вузлами в мережі. Ця децентралізація гарантує, що дані не можуть бути змінені або видалені без згоди всіх учасників мережі. Цілісність даних зміцнюється за допомогою незмінної книги блокчейну та криптографічних механізмів, що означає, що будь-які зміни завжди можна відстежити. Ця комбінація відлякує хакерів і забезпечує вашому бізнесу розширений рівень безпеки та автентичності даних.

### Список використаних джерел

1. Офіційний веб-сайт Ethereum: вебсайт. URL: <https://ethereum.org/uk/web3/>
2. Офіційний веб-сайт Harvard Business Review <https://hbr.org/2022/05/what-is-web3>
3. Перевірений веб-сайт <https://onezero.medium.com/why-decentralization-matters-5e3f79f7638e>

УДК 330

І. Гнатенко<sup>1</sup>, М. Земцов<sup>2</sup>, Д. Хорошко<sup>2</sup>

q17208@ukr.net

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

<sup>2</sup>Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, Київ

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ У ПЕРІОД КРИЗИ

Розвиток стартапів в Україні в останні роки став активним і необхідним напрямком впровадження інновацій та економічного зростання. Існують важливі фактори, які сприяють цьому процесу. Зокрема, наявність талановитої робочої сили в Україні. Україна має велику кількість висококваліфікованих ІТ-спеціалістів та інженерів, що забезпечують доступ до кадрів для технологічних стартапів. Україна розвиває інфраструктуру для підтримки стартапів, у тому числі коучінгові програми, інкубатори та акселератори, які сприяють створенню та зростанню стартапів. Зацікавленість інвесторів в українських стартапах зростає, і це дозволяє компаніям отримувати необхідний капітал для розвитку та розширення бізнесу.

Українські стартапи активно співпрацюють із закордонними компаніями та акселераторами, що на основі них отримують доступ до міжнародних ринків та експертизи. Уряд України посилює свою підтримку стартапам, шляхом запровадження податкових пільг та спеціальних програм для інноваційних компаній. Українські стартапи активно працюють у сферах штучного інтелекту, блокчейну, медицини, агротехнологій та електронної комерції, які мають великий потенціал для зростання.

Розвиток стартапів в Україні останнім часом отримав значний імпульс, включаючи підтримку уряду, інвестиції, технологічний розвиток та зростання інтересу до підприємництва в сучасному світі. Уряд України проводить заходи для сприяння розвитку стартапів, включаючи спрощення бюрократичних процедур для реєстрації бізнесу, зниження податкових ставок для стартапів та інші фінансові пільги. Україна має активну стартап-спільноту, яка покращує обмін досвідом, знаннями та можливостями співпраці. Це важливо для створення сприятливого середовища та нових ініціатив. Багато українських стартапів орієнтовані на міжнародні ринки, що дозволяє їм отримати більше інвестицій та швидше розвиватися.

Поряд з позитивними тенденціями в Україні також існують проблеми для розвитку стартапів, такі як низький рівень фінансування порівняно з більш розвинутими країнами, недостатня кількість кадрів та економічна нестабільність. Однак зусиллям уряду, інвесторів та підприємницької спільноти ці проблеми можна подолати і створити ще більш сприятливі умови для розвитку стартапів в Україні.

Стартапи виконують функції в економіці та суспільстві. Визначимо кілька основних функцій стартапів:

Інновації. Стартапи створюють інноваційні продукти, послуги або технології, які вирішують певні проблеми або задовольняють нові потреби на ринку. Це сприяє технологічному та соціальному прогресу.

Створення робочих місць. Стартапи часто зростають та розширюють роботу, знаходячи нових співробітників. Це знижує безробіття та створює нові можливості для працевлаштування.



Економічний ріст. Успішні стартапи можуть мати значний економічний вплив, збільшуючи обсяг виробництва та прибутковість.

Залучення інвестицій. Стартапи привертають інвесторів, які надають фінансову підтримку розвитку бізнесу. Це може включати в себе венчурні капіталовкладення, ангельські інвестиції та краудфандинг.

Зміна галузей. Стартапи часто змінюють традиційні галузі та ринки, викликаючи зміни в економіці та поліпшення структуру промисловості.

Природний відбір. Багато стартапів не досягають успіху і це природний процес відбору, який готовий відокремити інноваційні та життєздатні ідеї від менших перспективних.

Задоволення потреб споживачів. Стартапи розвивають продукти та послуги, які відповідають нарастаючим потребам, бажанням споживачів, покращуючи їхній спосіб життя.

Конкуренція. Стартапи створюють конкуренцію на ринку, що може підштовхнути існуючі компанії до покращення своєї продукції та інновацій.

Загалом, стартапи виконують важливу роль у сприянні розвитку економіки, впровадженні новаторських ідей та зміні суспільства. Вони створюють можливості для підприємництва, розширення бізнесу та створення заможного суспільства.

Стартапи грають важливу роль у сучасних економіках, привносячи новаторські ідеї та продукти на ринок.

Особливу роль мають стартапи у період криз та біфуркацій. Створення та запуск стартапу під час економічної кризи може бути важким завданням, але це також може бути періодом можливостей для інновацій та успіху. Для запуску стартапу в період кризи важливо ретельно дослідити ринок та ресурси, визначити які потреби та проблеми в цей період є актуальними. Необхідно зорієнтуватися на тому, які продукти чи послуги можуть бути корисними та користуватися попитом в умовах кризи. Криза може створити нові можливості для інновацій. Слід розглядати можливість розробки нових продуктів або послуг, які відповідають новим потребам або проблемам. Пошук інвестицій може бути одним із аспектів створення стартапу. Існує потреба залучення фінансування від інвесторів або використання грантів та інших джерел фінансування для підтримки власного бізнесу в складний час. Стартаперам необхідно адаптуватися до змін на ринку та швидко реагувати на нові технології. Гнучкість і швидка корекція курсу можуть бути ключовими для виживання в складних умовах. Необхідно ретельно продумувати стратегію маркетингу та брендування, щоб привернути увагу клієнтів і виділитися серед конкурентів.

Запуск стартапу в період кризи може бути викликом, але, при правильному підході, це також може стати шансом для досягнення успіху та створення стійкого бізнесу. Важливо бути готовим до викликів і шукати можливості в складних умовах. Спостереження за змінами на ринку та гнучкість у відповіді на ці зміни можуть стати ключем до успіху стартапу під час кризи.

#### Література

1. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг / І. Гнатенко // Економічний дискурс. – 2021. – № 1-2. – С. 111-121.
2. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022. – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.
3. Гнатенко І. Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції / І. Гнатенко // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2021. – № 1-2. – С. 68-77.
4. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.
5. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект / І.А. Гнатенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 16. – С. 20-25.
6. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

## НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Інноваційний менеджмент – це стратегічний підхід до керування організацією, спрямований на стимулювання та підтримку інноваційних процесів та діяльності в організації. Інноваційний менеджмент є елементом конкурентоспроможності організації, дозволяє їй адаптуватися до змін у діловому середовищі та задовольняти зростаючі потреби клієнтів. Інноваційний менеджмент – процес керування інноваціями у підприємствах та організаціях. Це важлива галузь менеджменту, яка допомагає підприємствам створювати, впроваджувати та управляти новими ідеями, продуктами, послугами або процесами для досягнення конкурентних переваг і забезпечувати стійкий розвиток.

Основні аспекти інноваційного менеджменту включають в себе.

1. Формування інноваційної стратегії. Розробка чіткої інноваційної стратегії, яка створює ціль, завдання та пріоритети інновацій для організації.

2. Керування інноваційними процесами. Управління всіма етапами створення, впровадження та відстеження інноваційних ідей та проектів.

3. Забезпечення ресурсами. Виділення наявних ресурсів (фінансових, людських, технічних тощо) для реалізації інноваційних проектів.

4. Сприяння інноваційної культури. Створення середовища, яке сприяє стимулюванню інноваційної діяльності та розвитку творчого підходу до роботи.

5. Вивчення ринкових можливостей. Аналіз ринку та конкурентів для виявлення нових можливостей та потреб споживачів.

6. Партнерство та зовнішні зв'язки. Співпраця з іншими організаціями, стартапами, університетами тощо для обміну інноваційними ідеями та ресурсами.

7. Оцінка і вимірювання результатів. Систематична оцінка і вимірювання впливу інноваційних проектів на успішність організації.

Інноваційний менеджмент є ключовим фактором конкурентоспроможності будь-якої компанії в сучасному світі, де технології мають пріоритет. Інноваційний менеджмент – процес управління, спрямований на створення та впровадження інновацій в організації з метою покращення їх конкурентоспроможності та досягнення стратегічних цілей. Інноваційний менеджмент включає в себе планування, розвиток, впровадження та контроль інноваційних ідей та проектів. Інноваційний менеджмент важливий для того, щоб організація могла адаптуватися до змін у бізнес-середовищі, розвиватися і залишатися конкурентоспроможною. Він включає в себе використання різних методів та інструментів, таких як дослідження та розвиток, стратегічне планування, технологічний аналіз та управління ризиками.

Інноваційний менеджмент – повинен засновуватися на стратегічному підході до управління, спрямованого на створення, впровадження та керування інноваціями в організації з метою досягнення конкурентної переваги та підвищення її результативності. Інноваційний менеджмент в період кризи є важливим елементом стратегії виживання та подолання труднощів для бізнесу. Кризи можуть створити нові виклики, але вони також можуть надати можливостей для інновацій. В період кризи необхідно детально аналізувати ринок та споживачів. Слід уважно вивчити зміни в попиті, поведінці споживачів та конкурентному середовищі. Виявити, які продукти або послуги можуть бути більш актуальними або необхідними в цей період. Існує потреба поширення інноваційної культури на всю компанію, запрошуючи працівників до процесу інновацій. Вони можуть мати цінні ідеї та ресурси для інноваційних проектів. Інновації повинні бути спрямовані на вирішення проблем та задоволення потреб ринку в новому контексті. Партнерства та співпраця з іншими організаціями можуть сприяти обміну ресурсами та ідеями для інноваційних проектів. Інноваційний менеджмент в період кризи вимагає гнучкості, творчості та зосередження на довгостроковому успіху, незважаючи на поточні труднощі.

Інноваційний менеджмент у стратегії підприємства полягає в тому, щоб систематично впроваджувати інновації як ключовий елемент стратегії з метою досягнення переваг та створення стійкого розвитку. Інновації допомагають підприємствам відрізнитися від конкурентів та створювати унікальні для клієнтів продукти. Це дозволяє підприємству продавати своє місце на ринку та підвищувати позицію лідера або інноватора. Інновації в стратегії дозволяють розробити нові продукти або покращити існуючі, що можна призвести до підвищення попиту та задоволення потреб споживачів. Нововведення можуть застосовуватися для оптимізації бізнес-процесів, що дозволяє підприємству знизити витрати, підвищити ефективність та збільшити якість продукції чи послуг. Ноу-хау можуть відкривати нові ринки і можливості для росту. Підприємства можуть створити запит на нові продукти або послуги, які раніше не існували. Інновації допомагають підприємствам бути гнучкими та адаптивними до змін внутрішнього та зовнішнього середовища. Це особливо важливо під час кризових ситуацій та швидкозмінних ринкових умов. Підприємства, які постійно впроваджують інновації, можуть бути першими за технологічними рішеннями, які важко копіювати конкурентам. Підприємства, які

активно інвестують в інновації, здатні залучити талановитих працівників, інвесторів та партнерів, які наділять їх візію або підтримають їх інноваційні проекти. Інноваційний менеджмент у стратегії підприємства завдяки створенню стійкого розвитку, дозволяє компанії протистояти викликам та зберегти свою конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Отже, сутність інноваційного менеджменту в стратегії підприємства відбувається в постійному пошуку нових ідей, їх впровадження та використання для досягнення стратегічних цілей та забезпечення стійкого розвитку організації. Інноваційний менеджмент змінює стратегічний розвиток підприємства, сприяючи його здатності адаптуватися до середовищі, використовувати нові можливості та впроваджувати ідеї для досягнення конкурентних переваг.

### Література

1. Пузирьова П. В. Основні положення розробки і реалізації фінансової стратегії суб'єктів бізнесу в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects : the 9th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, February 20-22, 2022. – MDPC Publishing, Germany, February, 2022. – P. 385-391.

2. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

3. Гнатенко І. Сучасні управлінські та інформаційно-безпекові підходи формування інноваційного кластерного угруповання в умовах COVID-19 на засадах сталості, децентралізації та євроінтеграції / І. Гнатенко // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2021. – № 1-2. – С. 68-77.

4. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг / І. Гнатенко // Економічний дискурс. – 2021. – № 1-2. – С. 111-121.

5. Довбуш В. І. Значення ІТ-компаній для економіки України та їх специфіка для цілей бухгалтерського обліку / В. І. Довбуш, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – 2020. – № 5 (228). – С. 26-31.

6. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект / І.А. Гнатенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 16. – С. 20-25.

УДК 378

Т. Белялов, В. Кохно

*Київський національний університет технологій та дизайну*

## **ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ОСВІТІ, НАУЦІ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Цифрова трансформація є глибоким інтегративним процесом, спрямованим на трансформацію суспільства та економіки через впровадження цифрових технологій у всі аспекти життя.

Цифрові технології впроваджуються в бізнес-процеси з урахуванням їхньої економічної вигоди та сприяють глобальній конкурентоспроможності. Зниження вартості та доступність послуг через хмарні технології роблять цифрові інновації привабливими для розвитку бізнесу. Цифрові технології також перетворюють сфери послуг, дозволяючи здійснювати віддалену роботу, проводити відеоконференції та отримувати доступ до товарів та послуг через Інтернет. Це сприяє соціальному розвитку, полегшуючи доступ до основних послуг, таких як охорона здоров'я та освіта. [6]

Проте, разом із позитивними аспектами, цифровізація стикається з викликами. Автоматизація та роботизація можуть викликати безробіття та нерівність доходів. Проблеми безпеки, цифровий розрив та питання конфіденційності даних стають актуальними проблемами.

Для подолання цих викликів необхідно сприяти формуванню глобальної цифрової сумісності, ліквідувати цифровий розрив та створювати надійні технології для всіх. Міжнародні правила, партнерства та підтримка для розвитку інфраструктури та технічної освіти є ключовими факторами для досягнення цих цілей. [4]

Важливо виробити баланс між розвитком технологій та збереженням економічної та соціокультурної стійкості суспільства. Управління цифровими технологіями повинно ґрунтуватися на прозорості, ефективності та довірі, щоб забезпечити сталість та благополуччя у цифровому віці.

У захоплюючому світі наукових відкриттів і технологічного прогресу цифрова трансформація виступає як ключовий фактор, який не лише поєднує в собі сукупність викликів, але й розкриває безмежні можливості. Особливо важливо розглядати це явище в контексті наукових термінів, де синергія викликів і можливостей створює новий ландшафт для досліджень та інновацій.

Серед викликів, з якими стикається цифрова трансформація у науковому середовищі, можна виокремити фрагментацію даних. Обробка і аналіз об'ємних інформаційних потоків з різних джерел потребує вдосконалення методів стандартизації та інтеграції, щоб ефективно використовувати цей величезний обсяг інформації. Крім того, з інтенсифікацією цифрових процесів виникає проблема кібербезпеки, яка вимагає постійного вдосконалення систем безпеки для захисту цінних даних від потенційних кібератак.[5]

З іншого боку, цифрова трансформація відкриває широкі горизонти можливостей. Можливість проводити аналітику в реальному часі створює фундаментальні зміни в способах, якими науковці приймають рішення та вивчають нові явища. Використання штучного інтелекту та алгоритмів машинного навчання розширює потенціал для автоматизації та оптимізації наукових досліджень, вносячи нові підходи у сферу наукового пізнання. Не менш важливою є глобальна колаборація, яку забезпечують засоби цифрової комунікації, відкриваючи нові перспективи для спільних досліджень та обміну знаннями між науковцями із різних куточків світу.

В умовах освітнього середовища акцентується на стратегічній орієнтації на розвиток інформаційно-цифрової компетентності здобувачів, що є необхідною передумовою для їх успішної життєдіяльності. Ця парадигма реалізується через побудову відповідної стратегії професійної діяльності викладача, яка є важливим фактором у контексті трансформації системи освіти на засадах інформаційного підходу.[1]

Вивчення практики роботи вищих освітніх закладів підтверджує, що наявний рівень цифрової компетентності викладачів певною мірою відповідає вимогам педагогічної науки та практики у контексті трансформації освітньої системи.

Цифрові технології, відзначаючись різноманітністю, стають невід'ємними інструментами для сучасного освітнього простору. Вони сприяють персоналізації навчання, підвищенню мотивації здобувачів та спрощенню діяльності викладачів і управлінців. Застосування електронних, мультимедійних підручників, інтерактивних комплексів та цифрових вимірювальних лабораторій сприяє створенню ефективного освітнього середовища.

Цифровий університет надає можливість доступу до електронного освітнього контенту, сприяючи організації та контролю навчальної діяльності здобувачів. Це розширює коло можливостей для здобувачів, а також підвищує їх відповідальність за власні навчальні досягнення.

Застосування цифрових технологій дозволяє більш продуктивно впроваджувати діяльнісний підхід у навчання здобувачів, збільшуючи швидкість сприйняття та глибину засвоєння інформації. Використання нових методик навчання, спрямованих на підвищення якості та ефективності освіти, вимагає впровадження цифрової трансформації у навчальний процес.

Сучасний етап економічної глобалізації визначається основною рисою - переходом до цифрової економіки та втіленням цифрової трансформації у сфері бізнесу та управлінських процесів. Важливим аспектом є формування цифрових стратегій та бізнес-моделей, які служать основою для розвитку підприємств.[2]

Цифрова стратегія розглядається як концептуальна рамка, спрямована на перетворення організації в цифрову, зокрема, забезпечуючи інтерактивність з клієнтами, індивідуалізацію пропозицій та використання даних для прийняття рішень та виконання основних бізнес-функцій. Цифрова фірма акцентує на цифровій підтримці бізнес-процесів і послуг за допомогою сучасних технологій і інформаційних систем, заснованих на використанні інформаційних технологій.

Проникнення цифрового стратегування в менеджмент веде до перегляду стратегічних підходів, таких як корпоративна, конкурентна, та функціональні стратегії. Наявність цифрової стратегії вимагає цифрової трансформації бізнес-моделі, зокрема, формування нових організаційних структур управління, використання принципів проектування, створення спеціалізованого підрозділу та призначення Chief Digital Officer (CDO) для управління цифровою програмою. Ключові завдання включають розмежування функцій CDO та CIO, а також розвиток цифрової компетентності працівників.

У висновках можна сказати, що цифрова трансформація представляє собою комплексний процес, спрямований на перетворення різних сфер суспільства та економіки за допомогою цифрових технологій. Вона призводить до розширення доступу до різних послуг, зменшення витрат, підвищення ефективності та покращення конкурентоспроможності бізнесу.

У науковому середовищі виникають виклики, такі як фрагментація даних та проблеми кібербезпеки, але цифрова трансформація також відкриває безмежні можливості для наукових досліджень та інновацій. Важливо забезпечити ефективну обробку та аналіз інформації, а також зміцнити кібербезпеку. У сфері освіти цифрова трансформація розширює можливості для персоналізації навчання, підвищення мотивації та створення ефективного освітнього середовища. Важливо розвивати цифрову компетентність здобувачів та викладачів, а також впроваджувати цифрові технології для оптимізації навчального процесу. У бізнесі цифрова трансформація вимагає формування цифрових стратегій та бізнес-моделей для підприємств, щоб вони могли успішно адаптуватися до нових умов глобальної цифрової економіки.

Отже, цифрова трансформація є ключовим фактором розвитку суспільства, економіки, науки та освіти, але її успішна реалізація вимагає вирішення викликів і пильне управління цифровими технологіями.

#### **Список літератури**

1. Вектори економічного розвитку 2030. Кабінет міністрів України. Центр економічного відновлення. 2020. 416 с.

2. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6. С. 105—112.
3. Краус, К.М. Краус, Н.М., Штепа, О.В. Індустрія X.0 і Індустрія 4.0 в умовах цифрової трансформації та інноваційної стратегії розвитку національної економіки. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf>
4. Струтинська І.В. Дефініції поняття "цифрова трансформація". Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48 (2). С. 91—96.
5. Digital economy report 2019 Embargo Digital Economy Report 2019. United Nations Conference On Trade And Development. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf)
6. Digital Economy and Society Index 2018 Report – European Commission. 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-singlemarket/en/news/digital-economy-and-society-index-2018->

УДК 378.14

І.А. Романенко, Н.А. Крахмальова  
KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ВПЛИВ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В ВУЗАХ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Підприємництво є важливим для розвитку економіки, створення робочих місць і покращення якості життя, одночасно адаптуючись до потреб сучасного суспільства. Інноваційне підприємництво може надати ідеї, які допоможуть розвивати новий і існуючий бізнес, розробляти продукти для покращення місцевих громад і заохочувати зміни для покращення досвіду клієнтів. Інновації є основним компонентом успішного бізнесу. Розвиток інноваційної економіки, як доведено світовою практикою, забезпечується виключно за рахунок знань, інформації, новітніх технологій, людського потенціалу. Саме знання забезпечують розвиток економіки, її конкурентоспроможність, створення високотехнологічних робочих місць в різних галузях, що необхідно для задоволення економічних і соціальних потреб суспільства.

Підприємництво є ключовим стимулом економічного зростання, створення нових робочих місць та підвищення рівня життя. Успішні підприємці створюють інновації, розширюють бізнес та забезпечують стабільність економіки. Однак для досягнення цих цілей необхідні кваліфіковані фахівці, які мають не тільки теоретичні знання, але й практичні навички.

Один із основних чинників, що впливає на якість підготовки фахівців, це вища освіта. Вищі навчальні заклади, такі як університети та коледжі, мають важливу роль у формуванні професійної кваліфікації молодих людей. Однак якість освіти в цих закладах може бути досить різною. Одним із важливих аспектів підготовки фахівців є надання практичних навичок. Підприємці потребують знань і навичок, які можна застосовувати в реальних умовах бізнесу. Важливо, щоб студенти мали можливість стажуватися в підприємствах, брати участь у проєктах та розвивати практичний досвід ще під час навчання.

Сучасний бізнес швидко змінюється під впливом технологічних та економічних тенденцій. Тому важливо, щоб освіта була орієнтована на виклики, з якими стикаються підприємці сьогодні. Це включає в себе навчання цифровим технологіям, управління ризиками, маркетинг та інші актуальні навички. Ще однією важливою складовою якості підготовки фахівців є співпраця між вищими навчальними закладами та бізнес-середовищем. Університети та підприємства можуть спільно розробляти навчальні програми, організувати лекції, семінари та стажування для студентів. Сучасна вища освіта передбачає забезпечення інтелектуального потенціалу суспільства шляхом практично-професійної підготовки фахівців. Практичне застосування освітнього потенціалу не тільки для самореалізації та самовираження у суспільстві, а й для створення і отримання благ та забезпечення росту людського капіталу є одним із показників якості і актуальності освітніх послуг на даному етапі розвитку національної економіки. Освітні послуги є специфічним видом товару, що надаються вищим навчальним закладом, та отримуються кінцевим і єдиним споживачем освітніх послуг – здобувачем вищої освіти.

Вплив якості підготовки фахівців в вищих навчальних закладах на розвиток підприємництва є надзвичайно важливим. Якість освіти визначає готовність молодих людей до викликів бізнесу та їхню здатність сприяти економічному зростанню. Тому важливо інвестувати у вищу освіту, розвивати практичні навички та сприяти співпраці між університетами та підприємствами. Тільки так ми зможемо забезпечити стійкий розвиток підприємництва та економіки в цілому.

Ось декілька ключових аргументів, які підтримують актуальність цієї теми:

1. Глобальна конкуренція: Сучасні ринки дуже конкурентоспроможні, і підприємства постійно шукають нові способи відрізнятись від конкурентів. Інновації є ключовим інструментом для досягнення цієї мети.
2. Зміна технологічного ландшафту: Швидкий розвиток технологій створює безліч нових можливостей для інноваційних підприємств. Дослідження цієї теми допомагають розуміти, як використовувати нові технології для створення конкурентних переваг.

3. Соціальні виклики: Проблеми, такі як зміни клімату, демографічні зміни і зростаюча потреба в сталому розвитку, ставлять перед суспільством і бізнесом нові виклики. Інновації можуть бути важливим інструментом у вирішенні цих проблем.

4. Економічний розвиток: Інновації стимулюють економічний розвиток, створюючи нові ринки, робочі місця і збільшуючи продуктивність. Це особливо важливо в умовах глобальної економічної нестабільності.

5. Соціальна важливість: Інноваційне підприємництво сприяє створенню нових продуктів і послуг, які можуть поліпшити якість життя людей і вирішити соціальні проблеми.

6. Політична підтримка: Багато країн активно підтримують інновації через різні програми і фінансові інструменти. Дослідження інноваційного підприємництва може сприяти ефективнішому використанню цих ресурсів.

Актуальним та інноваційним, на наш погляд, є:

- впровадження в навчальний процес практичного досвіду успішних підприємців та викладачів з підприємницькими здібностями;

- використання кейс-технологій, що створюють ділові ситуації під час яких необхідно йти на «ризик» при прийнятті рішення;

- застосування рольових ігор та взаємодії з зовнішнім середовищем, що дозволяє творче та креативне вирішувати підприємницькі проблеми.

Все більший попит і популярність в бізнес-освіті набирає така технологія навчання як коучинг. Шляхом проведення консультацій та тренінгів, особа, відома як "коуч", сприяє досягненню особою, яка навчається, своєї конкретної життєвої або професійної мети. На відміну від менторства, коучинг акцентується на досягненні чітко визначених цілей, а не загальному розвитку. Майбутні підприємці розуміють, що без взаємодії з коучем їм стає складно збалансувати особистий та професійний боки життя, досягти максимальної ефективності та особистого задоволення[3]. Отже, бізнес-освіта, включаючи підприємницьку освіту, може бути ефективною лише тоді, коли студенти реально відчують необхідність у застосуванні здобутих професійних навичок, розуміють суть підприємництва як соціально-економічного явища, інакше ніж формальне навчання. Університетам слід сприяти професійній мобільності викладачів та майбутніх фахівців у сфері

Становлення інноваційної економіки України, заснованої на знаннях, вимагає формування відповідного рівня соціально-економічної, громадянської, моральної культури сучасного підприємця. Це зумовлює необхідність впровадження в суспільстві якісної економічної освіти, зокрема бізнес-освіти [4]. Тому основні завдання такої освіти розглядаються з позиції формування підприємця новітньої формації. Професійна економічна освіта сьогодні має формуватися у тісному взаємозв'язку з підприємницькою діяльністю, що забезпечуватиме повноцінну соціалізацію населення, що має підприємницькі здібності, в умовах змін знанневого суспільства.

У процесі підготовки фахівців економічної галузі в закладах вищої освіти України використовуються як традиційні, так і інноваційні форми й методи навчання. Відтак, до традиційних методів навчання відносимо такі, як робочі засідання, інтегровані лекції, міждисциплінарний семінар, виїзний семінар, лекції з постановкою проблеми тощо [4]. Адже, якщо під час традиційного навчання увага акцентується на запам'ятовуванні й відтворенні інформації за допомогою окреслених методів навчання, то в нових умовах виникла потреба розвитку творчого (продуктивного) мислення студента, формування його комунікативних умінь і практичної підготовки до активної життєдіяльності у постійно змінюваному соціальному середовищі за допомогою інноваційних методів навчання. Відтак, до інноваційних методів навчання відносимо рольові ігри, «перевернутий» підхід, відеозаписи, фільми, телепередачі, імітаційні ігри, використання електронних підручників тощо[4]. Такі методи сприяють якісному засвоєнню знань студентів, розвитку їхньої розумової діяльності, виявленню умінь і навичок критичного осмислення проблеми, набуттю досвіду самостійного опрацювання навчального матеріалу, пошукової роботи, якостей, які стануть у нагоді в подальшому розвитку самоосвіти і самореалізації.

Особливої ваги практична підготовка майбутніх фахівців набуває в умовах упровадження компетентнісного підходу в освітній процес закладу вищої освіти, оскільки саме під час проведення практичних занять із дисциплін та проходження різних видів практик (ознайомчої, навчальної, виробничої, педагогічної, асистентської, переддипломної) поглиблюються, поширюються та деталізуються наукові знання, розвивається наукове мислення, формується здатність використовувати здобуті знання, виробляються навички професійної діяльності.

Отже, дійшовши висновку можна сказати, що професійна підготовка фахівців у галузі підприємництва в різних типах освітніх закладів має вагомий внесок в розвиток підприємницької діяльності, а саме за допомогою використання новітніх технологій, інновацій та тенденцій у сфері підприємництва, університет готує якісні та кваліфіковані кадри, які зможуть в майбутньому застосовувати новітні методи та навички ведення підприємницької діяльності на практиці.

#### Список літератури

1. Золковер А. О.; Колтаков С. Підприємницька освіта: бібліографічний аналіз. In: проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації. Київський національний університет технологій та дизайну, 2022.

2. Гриценко Інна. Розвиток навичок малого підприємництва в учнівської молоді закладів професійної (професійно-технічної) освіти. Науковий редактор радкевич валентина олександрівна, 2022, С.67.

3. Базиль Людмила. Розвиток здатності здобувачів професійної освіти до підприємницької діяльності у повоєнний період. 2022, С. 16.

4. Завадських, Ганна Миколаївна. Регіональна Економіка: Курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти «бакалавр» зі спеціальності 076 «підприємництво, торгівля та біржова діяльність». 2020.

УДК 005.591.3:658

М. Шкода, Є. Ланін

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Екологічні проблеми, спричинені системою лінійної економіки та експлуатацією природних ресурсів, відомі вже понад 50 років. В останні роки циркулярна економіка стала частиною ключових національних і міжнародних політик. Зелена угода ЄС, головна мета якої — стати ЄС першим кліматично нейтральним континентом до 2050 року, закликає до переходу до циклічної економіки. Існує глобальне усвідомлення необхідності йти по колу, і було досягнуто значного прогресу. На 69-й сесії Комісії ООН у квітні 2021 року країни-члени ООН уже пообіцяли посилити свої зобов'язання щодо циркулярного та сталого використання ресурсів (рис. 1).

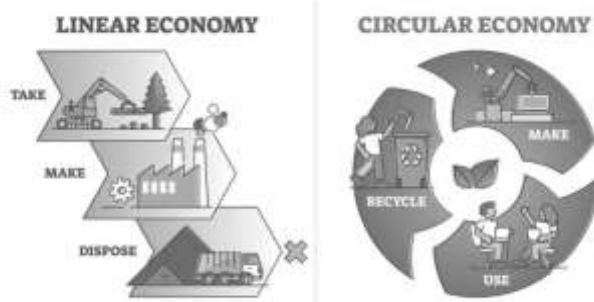


**Рис. 1. Європейський зелений курс**

*Джерело: за даними [1]*

Тим не менш, незважаючи на те, що зроблено вже дуже багато в напрямі ЄС щодо переходу до циркулярної економіки, існує суперечність між зростанням споживачтва та конкретними діями. Промисловість і технологічні інновації самі по собі не можуть стимулювати системні зміни, необхідні для досягнення справжньої трансформації поточної економічної моделі. Життєздатні зміни передбачають зміну парадигми від індивідуальної поведінки до колективного/культурного прийняття принципів циркулярної економіки. Для того, щоб зупинити катастрофічні глобальні зміни та прийняти мислення та систему циркулярної економіки, найглибший спосіб сприяти цій трансформації – залучити суспільство через освіту. Таким чином, це суттєва частина освіти, від раннього віку до вищої освіти, щоб прищепити нове бачення нашого суспільства щодо сталого розвитку та екологічного зростання. Перехід до циркулярної економіки залежить від того, як суспільство та організації навчаються впроваджувати інновації та застосовуватимуть їх на практиці. Сектор освіти, всіх ступенів, починаючи від початкової школи до третього (наукового) рівня вищої освіти, відіграє життєво важливу роль у забезпеченні того, щоб здобувачі будь-якого віку оволоділи ключовими навичками та знаннями для застосування циклічного мислення у обраній професії.

З огляду на роль вищої освіти, вона є безумовно важливою для формування системного бачення принципів циркулярної економіки в суспільстві та вміння відрізняти їх від лінійної економіки (рис. 2). Оскільки заклади вищої освіти є відповідальними за формування спроможності та менталітету більшості професіоналів на ключових посадах, отже, вони в змозі зробити значний внесок у стимулювання необхідних змін через викладання, прикладні дослідження, інноваційні партнерства з промисловими та студентськими ініціативами.



**Рис. 2. Порівняння принципів лінійної та циркулярної економіки**

*Джерело: за даними [2]*

За межами лекційної аудиторії ЗВО можуть активно просувати менталітет циркулярної економіки шляхом запровадження позааудиторних заходів, пов'язаних з розвитком знань щодо циркулярної економіки, ініціатив щодо використання чистої енергії і та безвідходних їдалень.

Крім того, роль ЗВО у дослідницькій діяльності може сприяти необхідному переходу різними способами, які призводять до інновацій, а також до більш якісної інформації як для ринку, так і для промисловості. Зокрема, ЗВО можуть розпочати інноваційне партнерство з місцевими підприємствами та промисловістю, отримуючи взаємну вигоду та запроваджуючи рамки циркулярної економіки безпосередньо на місцевому та регіональному рівнях. Надання доказів попиту на набори навичок циркулярної економіки разом із адаптацією освітніх програм до цієї мети також може запустити позитивний цикл робочих структур сталого розвитку. Крім того, інвестиції в дослідження методів впровадження циркулярної економіки та більш масштабних переходів примножать вищезазначені вигоди, а також кількість бенефіціарів.

Заклади вищої освіти також можуть підвищити сталість, забезпечуючи навчальні майданчики, де майбутні професіонали та громадяни можуть стати екологічно свідомими, забезпечуючи реальні та інноваційні дії, які спрямовані на підвищення екологічної обізнаності та зобов'язання брати участь у відповідних діях (наприклад, організація Green Day). Також створення фонду для студентів і дослідників, доступного для запуску власних проєктів, що дотримуються принципів циркулярної економіки, може слугувати інкубатором для стійких підприємств.

#### **Висновок**

У світлі вищесказаного, запровадження менталітету циркулярної економіки та адаптація екологічно орієнтованих освітніх програм і освітніх стратегій може виявитися рушійною силою, яка допоможе зробити національну економіку менш марнотратною та більш ресурсною. Інноваційний підхід до освіти може допомогти нам виховати майбутніх фахівців з більш екологічно відповідальним мисленням і більш стійкими звичками. Хоча переваги СЕ-освіти будуть широко поширеними лише тоді, коли ми зробимо кроки, щоб передати правильні цінності та повідомлення з раннього дитинства до дорослого віку та вищої освіти, а також від педагогів і методів викладання до ширшого контексту навчання.

Заклади вищої освіти (ЗВО) мають змогу розширити навчання циркулярної економіки щодо «тем і методів переходу» (політичні важелі, роль ІКТ тощо), а також залучити більше соціологів до зусиль переходу шляхом включення курсів циркулярної економіки в освітні програми ЗВО.

Враховуючи загальну мету циркулярної економіки – закрити матеріальні петлі та забезпечити зміну парадигми, побудові механізму інноваційного партнерства між різними стратегічними починаннями може допомогти:

- розширення обсягу петель на більшій території, що робить їх ефективнішими або навіть уможливає закриття нових петель;
- координацію зусиль на різних рівнях управління та секторах політики;
- надання можливості обміну знаннями для поширення існуючих підходів до циркулярної економіки.

#### **Список використаних джерел**

1. <https://web.archive.org/web/20201004233137/https://www.europeaninterest.eu/article/parliament-supports-european-green-deal/>
2. Rankin, Jennifer. European Green Deal to press ahead despite Polish targets opt-out. The Guardian (en-GB). 2019. ISSN 0261-3077



## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У вересні 2015 року в рамках 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку відбувся Саміт ООН зі сталого розвитку. Підсумковим документом Саміту “Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року” 17 Цілей Сталого Розвитку та 169 завдань. Цілі сталого розвитку (ЦСР) охоплюють такі елементи розвитку нашої планети як економічний ріст, соціальну інтеграцію та захист навколишнього середовища. Нові цілі унікальні тим, що закликають до дій всі країни - бідні, багаті і з середнім рівнем доходу – щоб сприяти процвітання, захисту нашої планети та підвищенню якості життя для майбутніх поколінь (рис.1).



Рис. 1. Цілі сталого розвитку

Із 17-ти основних цілей ми виділили ті, що безпосередньо стосуються розвитку освіти та підвищення добробуту населення. Зокрема, Ціль 1. Подолання бідності та Ціль 4. Якісна освіта.

За даними Інституту Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI), завданням якого є збір та надання статистичних даних щодо розвитку підприємництва та бізнесу, а також розвитку підприємницької екосистеми країн за допомогою Глобального індексу підприємництва (GEI) Україна у 2018 році займала 73 позицію серед інших країн світу (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг Global Entrepreneurship Index 2018

Rank	Country	GDP World Bank international\$ 2011	GEI
71	Thailand	14185	27.4
72	Iran	16063	26.8
73	Ukraine	8178	26.8
74	Serbia	12190	26.4
75	Mexico	15838	26.4
76	Egypt	9807	25.9
77	Georgia	8658	25.8
78	Russia	22452	25.2
79	Gabon	16776	25
80	Algeria	13257	24.7

Джерело: за даними [5]

GEI — це щорічний індекс, який вимірює стан підприємницьких екосистем у 137 країнах та порівнює їх ефективність. Це дає змогу отримати інформацію щодо того, як кожна країна працює як у внутрішньому, так і в міжнародному контексті.

Методологія GEDI збирає дані про підприємницькі настрої, здібності та прагнення місцевого населення, а потім порівнює їх з переважальною соціальною та економічною інфраструктурою. Цей процес створює 14 показників, які GEDI використовує для вимірювання стану регіональної екосистеми.

Необхідно зазначити, що підприємницький потенціал не виникає у вакуумі. Підприємці існують у контексті свого конкретного географічного положення – будь то місцева, національна чи навіть міжнародна економіка та суспільство. Поєднання поглядів, ресурсів та інфраструктури відоме як «екосистема» підприємництва. На сьогодні важливу роль для розвитку підприємницького потенціалу відіграє освіта.

Підприємницька освіта виникла за кордоном у 1980-1990-х роках. У 1989 році Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) провела міжнародний симпозиум «Освіта для двадцять першого століття», на якому було зазначено концепцію підприємницької освіти, а саме, кар'єрних амбіцій та

навчання новаторським навичкам. Підприємництво – це комплексне поняття, яке є не лише творчим бізнесом, а й способом життя та мислення студентів [7]. Відтак, що підприємницька освіта означає не лише навчання студентів навичкам створювати власний бізнес, але й, що більш важливо, виховувати ініціативу та інноваційне мислення у здобувачів вищої освіти. Джон Дьюї, американський прагматичний педагог, у своїй книзі «Демократія та освіта», написаній у 1916 році, розділив типи курсів підприємницької освіти на дисциплінарні курси та курси діяльності. А. Гінанджар визначає підприємницьку освіту як навчальний курс підприємництва, який пропонують університети та який викладає теорію та практику підприємництва [6]. Г. Бенсон обговорював методи навчання, порівнював симуляцію та емпіричну теорію, засновану на непередбачених обставинах, і запропонував, щоб підприємницька освіта формувала систему з власними характеристиками замість простого впровадження стандартних і звичайних методів навчання [1].

Методи навчання у підприємницькій освіті є не статичними, а динамічними та можуть змінюватися з постійним використанням соціальних медіа як частини навчального досвіду [2]. В. Раттен і П. Усманідж стверджують, що підприємницька освіта – це навчання на основі досвіду, яке має бути включене в освітню програму з ключовими навчальними цілями, щоб збільшити залучення студентів, і що необхідний гібридний підхід до навчання, наприклад тематичні дослідження та конкурси бізнес-планів [10]. Х. Нек і П. Грін вважають, що підприємництво – це спосіб мислення та поведінки, а курси підприємництва, на відміну від інших теоретичних курсів, потребують застосування практики у змісті курсу, наприклад, проведення конкурсів, імітація підприємництва та рефлексивна практика. На цій основі підприємницька освіта в університетах поділяється на три виміри: навчання підприємству, конкурс бізнес-планів і підтримка підприємницької практики [9].

Намір вважається важливим фактором у виборі майбутньої кар'єри [4]. Особливо коли йдеться про пояснення рішення розпочати новий бізнес, важливу роль відіграє підприємницький намір, спосіб мислення, який спрямовує увагу або дії людей на певну поведінку [3]. Відповідно до теорії запланованої поведінки, підприємницький намір людини є функцією її позитивного ставлення, сприятливих суб'єктивних норм і позитивного усвідомленого поведінкового контролю для підприємницької поведінки. За словами А. Гінанджара, мета навчання підприємству полягає в тому, щоб надати студентам здатність розуміти підприємництво та практикувати його, а також спричинити зміни у ставленні, нормах і поведінці [6].

Розвиток підприємницького потенціалу – це процес навчання студентів підприємницькій діяльності, який передбачає виявлення життєздатних можливостей для бізнесу та перетворення їх на успішні комерційні підприємства [8].

Таблиця 2

Освітньо-професійні програми ЗВО України, метою яких є розвиток власного бізнесу та інноваційного підприємництва

№	ОПП	Спеціальність	Особливості	ЗВО
1.	Інноваційне підприємництво та управління Startup проектами	076 Підприємництво та торгівля	Програма націлена на розвиток інноваційного підприємництва, індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів та отримання ними навичок комерціалізації власних стартап проектів, запитів бізнесу шляхом інтеграції практико-орієнтованого підходу в навчання, міжнародної проектної та наукової діяльності.	Київський національний університет технологій та дизайну
2.	Інновації та підприємництво	073 Менеджмент	Програма націлена на розвиток системних знань та навичок для управління та вдосконалення власного бізнесу в будь-якій сфері. Програма розрахована для підприємців, фокусом яких є пошук виграних бізнес-моделей, структурування власних компаній, вдосконалення та побудова процесу створення інновацій в різних сферах.	ВНЗ «Український католицький університет»
3.	Інноваційне підприємництво і цифрове лідерство	076 Підприємництво та торгівля	Структура програми передбачає динамічне, інтегроване та інтерактивне оволодіння сучасними методами, технологіями та інструментами підприємництва, креативності, лідерства; розробки, обґрунтування та реалізації проектів у сфері підприємництва і торгівлі на стратегічному та оперативному рівні; опанування знань та навичок щодо глобального конкурентного лідерства, диджитал-підприємництва та цифрових бізнес-моделей, дизайн-мислення та розвитку креативності, бізнес-аналітики для підприємця, менеджменту комерційної діяльності та стратегічного менеджменту.	Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Джерело: систематизовано авторами

Відтак, аналізуючи вчення зарубіжних науковців, а також підтримуючи думку [9], щодо розвитку підприємницької освіти в Університетах в трьох напрямках та провівши аналіз освітніх програм закладів вищої освіти України, що направлені на здобуття навичок розвитку власного бізнесу у здобувачів на другому

(магістерському) рівні вищої освіти (табл. 2), можна підсумувати, що в закладах вищої освіти України недостатньо освітньо-професійних програм, зокрема для здобувачів другого (магістерського) рівня, які б формували симбіоз компетентностей щодо організації власного бізнесу, розвитку інноваційного мислення у студентів та проводили конкурси щодо кращих бізнес-планів, стартап проєктів тим самим розвиваючи підприємницький потенціал у здобувачів вищої освіти.

#### Список літератури

1. Benson, H. (2004). Entrepreneurship education: toward a model of contingency-based business planning. *Acad. Manage. Learn. Educ.* 3, 258–273. doi: 10.5465/amle.2004.14242112
2. Chawinga, W. D. (2017). Taking social media to a University classroom: teaching and learning using Twitter and blogs. *Int. J. Educ. Technol. High. Educ.* 14, 1–19. doi: 10.1186/s41239-017-0041-6
3. Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., and Ratten, V. (2017). “The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions,” in *Entrepreneurial Universities* (Cham: Springer), 19–34. doi: 10.1007/978-3-319-47949-1\_2
4. Franco, M., Haase, H., and Lautenschläger, A. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Educ. Train.* 52, 260–275. doi: 10.1108/00400911011050945
5. Global Entrepreneurship and Development Institute. Режим доступу : <http://thegedi.org/>
6. Ginanjar, A. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention on entrepreneurship behavior: a case study. *Atlantis Press* 8, 683–686. doi: 10.2991/gcbme-16.2016.129
7. Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepr. Theory Pract.* 29, 577–597. doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x
8. Matlay, H., Iacobucci, D., and Micozzi, A. (2012). Entrepreneurship education in Italian universities: trend, situation and opportunities. *Work. Pap.* 54, 673–696. doi: 10.1108/00400911211274828
9. Neck, H. M., and Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *J. Small Bus. Manage.* 49, 55–70. doi: 10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x
10. Ratten, V., and Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: time for a change in research direction? *Int. J. Manage. Educ.* 19:100367. doi: 10.1016/j.ijme.2020.100367

УДК 334.01

М. Шкода, М. Мудрий М.

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ПАРТНЕРСТВО ОСВІТИ, НАУКИ, ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ ЯК ПРЕДИКТОР РОЗВИТКУ КРОСС-КЛАСТЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Партнерська взаємодія має характер обміну досвідом, ідеями, почуттями, настроями, матеріальними носіями результатів діяльності. Будь-який обмін, якщо він влаштовує обидві сторони, потребує зворотного відгуку (відповіді), зокрема процес взаємодії в якому партнери проявляють здатність включатися в різноманітні суб'єкт-суб'єктні зв'язки, адекватно визначати цілі спільних дій та конструктивно їх досягати, набуває ознак партнерської взаємодії [1].

Меморандум про партнерство між Маріупольським державним університетом та Arricano Real Estate Plc, керуючою компанією і девелопером торговельно-розважальних центрів, заснований саме на ознаках партнерської взаємодії. Співпраця освіти та бізнесу дуже важлива, тому що вона дає можливість заохочувати обмін та спільне використання знань, сприяє інноваціям, підприємництву і творчості, допомагає випускникам здобути правильні навички, необхідні на ринку праці [2].

У світовій практиці участі роботодавців у вихованні майбутніх спеціалістів приділяється увага партнерській взаємодії за системою STEAM (Наука, Технології, Інженерія, Мистецтво та Математика). Ця система випробувана та впроваджена на рівні шкільної освіти. За 10 років співпраці зі школами продукти компанії Google перетворилися з цікавої можливості на основну методику пошуку американськими учнями потрібної інформації. Компанія змінила філософію державної освіти, зробивши пріоритетом навчання дітей вирішення ними проблем і роботу в команді – саме цих навичок потребує майбутня професія, якщо нинішні школярі оберуть ІТ-сферу.

Головні переваги взаємодії бізнесу і шкіл: учні отримують практичні сучасні знання від топових спеціалістів-практиків; школярі відчувають безпосередній зв'язок із технологіями та вплив на інновації; діти можуть ще в школі опанувати загальний курс програмування та обрати спеціалізацію; змалечку формується довіра, впізнаваність та лояльність до компанії, яка долучилася до освітньої програми ІТ-компанії отримують потенційних клієнтів і партнерів у майбутньому; підготовка кваліфікованих ІТ-спеціалістів, сильний кадровий голод яких спостерігається у світі.

Успішним впровадженням партнерської взаємодії освіти, науки, держави та бізнесу є діяльність «ЛЬВІВСЬКОГО ІТ КЛАСТЕРА», яка полягає у створенні сприятливих умов для ведення бізнесу через покращення якості освіти, розвиток талантів, різносторонню підтримку тех-компаній та адвокацію інтересів індустрії. Проект IT Expert – одна з найважливіших освітніх ініціатив «ЛЬВІВСЬКОГО ІТ КЛАСТЕРА». Завдяки співпраці університетів та ІТ-компаній Львова створюються та постійно модернізуються інноваційні бакалаврські програми в сфері ІТ. Сучасні освітні програми дають змогу готувати випускників, які не потребують додаткового навчання при працевлаштуванні [3].

Міністерство освіти і науки України та «ЛЬВІВСЬКИЙ ІТ КЛАСТЕР», виходячи з принципів партнерської взаємодії, підписали Меморандум про співпрацю у таких напрямках:

- розроблення нових навчальних програм у сфері ІТ (і оновлення наявних);
- можливості для студентів із проходження практики у провідних ІТ-компаніях;
- запуск Дослідного центру для студентів інженерних спеціальностей у Львові.

Створення «ЛЬВІВСЬКИМ ІТ КЛАСТЕРОМ», за підтримки Міністерства освіти і науки України, Дослідного центру для студентів інженерних спеціальностей надасть унікальну можливість студентам та науковцям не тільки здобувати додаткові знання, але й працювати над власними проектами та стартапами. Для цього будуть облаштовані сучасні лабораторії для міжсекторальних досліджень та простори для лекцій і майстер-класів.

Проект USA-Growth – «Зростання спроможності кластерів УКА», розпочатий з початку 2023 року ГО «Український кластерний альянс», спрямований на зміцнення кросс-кластерної взаємодії та просування кластерних ініціатив. Одним з головних завдань проекту є навчання кластерів адаптуватися під міжнародні ринки задля допомоги компаніям – учасникам експортувати продукцію та послуги за межі України. Виконання завдання реалізуватиметься за принципами партнерської взаємодії освіти, науки та бізнесу.

ГО «Український кластерний альянс» щорічно в форматі конференції за участі співорганізаторів: Асоціації «Підприємств промислової автоматизації України» та Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» збирає представників закладів вищої освіти для розмови про співпрацю з бізнесом. Головними темами дискусій є підготовка кадрів, інновації, розвиток інноваційних екосистем.

У період з 2018 по 2021 роки Асоціація «Підприємств промислової автоматизації України» реалізовувало концепцію зміцнення регіональних та галузевих інноваційних екосистем через створення наукових центрів при провідних університетах Одеси, Харкова, Києва.

ГО «Український кластерний альянс» окреслила головну причину для кросс-кластерної взаємодії з освітніми закладами – зростаючий дефіцит кваліфікованих кадрів. Другою причиною є дисбаланси в загальній системі ЗВО, її неспроможність відповідати ринковим запитам.

Виклики, які мають бути вирішені через партнерську взаємодію наступні. Прискорення переходу традиційних галузей на нові технології та стандарти. Більшість МСП у традиційних промислових секторах, енергетиці, інфраструктурі, нафтогазі за рівнем проникнення більшості сучасних цифрових технологій значно поступаються розвинутим країнам.

Досвід ГО «Український кластерний альянс» розвитку наукових центрів показав, що без державної та донорської підтримки надати гідну відповідь викликам сучасної просвіти новим технологіям буде складно. Саме партнерська взаємодія освіти, науки, держави та бізнесу стимулюватиме кросс-кластерну взаємодію щодо утворення релевантних інституцій, які системно та кваліфіковано забезпечать впровадження цифрових технологій в промисловості. Такими інституціями мають стати навчальні центри, мережі незалежних експертів, спеціалізовані галузеві інституції, які беруть на себе відповідальність за технології та стандарти.

#### Список літератури.

1. Коханова О. Психологія партнерської взаємодії в освіті: навчально-методичний посібник. Київ: Вид-во ПП Щербатих О.В. 2011. 104 с.
2. Arricano уклала меморандум про партнерство з Маріупольським державним університетом URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/919511.html>
3. Проект, що об'єднує ІТ-фахівців URL: <https://itcluster.lviv.ua/projects/it-expert/>

## ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КЛАСТЕРООБ'ЄДНАНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ФАКТОРИ

Незважаючи на кризові явища у світовій економіці, важливість розвитку інновацій і наукоємних технологій лише посилюється рік у рік. Ще у 2009 р. у розроблених ОЕСР стратегічних рекомендаціях приділялася увага не тільки загальним заходам якнайшвидшої стабілізації економіки, а й розвитку інновацій та збільшення інвестицій в людський капітал як найважливіші фактори сталого зростання в довгостроковій перспективі.

У сучасному світі існує тенденція до взаємодії та об'єднання зусиль і ресурсів різних підприємств з метою підтримки та посилення їх конкурентоспроможності, що зумовлює взаємозалежність економічних суб'єктів. В той же час, в останні два десятиліття підприємства різних типів у галузі взаємодії мають схильність до формування гнучких структур, що передбачають рівноправне об'єднання та поєднання підприємств спільним цілям і завданням із господарською самостійністю всіх учасників.

Найбільш поширеною на сучасному етапі розвитку структурою є кластер.

Феномен утворення кластерів пов'язаний із зміною парадигми, адаптацією до умов глобалізації, і навіть різко збільшеним динамізмом середовища, тобто, економічний світ, переходить до нового, мережного порядку функціонального синтезу ієрархічного та ринкового, а світова економіка та всі її підсистеми стратифікуються до кластерно-мережових структур – набагато гнучкіших, ніж модель ієрархії, і одночасно більш інтегрованих, ніж традиційна модель ринку [1].

Очевидно, що кластери поступово стануть головною структуротворчою ланкою світового ринкового простору, виконуючи ту об'єднуючу роль, яку раніше виконували галузі [5]. Одним із інноваційних інструментів, що забезпечують високу динаміку розвитку економіки, виступає державна кластерна політика. Економічна сутність цієї політики полягає в оптимізації співвідношення результатів та витрат, що виникають у процесі функціонування економічних систем національного та регіонального рівнів. Тут найбільшу роль відіграє інноваційним тип розвитку кластерооб'єднаних підприємств, які є важливими структурним елементом як національної інноваційної системи. Наявність інноваційно-орієнтованих кластерів позитивно впливає на рівень його інвестиційної привабливості.

Це досягається сукупністю керуючих впливів системи управління кластерною освітою на різні сфери діяльності учасників кластеру. Насамперед на сфери наукової, конструкторсько-технологічної та організаційної підготовки створення технологічних інновацій, сферу виробництва та просування на ринок продуктивних інновацій. Створення інноваційно-орієнтованих кластерних структур вимагає відповідного підбору складу учасників, включаючи виробничі підприємства, наукові та освітні установи, постачальників ресурсів, споживачів інновацій, фінансово-кредитні структури тощо.

Поняття «кластер» уперше ввів у економічну науку М. Портер, американський науковець та діючий професор кафедри ділового адміністрування Гарвардської школи бізнесу. Проаналізувавши конкурентні можливості понад 100 галузей в десятках країнах, М. Портер дійшов висновку, що найбільш конкурентоспроможні транснаціональні компанії зазвичай не розкидані безсистемно по різних країнах, а мають тенденцію концентруватися в одній, а іноді навіть у одному регіоні країни. Пояснення цього явища таке: одне або кілька підприємств, досягаючи конкурентоспроможності на світовому ринку, розширюють свій позитивний вплив на найближче оточення: постачальників, споживачів та конкурентів. А успіхи оточення, у свою чергу, надають вплив на подальше зростання конкурентоспроможності даної компанії. В результаті такої взаємовигідної співпраці формується «кластер» - співтовариство підприємств, фірм, організацій, тісно пов'язаних галузей, що взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного. М. Портер визначає кластер як групу географічно сусідніх взаємопов'язаних підприємств та пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері, характеризуються спільною діяльністю та взаємодоповнюють один одного, що відносить його до представників «Кластерної теорії» [11].

Середовище кластера, як і будь-якого іншого об'єднання підприємств, поділяється на виробничу, кадрову, фінансову, маркетингову тощо.

Інноваційне середовище формує культуру інноваційної діяльності в кластері як складову загальної організаційної культури. Для її цілеспрямованого розвитку загальна стратегія розвитку кластера повинна включати зрозумілі цілі та завдання, що охоплюють методи і форми активізації інноваційної діяльності, структуру управління, технології та форми взаємодії під час вирішення цих завдань. Формування та розвиток інноваційного середовища потребує наявності умов, серед яких виділяють:

- наявність джерел нових знань;
- наявність структур, що перетворюють нове знання в інновації;
- наявність структур, що забезпечують комерціалізацію інновацій;
- наявність ринку, на якому інновація реалізується;
- наявність кадрів для реалізації всіх етапів інноваційного процесу;

- наявність взаємозв'язків та інфраструктури забезпечення інноваційних процесів.

В контексті пошуку інновацій українського походження в кластерах, координаторами руху «Індустрія 4.0 в Україні» було виділено промислові екосистеми з тим, що пропонує сьогодні ІТ-галузь, яка найближче стоїть до Індустрії 4.0.

Згідно цих даних, ситуація в екосистемі Індустрії 4.0 виглядає не дуже привабливо. Більш критична оцінка, – в більшості секторів вона є драматичною, особливо, коли розглядати конкретну галузь. Єдиним «живим» та чисельним елементом є десятки технічних університетів (таблиця 1).

Таблиця 1

### Промислові екосистеми в Україні

Елемент екосистеми	Кількість в «чистій» ІТ-галузі (ВЗС)	Кількість в промислових хайтек	Приклади, коментарі
<b>А. Зона управління інноваціями</b>			
Кластери	20	4	АГПІАУ + 3 аерокосмічні кластери
Асоціації	8	N/A	Пром. асоціацій – багато, проблема в розумній активності
Державні інвестиційні Агенції	N/A	N/A	Всього – 11
Регіональні центри розвитку	N/A	1	Агентство розвитку Дніпра
<b>В. Зона інновацій</b>			
Стартапи	(300–500 щороку) 2000 (всього)+	N/A	
Університети	208	Близько 30	Вказані ті, хто активний
Центри R&D	100	N/A	Хороший приклад КБ «Південне»
НДІ	N/A	N/A	110+
Центри експертизи	N/A	4	Центри Індустрії 4.0
<b>С. Зона інкубації</b>			
Інкубатори	Не менше 8	1	Sikorsky Challenge
Акселератори		0	
HUBs	50	N/A	Unit city, HUB 4.0, Platforma та інші
Венчурні фонди	19	2–3	Noosphera, Sikorsky Challenge
Інші фонди	9	1	Фонд винахідництва ДІФКУ
<b>Д. Зона тестування</b>			
Технопарки	4	0	Unit city
Індустріальні парки	–	1	Біла Церква
Центри прикладної (галузевої) експертизи	N/A	N/A	
Лабораторії R&D та тестування	ті ж 100 центрів R&D	N/A	

Джерело: за даними [12]

На основі вищесказаного запропоновано наступне визначення поняття «інноваційний розвиток кластерооб'єднаних підприємств» - це форма взаємодії організацій, що об'єднує організації різних секторів економіки, розташовані на конкретній території та що стосуються як традиційних, так і нових, але вже існуючих тривалий період часу галузей промисловості, на основі принципів функціонування кластера як форми взаємодії організацій, що має на меті зростання інноваційної активності, що входять до неї склад організацій, реалізацію спільних інноваційних проектів та зростання конкурентоспроможності як окремих організацій-учасників, так і галузі промисловості кластеру загалом.

#### Список літератури:

1. Arbia G. Modelling the geography of economic activities on a continuous space // Papers in Regional Science. 2001. Vol. 80.-P.411-424.
2. Audretsch D.B., Feldmann M.P. Innovative Clusters and the Industry Life Cycle// Review of Industrial Organization, 1996.-256 p.
4. Dunford M. Theorising regional economic performance and the changing territorial division of labour, at the Forum de la regulation. - Paris, 2003. Vol. 37.8. - P. 839-854.
5. Enright M. J. Regional clusters and economic development: a research agenda. - Boston: Harvard Business School, 1993.-756 p.
6. Enright M. Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda // Staber, U., Schaefer, N. and Sharma, B., (Eds.) Business Networks: Prospects for Regional Development. – Berlin: Walter de Gruyter, 1996. – pp. 190 – 213
7. Enright M. Survey on Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper. Institute of Economic Policy and Business Strategy, Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000. - P.16.
8. Feser E.J., Sweeney S.H. Theory, methods, and a cross-metropolitan comparison of business clustering // P. McCann (Ed.) Industrial Location Economics. – Cheltenham. – 2002. – pp. 222 – 259.
9. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter, 1987.- 155p.
10. Ketels C. Recent research on competitiveness and clusters: what are the implications for regional policy?// Cambridge Journal of Regions, Economy and Society. – 2013 – 6. – P. 269–284.
11. Porter M. The Competitive Advantage of Nations - US: Free Press, 1998. - 592 с.
12. <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2018/11/19/%D1%96nnovac%D1%96jna-ekosistema-promislovix/>

УДК 339.138

О. Євсейцева, О. Мігалатій

kek@knutd.com.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ**

Інтеграція та ефективне використання інформаційних технологій в бізнесі стають надважливими для більшості сучасних підприємств. Сучасні зміни вимагають від компаній постійного адаптування та інновацій в сфері маркетингу, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти зростаючі очікування споживачів.

Автоматизація маркетингу є одним із ключових трендів у сучасному маркетингу. Цей підхід базується на використанні різноманітних програмних інструментів і технологій для автоматизації рутинних завдань та процесів у маркетингу з метою підвищення ефективності та точності маркетингових дій.

Переваги автоматизації маркетингу включають підвищену продуктивність, зменшення помилок, кращий контроль над маркетинговими кампаніями і здатність ефективно взаємодіяти з великими обсягами даних. Цей підхід дозволяє маркетологам більше уваги приділяти стратегічним завданням та розробці творчих маркетингових ідей.

Ключовими векторами, використання ІТ-технологій в маркетингу є: цифровий маркетинг, аналітика і дані, персоналізація, маркетинг через мобільні пристрої, спільноти і взаємодія з клієнтами, інтернет речей (IoT), штучний інтелект.

Розглянемо ці ключові напрямки більш детально. Цифровий маркетинг. Інтернет і цифрові медіа стали ключовими платформами для маркетингу. Компанії активно використовують веб-сайти, соціальні мережі, контент-маркетинг, електронну комерцію, пошуковий маркетинг і різні онлайн-інструменти для роботи зі своєю аудиторією.

Аналітика і дані. За допомогою аналітики даних компанії можуть вимірювати ефективність своїх маркетингових кампаній, а також краще розуміти своїх клієнтів. Збір і аналіз даних допомагає налаштувати стратегії на основі конкретних даних.

Персоналізація. Споживачі очікують більш персоналізованого підходу до маркетингу. Компанії використовують дані та інсайти, щоб надавати індивідуально налаштовані послуги та рекомендації.

Маркетинг через мобільні пристрої. Зростання використання смартфонів дало змогу маркетологам досягати аудиторії через мобільні додатки, текстові повідомлення та інші мобільні канали.

Спільноти і взаємодія з клієнтами. Соціальні мережі стали місцем для взаємодії з клієнтами, отримання відгуків та ведення діалогу. Спільноти і форуми дозволяють клієнтам обговорювати продукти та ділитися думками.

Інтернет речей (IoT). Розширення Інтернету речей відкриває нові можливості для збору даних і взаємодії з клієнтами через підключені пристрої.

Штучний інтелект. Використання штучного інтелекту допомагає у виборі стратегій маркетингу, автоматизації завдань і підвищенні точності прогнозів.

Маркетингове програмне забезпечення (Marketing Software) розробляється з метою покращення ефективності та продуктивності маркетингових дій.

Порівнюючи функції маркетингового програмного забезпечення (2006 основних продуктів на ринку Marketing Software): простоту використання, обслуговування клієнтів, доступні інтеграції та мобільну сумісність було створено список найкращого програмного забезпечення для маркетингу[1]:

- [Маркетинг HubSpot](#)
- [monday.com](#)
- [SEMrush](#)
- [Mailpost Marketing Cloud](#)
- [Mayple](#)
- [Opto](#)
- [Omnisend](#)
- [Unbounce](#)
- [SplitMetrics](#)
- [EngageBay](#)
- [Messente](#)

Окремим напрямком автоматизації маркетингу є CRM системи — це програмне забезпечення для управління відносинами з клієнтами (customer relationship management software). Допомагає вести базу клієнтів, збільшувати об'єм продажів та аналізувати ефективність маркетингу та інше.

До рейтингу кращих CRM систем, які можуть вести історію клієнтів в єдиному інтерфейсі, відстежувати позицію клієнта на етапах воронки продажів, полегшувати комунікацію з клієнтами та лідами за допомогою інструментів онлайн-маркетингу увійшли [2]:

- OneBox CRM
- Creatio CRM
- Wrike
- monday.com
- Zoho CRM
- Nutshell
- ClickUp
- Odo CRM
- Salesforce Sales Cloud
- Dynamics 365 Sales
- Key CRM
- MASTER:CRM
- User.com
- Snovio
- Zoho CRM Plus

Розглянемо OneBox OS - це платформа з понад 300 програм та додатків: CRM система, ERP система, побудова бізнес-процесів, телефонія, складський та товарний облік, електронний документообіг. Це великий програмний продукт, в якому користувач сам вирішує які програми встановлювати та використовувати, також користувач може сам створювати свої програми [2].

Після реєстрації на сайті, користувач може створити необмежену кількість хмарних боксів (environment), всередині кожного боксу може поставити будь-які програми (apps) і призначити доступ до них різним користувачам. Кожну програму можна налаштовувати та програмувати під себе. Користувач може самостійно вивчити OneBox OS за документацією та курсами, самостійно налаштувати систему без знання коду [2].

OneBox OS може виконувати такі функції [2]:

- Контролювати пропущені дзвінки та передзвони.
- Збирати всю пошту до бази контактів.
- Сегментувати основу контактів.
- Виконувати тригерні та масові розсилки за розкладом.
- Ловити замовлення в пошті та надсилати їх співробітникам.
- Масово надсилати SMS.
- Вгадувати email відвідувачів сайту.
- Роздавати клієнтам бонуси за покупки.
- Надсилати клієнтам промокоди.
- Підраховувати прибуток бізнесу.
- Відстежувати геолокацію співробітників та техніки.
- Порівнювати співробітників за кількістю дій та ефективності.
- Перекладати розмови в хмари тегів.
- Самостійно дзвонити клієнтам.
- Отримувати нових клієнтів з Facebook та Instagram.
- Вітати основних контактів із днем народження.
- Дякувати клієнтам про оплати.
- Нагадувати клієнтам про борги та прострочені оплати.
- Автоматично наймати співробітників та стажувати новачків.
- Автоматично звільняти працівників.
- Формувати нагадування працівникам.
- Follow up процес на замовлення.
- Особистий кабінет для клієнтів.
- Виписувати рахунки та документи.
- Керувати організаційною структурою підприємства.
- Видавати та забирати доступи.
- Збирати всі файли.
- Обробляти прайс-листи.

Отже, маркетингове програмне забезпечення дозволяє аналізувати та відстежувати результати маркетингових кампаній, включаючи відвідуваність веб-сайту, конверсію, показники відкриття та взаємодії з електронною поштою, а також інші метрики. Також, маркетингове програмне забезпечення надає можливості створювати та відправляти персоналізовані електронні листи та інші повідомлення аудиторії, використовуючи автоматизовані інструменти.



Маркетингові системи допомагають обробляти та публікувати контент на соціальних медіа, планувати кампанії та відстежувати реакції аудиторії. Створювати, редагувати та публікувати контент на вашому веб-сайті та інших онлайн-платформах.

Вбудовані CRM-системи дозволяють збирати та управляти даними про клієнтів, відстежувати їхні інтереси та історію взаємодії.

Маркетингове програмне забезпечення надає можливість автоматизувати багато рутинних завдань, таких як розсилка листів, реагування на запити клієнтів і навіть налаштування кампаній на основі поведінки користувачів.

Деякі системи пропонують інструменти для оптимізації онлайн-реклами, включаючи рекламні кампанії в пошукових системах та соціальних медіа. А також надають можливість відстежувати активність та стратегії конкурентів на ринку.

Всі ці можливості, яке надає маркетингове програмне забезпечення дозволяють підприємствам налаштовувати та виконувати маркетингові кампанії, спрямовані на досягнення конкретних цілей та взаємодію з аудиторією більш ефективно.

#### Список літератури

1. <https://businessyield.com/uk/marketing/marketing-software/?currency=AED>
2. <https://ratelist.top/r/12>
3. Васильцова А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу. DOI: 10.20998/2519-4461.2022.3.29C.O.
4. Марусей Т.В. Використання інформаційних технологій в системі управління маркетингом на сучасному підприємстві. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/46shistnadtsyatavseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/>

УДК 339.138

Є.В. Хаустова, В.В. Марциновський

[g.haystova@gmail.com](mailto:g.haystova@gmail.com), [kek@knutd.edu.ua](mailto:kek@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНІ МОДЕЛІ КОМПЛЕКСУ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРОГРАМИ СУЧАСНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ОСВІТИ

В епоху цифрових технологій з метою підтримання високого рівня маркетингової освіти критично важливим є відстеження результатів останніх досліджень, наукових розвідок.

Значну увагу нами рекомендується приділяти дослідженню та систематизації теоретико-методологічних і прикладних аспектів, що стосуються наявних концепцій (моделей) опорних елементів маркетингового планування у межах комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (КІМК). На особливу увагу заслуговують так звані «клієнтоцентричні» моделі КІМК.

Критики класичних «Р-концепцій» в теорії КІМК зазначають, що наповнення кожного традиційного опорного елемента маркетингового планування («Product», «Price», «Place», «Promotion») в епоху цифрових технологій не відповідає поточному стану речей, а отже згадані «Р-концепції» не мають майбутнього і їх необхідно замінити на альтернативні.

Зауваження, висловлені критиками, мають сенс. Разом з тим, у попередніх дослідженнях нами обґрунтовано саме модель «5Р» («Product», «Price», «Place», «Promotion», «People») – але з глибокою трансформацією трактування всіх складових – як таку, що відповідає сучасному розумінню комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

«Комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій» (КІМК) – це всі складові опорних елементів маркетингового планування («5Р»: «Product», «Price», «Place», «Promotion», «People»), що використовуються скоординовано у межах єдиної стратегії при просуванні певного товару чи послуги. КІМК застосовується для досягнення комунікаційної ефективності, метою якої в свою чергу є максимальне підвищення економічної ефективності. Складові елементи КІМК є комунікаційними за своєю суттю, але кінцевою метою застосування КІМК є досягнення максимальної економічної ефективності діяльності організації. КІМК передбачає оптимальне поєднання всіх окремих складових з метою досягнення синергетичного ефекту і забезпечення максимального впливу на цільову аудиторію відповідно до поставлених цілей та наявних ресурсів» [7, с. 83].

Утім, аргументи авторів альтернативних концепцій КІМК виглядають обґрунтованими, ці концепції мають значну кількість прибічників, особливо в країнах Європи та Північної Америки, тому вважаємо за необхідне включати інформацію про них їх у сучасні програми маркетингової освіти.

У 1998 році у журналі Harvard Business Review вийшла стаття Б. Пайна II і Дж. Гілмора «Ласкаво просимо до економіки досвіду». Автори цієї публікації запропонували не більше і не менше – нову економічну пропозицію – досвід (на додачу до традиційних економічних пропозицій: товару та послуг).

«Економісти зазвичай об'єднують досвід із послугами, але досвід – це окрема економічна пропозиція, яка відрізняється від послуг так само, як послуги від товарів. ... Відтепер провідні компанії – незалежно від того, продають вони споживачам чи підприємствам – побачать, що наступне конкурентне поле битви лежить у створенні досвіду» [3].

Майбутню економіку Б. Пайн II і Дж. Гілмор назвали «економікою досвіду» («Experience Economy»), а в центрі цієї економіки – споживач, оскільки саме він в умовах перенасиченості ринків буде обирати той або інший досвід.

Як зазначалося раніше, у своїй статті Б. Пайн II і Дж. Гілмор фактично випередили час, адже вже зараз існують ринки, на яких споживачі витрачають мільярди доларів на досвід, який вони отримують у соцмережах, метавесвітах тощо [7, с. 87].

Роботи Б. Пайна II і Дж. Гілмора дуже корелюють з маркетинговими концепціями, в яких, на відміну від класичних, не вже наявний товар чи послуга просуваються до споживача, а споживач вирішує, який саме досвід він хоче придбати, і прагнення цього досвіду запускає запит на ті чи інші товари та послуги.

Найбільш відомими «клієнтоцентричними» маркетинговими концепціями є «4C» (запропонована Б. Лотерборном у 1990 році), «SIVA» (запропонована К. Девом і Д. Шульцом у 2005 році), «4A» (запропонована Дж. Шетом і Р. Сісодією в 2012 році), «4E» (запропонована Б. Фетерстонхо, CEO OgilvyOne Worldwide у 2016 році).

**Модель «4C».** Одна з найперших «альтернативних» «не-Р-концепцій», у якій фокус зміщено з продавця на споживача, була запропонована Б. Лотерборном у 1990 році [1]. Автор у ній заявив, що «4P» – мертві і «сучасним маркетологам необхідно вирішувати справжні проблеми».

Елементами запропонованої Б. Лотерборном моделі «4C» є:

1. «Customer needs and wants» – потреби та бажання споживача;
2. «Cost to satisfy» – витрати, які потрібні задовольняти споживача;
3. «Convenience» – зручність покупки;
4. «Communication» – комунікації, інформаційний обмін.

**Модель «SIVA».** Ця модель була запропонована К. Девом і Д. Шульцом у журналі в 2005 році [4, 6]. Це, по суті, та сама модель «4P», тільки зі «зворотного» боку – ніби очима покупця. У цій моделі кожному з елементів класичної формули «4P» ставиться у відповідність елемент моделі «SIVA»:

- Solution («рішення» на відміну від класичного «продукту»);
- Information (інформація замість класичного «просування»);
- Value (цінність замість класичного «ціни»);
- Access (доступність замість класичного «місця»).

**Модель «4A».** Модель «4A» була запропонована професором Дж. Шетом і доктором Р. Сісодією на основі маркетингової системи, яку довгий час використовувала на практиці компанія The Coca-Cola Company [5]. Ця модель є клієнтоорієнтованою та базується на чотирьох елементах, які є найбільш важливими для задоволення споживачів. Автори моделі «4A» відзначають, що вона фактично доповнює модель «4P» зі «зворотного» боку.

Модель «4A» складається з таких опорних елементів маркетингового планування: «Acceptability» (прийнятність), «Affordability» (доступність), «Accessibility» (наявність), «Awareness» (обізнаність).

**Модель «4E».** Запропонована CEO OgilvyOne Worldwide Б. Фетерстонхо у 2016 році концепція «4E» стає все більш розповсюдженою в США та на інших розвинених ринках. Ця модель концептуально ґрунтується на результатах досліджень Б. Пайна II і Дж. Гілмора [3]. Її популярності та швидкому розповсюдженню сприяє той факт, що її було запропоновано авторитетним практиком та перевірено на практиці в роботі найбільш глобального комунікаційного агентства в світі.

У цій моделі Б. Фетерстонхо запропонував таку трансформацію [2]:

- «Product» → «Experience» (від «продукту» до «досвіду»);
- «Place» → «Everyplace» (від «місця» до «всюдимісця»);
- «Price» → «Exchange» (від «ціни» до «обміну»);
- «Promotion» → «Evangelism+Engagement» (від «просування» до «свангелізму та залучення»).

Теоретична база визначення та практична складова концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій) перебуває в процесі змін і вдосконалення, що супроводжується постійними науковими дискусіями. В епоху цифрових технологій регулярно з'являються нові концепції, що лише підтверджує важливість питання та необхідність включення зазначених альтернативних концепцій до програм сучасної маркетингової освіти.

### Список літератури

1. Beebe M. Introducing the 4C Marketing Model and why you should follow it. 25.10.2019 <https://stevens-tate.com/articles/introducing-the-4c-marketing-model-and-why-you-should-follow-it> (дата звернення: 10.04.2023).
2. Daly D. Experiential Marketing: 4 Es to Future-proof Your Strategy. 18.05.2020 <https://blog.hurree.co/experiential-marketing-4-es> (дата звернення: 10.04.2023).
3. Pine II B.J., Gilmore J.H. Welcome to the Experience Economy. From the Magazine (July–August 1998) // Harvard Business Review. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата звернення: 10.04.2023).

4. SIVA – The new marketing mix. <https://mvmm.com.au/siva-the-new-marketing-mix> (дата звернення: 10.04.2023).

5. The 4 A model of Marketing. 20.08.2022 <https://www.onlinemanipal.com/blogs/4-as-of-marketing> (дата звернення: 10.04.2023).

6. What is SIVA Marketing Model? <https://www.tutorialspoint.com/what-is-siva-model-of-marketing> (дата звернення: 10.04.2023).

7. Марциновський В.В. Огляд найбільш поширених концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій. Формування ринкових відносин в Україні. 2023. №5. С. 82-92.

УДК [659.113.7+ 659.442]: 659.127.41

О.В. Чернявська, Б. Колесник

kek@knutd.com.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІДЖИТАЛ РЕКЛАМИ У МЕРЕЖІ FACEBOOK В РАМКАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ БРЕНДУ**

Інформаційні кампанії в соціальних мережах стали особливо актуальними завдяки можливості швидко і недорого охопити мільйони людей. Онлайн-кампанії зазвичай поширюються у вигляді оголошень на сайтах соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, TikTok, Twitter (менш популярний в Україні, але також вартий уваги), YouTube та LinkedIn, або за допомогою оголошень, розміщених на веб-сайтах чи в пошукових системах. Розповсюдженість та універсальність соціальних мереж дозволяє організаціям охопити обрану цільову аудиторію та, використовуючи відповідні маркетингові та комунікаційні інструменти, не лише донести інформацію, але й налагодити стосунки з клієнтами, налагодити діалог та запропонувати продукти чи послуги, які найкраще відповідають їхнім індивідуальним та постійно мінливим потребам. Відомо, що майже 50% населення земної кулі користується соціальними мережами – це понад 3 мільярди користувачів по всьому світу [3]. Кожен користувач витрачає в середньому 2 години та 25 хвилини на соціальні мережі та обмін повідомленнями. Через новизну та динамічність предмета дослідникам складно визначитися із єдиним підходом. Дослідники можуть по-різному оцінювати та інтерпретувати фактори, що впливають на ефективність рекламних кампаній у соціальних мережах. Звідси виникає питання: як проаналізувати результати та ефективність національної діджитал кампанії на Facebook відносно маркетингових комунікацій та бренд-менеджменту? Це питання потребує дослідження.

Практики, експерти та академічні дослідники часто по-різному розуміють значення рекламного впливу та способи його вимірювання. Існують різні способи оцінки результатів діджитал кампаній, які відрізняються за складністю, надійністю та призначенням. Науково обґрунтовані оцінки впливу є ідеальним інструментом для вимірювання "кількісного" впливу конкретної діяльності на чітко визначену цільову групу. Вони допомагають дати відповідь на питання, що було би, якби втручання рекламодавця не відбулося. Цей підхід, який можна назвати експериментальним методом встановлення причинно-наслідкових зв'язків, вимагає проведення кількох раундів збору даних протягом певного часу та наявності групи порівняння [4].

Відсутність експериментальних досліджень онлайн-кампаній частково пояснюється складністю вимірювання впливу кампаній у соціальних мережах [6]. Зазвичай оцінка впливу починається з базового опитування групи, яка бере участь у проєкті, і групи, яка не бере участі, щоб зрозуміти, хто ці люди і як вони мислять до того, як вони потрапляють під вплив інформаційної кампанії. Потім, після отримання інформації, людей тестують (іноді одноразово, іноді повторно через кілька місяців), щоб з'ясувати, чи відбулися якісь зміни в їхньому ставленні, рівні поінформованості або запланованій поведінці. Однак перенесення цієї дослідницької схеми на кампанії в соціальних мережах, як правило, неможливе через те, як влаштовані рекламні платформи соціальних мереж.

Втручання у інформаційний простір (таке як діджитал кампанія) не завжди призводить до негайного, видимого впливу. Коли проводиться оцінка впливу, важливо окреслити логічний ланцюжок і визначити ключові вхідні дані, вихідні дані, результати та довгостроковий вплив. Результати та вплив кампанії може бути важко визначити та об'єктивно виміряти. Тому оцінка такого типу втручання має включати моніторинг ключових показників, результатів і наслідків. Кожну рекламну кампанію на Facebook можна виміряти за допомогою аналітики залучення (кількість переглядів, кліків, взаємодій із рекламою тощо), але одним із найкращих способів оцінити вплив на поведінку або ставлення цільової групи є онлайн-опитування.

Рекламний алгоритм Facebook ускладнює проведення рандомізованого контрольованого дослідження, оскільки він призводить до проблем з упередженістю відбору. Платформа Facebook оптимізує задану мету кампанії (наприклад, кліки або конверсії) і вибірково показує рекламу людям, які з більшою ймовірністю нагиснуть на неї. Це перешкоджає створенню справжнього випадкового розподілу впливу, а також робить так, що паралельні кампанії можуть показувати рекламу різним групам одночасно, що призводить до потенційних перехресних помилок. Проблема з упередженістю відбору має важливі наслідки і ускладнює контроль за

непостережуваними відмінностями між цільовими групами. Lewis та Rao [5, с. 1941] зазначають: "Ці упередження існують насамперед тому, що реклама не є випадковою за своєю суттю".

База користувачів Facebook не обов'язково є репрезентативною для населення країни, що є проблемою для проведення саме національної кампанії. Хоча Facebook може похвалитися вражаючою кількістю користувачів (більше ніж 2.5 мільярда), вони нерівномірно розподілені по країнам світу. Що стосується проникнення даної соціальної мережі в Україні, її обсяг – 16 млн користувачів [1]. Соціальна мережа Facebook також характеризується тим, що реклама на платформі дозволяє розширювати аудиторію традиційними засобами інтернет-маркетингу, в той час як для пов'язаного із рекламною платформою Instagram – соціальної мережі із більшим середнім ER (рівнем залученості), більшим охопленням мешканців України до 31 року, а також більшою кількістю та вагою «лідерів думок» [1] – засобів рекламної платформи недостатньо. При цьому загальна аудиторія Instagram в Україні всього на 1 млн менша (і цей розрив скорочується) і складає 15 млн користувачів, багато з яких також користуються Facebook. Люди, які користуються Facebook, також можуть відрізнитися від середньостатистичного громадянина певної країни залежно від доходу, освіти, знання мови тощо.

Науковці та дослідники медіа ринку намагаються знайти найкращий спосіб виміряти вплив та ефективність інтернет-реклами. Традиційні маркетингові дослідження спочатку покладалися на такі методи, як телефонні дзвінки для опитування вибірки людей щодо обізнаності та впізнаваності бренду або знання про конкретний продукт чи рекламну кампанію. З розвитком інтернету та соціальних мереж деякі фахівці у цій галузі перейшли до т.зв "перехоплюючих опитувань" – зазвичай це банер, який з'являється щоразу, коли користувач заходить на певний веб-сайт, і запрошує його взяти участь в онлайн-опитуванні. Однак дослідники висловлюють занепокоєння з приводу того, що цей метод призводить до втоми користувачів (надмірне використання призвело до того, що менше людей натискають на рекламу, в академічних джерелах докладно описується феномен "банерної сліпоты"), а також з приводу потенційного упередження у відповідях, яке виникає через проведення опитування на сторінці, де відображається реклама [2].

Хоча діджитал кампанії є відносно низьковитратними, частково завдяки економії на логістиці та витратах на персонал, за це рекламодавці "відплачують" високу ціну: їхні результати та вплив в контексті бренд-менеджменту не завжди піддаються чіткому вимірюванню – особливо без залучення дослідницьких організацій.

Існує необхідність проведення тестів в рамках національної кампанії бренду, які би відповіли на питання, чи існують докази того, що статичні зображення отримують значно менше залучення та охоплення, ніж відео. Серед інших гіпотез можна виділити таку, що соціальна мережа Facebook дозволяє із невеликим для міжнародного бренду бюджетом охопити достатньо широку аудиторію, але для ефективного таргетингу необхідні налаштовані аудиторії по базам даних клієнтів, в тому числі для просування публікацій у спільноті (на сторінці бренду). Хоча експеримент із таргетингом на держслужбовців та посадових осіб дозволив би, ймовірно, охопити достатню кількість цих категорій населення, зазвичай таргетинг інструментами Facebook без компоненту схожості аудиторії на існуючих клієнтів не є настільки ефективним. Ще одна гіпотеза для перевірки: реклама для лідів із застосуванням форми на Facebook може бути дуже ефективною та налаштовуватися за географічним принципом (що особливо корисно для локальних ініціатив та програм, направлених на окремі регіони, які постраждали від війни), але дані з лідів складно обробити через технічні та організаційні обмеження, що виникають. Реклама засобами соцмережі Facebook особливо корисна для іміджевих кампаній брендів, оскільки, на відміну від пошукової реклами в Google, рекламодавець не працює з попитом, а тому не потрібен підбір запитів із сформованим попитом. Також на відміну від пошукової, банерної та іншої діджитал реклами, у випадку із рекламою на Facebook у рекламодавця присутній постійний зворотній зв'язок із аудиторією завдяки реакціям та коментарям, які можна залишити до рекламних оголошень або публікацій у спільноті. Цей зворотній зв'язок також можна вважати одним із ефективних та дешевих методів А/В тестування, в той час як негативні, неконструктивні коментарі на Facebook можна легко приховувати або видаляти (на відміну від інших соціальних мереж, наприклад Twitter). В даному контексті також важливо пам'ятати про маніпуляції компанії Facebook із завищенням показників від відео кампаній, що було доведено у національному суді США.

Існує необхідність у проведенні дослідження, яке стало би першим кроком у більш широкому процесі вивчення ефективності діджитал кампаній, спрямованих на бренд-менеджмент у національному масштабі. Дослідження ефективності діджитал кампаній не повинно обмежуватися А/В-тестуванням; необхідно проводити подальші експерименти, в тому числі із аналізом даних, отриманих з API Facebook (програмних інструментів для більшої інтеграції сайтів та мобільних додатків з Facebook). Багатьом брендам для ширшого охоплення та кращого аналізу цільових груп слід також розглянути інші соціальні мережі і платформи, які стають все більш популярними серед молоді.

#### Список літератури

1. Facebook та Instagram в Україні [Електронний ресурс] // PlusOne. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://plusone.com.ua/>.
2. Gluck M. Best Practices for Conducting Online Ad Effectiveness Research. New York : Interactive Advertising Bureau, 2011.
3. Hootsuite. TikTok Hits 1 Billion Users – Faster Than Facebook [Електронний ресурс] / Hootsuite. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/>.

4. Impact Evaluation in Practice / Gertler P.J та ін. Washington, D.C. : The World Bank, 2016.
5. Lewis A., J.M Rao. The unfavorable economics of measuring the returns to advertising. The Quarterly Journal of Economics. 2015. Т. 130, № 4. С. 1941–1973.

УДК 339.138

Г.М. Квіта, І.І. Головачов

[kek@knutd.com.ua](mailto:kek@knutd.com.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ЗАСТОСУВАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ**

Хмарні технології представляють собою інноваційний підхід до розподілення обчислювальних ресурсів та надання послуг через Інтернет. Термін "хмара" використовується в метафоричному сенсі для уявлення цих обчислювальних ресурсів, які знаходяться на віддалених серверах і доступні користувачам через мережу.

Основна перевага хмарних технологій полягає в тому, що вони дозволяють користувачам отримувати доступ до обчислювальних ресурсів, програмного забезпечення і послуг без необхідності власного обладнання та інфраструктури. Це робить їх особливо зручними для бізнесу та індивідуальних користувачів, оскільки вони можуть спростити управління ІТ-ресурсами і зменшити витрати на обладнання та обслуговування.

Хмарні технології також надають можливість масштабувати обчислювальні ресурси в залежності від потреби, що дозволяє ефективно використовувати ресурси та підтримувати високий рівень доступності та надійності. Вони відкривають нові можливості для обчислювальних ресурсів та послуг, роблячи їх доступними, зручними та ефективними для різних сфер життя та бізнесу.

Кожен з цих типів хмарних рішень має свої переваги і недоліки, і вибір конкретної моделі належатиме від потреб і вимог організації. Багато організацій також використовують комбінацію цих моделей для найкращого використання хмарних ресурсів.

Існує три основні гравці у галузі хмарних обчислень, які мають найбільший вплив на ринок:

- Amazon Web Services (AWS). AWS є одним із перших гравців на ринку хмарних послуг і надавачем широкого спектру обчислювальних ресурсів, послуг штучного інтелекту, аналізу даних, інтернету речей (IoT) та багато інших. Вони володіють великою мережею дата-центрів по всьому світу та мають широкий набір інструментів для розробки та управління хмарними додатками.

- Microsoft Azure: Azure входить до сімейства продуктів Microsoft і пропонує широкий спектр хмарних послуг, зокрема обчислювальні ресурси, бази даних, інструменти розробки, аналіз даних та інше. Він інтегрований з екосистемою Microsoft, що робить його привабливим вибором для організацій, які вже використовують продукти Microsoft.

- Google Cloud Platform (GCP): GCP, як і два інших гіганти, пропонує широкий спектр хмарних послуг, включаючи обчислювальні ресурси, аналітику даних, штучний інтелект та багато інших. Google славиться своєю обізнаністю в області штучного інтелекту та аналізу даних, що робить GCP цікавим вибором для організацій, які фокусуються на цих технологіях.

Важливо зауважити, що ринок хмарних обчислень постійно зростає, і інші компанії також намагаються отримати свою частку у цій галузі. Якщо обирати хмарного провайдера, варто враховувати потреби бізнесу, технологічні особливості та інші чинники для забезпечення оптимального вибору.

Хмарні обчислення дозволяють організаціям більш ефективно використовувати свої дані, виконувати аналітику та приймати обґрунтовані рішення для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Важливість хмарних технологій для маркетингу в сучасному бізнес-середовищі значно зростає. Хмарні технології розширюють можливості маркетологів, роблять їх більш продуктивними і дозволяють реалізувати нові ідеї та стратегії.

Перехід до хмарних рішень для маркетингових завдань надає значні переваги [2]:

- полегшення контролю. Хмарні інструменти дозволяють вести облік робочого часу та моніторинг активності співробітників, що сприяє більш ефективному управлінню.

- єдиний інформаційний простір. Хмарні системи забезпечують централізований доступ до даних і можливості аналітики, що сприяє оперативному вирішенню завдань і формуванню звітів.

- управління правами доступу і безпекою. Можливість ефективного контролю прав доступу і підвищення рівня інформаційної безпеки є важливими аспектами в управлінні даними компанії.

- скорочення витрат. Використання хмарних послуг зменшує витрати на обладнання, його обслуговування, програмне забезпечення та інфраструктуру, що дозволяє сконцентрувати ресурси на інших аспектах бізнесу.

- мінімальні витрати на перепідготовку персоналу. Часто хмарні рішення мають інтуїтивний інтерфейс та не вимагають значних зусиль для навчання персоналу.

- збереження часу. Завдяки ефективним інструментам і можливостям автоматизації, хмарні технології дозволяють заощаджувати час при виконанні повсякденних завдань.

Розглянемо особливості хмарних сервісів:

Google One та Microsoft Office 365 є відомими та широко використовуваними хмарними рішеннями для зберігання та обробки документів. Вони надають багато корисних інструментів для комунікації та співпраці в бізнесі.

Serpstat - це важливий інструмент для маркетологів і SEO-фахівців, який допомагає в аналізі конкурентної обстановки та оптимізації веб-сайтів.

Deals є прикладом того, як хмарні технології можуть спростити процеси управління документами та робити їх більш ефективними.

GigaCloud також пропонує цікаві хмарні рішення, включаючи поштові та відеосервіси, які можуть бути корисними для бізнесу.

Сервіс Zimbra з власною поштовою скринькою є корисним інструментом для бізнесу та особистого використання. Основні можливості цього сервісу включають:

Інтуїтивний інтерфейс. Зручний інтерфейс робить роботу з поштою ефективною та приємною.

Можливість використання на різних пристроях. Це дозволяє отримувати доступ до електронної пошти з різних мобільних пристроїв та комп'ютерів.

Антивірус та антиспам захист. Це важливі функції для захисту від шкідливих програм і небажаних повідомлень.

Обсяг поштової скриньки 10 ГБ є досить значним обсягом, якого вистачить для багатьох років листування.

Cloud Video - це ще один корисний сервіс, спеціалізований на відеоспостереженні та аналітиці. Основні можливості включають:

Перегляд відеокamer в реальному часі. Можна слідкувати за відео з камер у реальному часі через цей хмарний сервіс.

Збереження відео. Записи можна зберігати на віртуальних серверах, що дозволяє зручно зберігати і архівувати важливі відеофрагменти.

Відеоаналітика. Професійна відеоаналітика може надати цінні дані та звіти щодо використання відеокamer.

Ці інструменти можуть бути особливо корисними для бізнесів, які потребують відстежування безпеки або ведення ефективного листування[4].

Наведені переваги використання хмарних технологій, такі як зменшення витрат, доступність, безпека та зручність, роблять їх важливими для багатьох компаній. Залежно від потреб бізнесу, можна вибрати конкретні хмарні рішення, які найкраще відповідають завданням і бюджету.

Підсумовуючи, зазначимо, що використання хмарних сервісів має безліч переваг для бізнесу, маркетологів та індивідуальних користувачів:

1. Збереження витрат на обладнання. Замість витрат на дороге обладнання та сервери, можна користуватися інфраструктурою в хмарі, що значно зменшує витрати на закупівлю та обслуговування обладнання.

2. Підвищення продуктивності ПК. Оскільки більшість обчислень відбуваються на серверах в хмарі, комп'ютеру не потрібно багато ресурсів для виконання завдань, що поліпшує продуктивність і дозволяє працювати з більшою швидкістю.

3. Зниження проблем з обслуговуванням. Відповідальність за інфраструктуру і обслуговування серверів, несуть хмарні постачальники, що дозволяє уникнути проблем, пов'язаних з фізичним обслуговуванням серверів.

4. Зменшення витрат на програмне забезпечення. Можна використовувати програмне забезпечення в хмарі без необхідності покупки дорогих ліцензій, що зменшує витрати на програмне забезпечення.

5. Необмежена масштабованість. Хмарні сервіси можуть легко масштабуватися, що дозволяє бізнесу легко розширюватися та зростати.

6. Автоматичні оновлення. Програми та сервіси в хмарі оновлюються автоматично, що забезпечує завжди останніми версіями програм без необхідності вручну їх встановлювати.

7. Крос-платформенність. Доступ до хмарних послуг можливий з будь-якої операційної системи та пристрою з доступом до Інтернету, таким чином, немає обмежень жодній конкретній платформі.

8. Доступність в будь-якому місці. Можна отримувати доступ до своїх даних і програм навіть з віддалених місць завдяки Інтернету.

9. Безпека і резервне копіювання. Хмарні постачальники забезпечують високий рівень безпеки та автоматичного резервного копіювання даних, що робить їх безпечними від втрати інформації.

Загалом, використання хмарних сервісів стає дедалі популярнішим варіантом завдяки своїм багатьом перевагам для користувачів та бізнесів [5].

#### Список літератури

1. Що таке хмарні технології і навіщо вони потрібні URL: <https://edin.ua/shho-take-xmarni-texnologii%D1%97-i-navishho-voni-potribni/>

2. Хмарні технології для маркетингу URL: <https://tucha.ua/uk/blog/business/khmarni-tekhnologii-dlya-marketingu>

3. Економіка хмарних обчислень URL: [https://financial.lnu.edu.ua/course/ekonomika-khmarn -ykh](https://financial.lnu.edu.ua/course/ekonomika-khmarn-ykh)

УДК 339.138

К.О. Шіковець, В.О. Казнодій

kek@knutd.com.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-РІШЕНЬ В МАРКЕТИНГУ**

Бізнес-рішення в маркетингу визначаються, як управлінське рішення, спрямоване на підвищення ефективності роботи компанії[1]. Класифікація бізнес-рішень в маркетингу може базуватися на кількох критеріях[1]:

- критерій впливу рішення: визначається ступенем важливості рішення для компанії. Деякі рішення можуть мати критичний вплив на успішність бізнесу, тоді як інші можуть бути менш суттєвими.
- складність прийняття рішення: визначається тим, якій рівень керівництва або рангу в компанії потрібно приймати рішення. Деякі рішення можуть бути прийняті на низькому рівні, тоді як інші можуть вимагати участі вищого керівництва.
- частота прийняття рішень: визначається тим, наскільки часто доводиться приймати рішення подібного характеру. Деякі рішення можуть вимагати постійного моніторингу і корекції, тоді як інші можуть бути прийняті лише один раз.
- передбачуваність наслідків: визначається тим, наскільки можна передбачити наслідки впровадження рішення з високим ступенем достовірності. Деякі рішення можуть мати більш передбачувані наслідки, тоді як інші можуть бути пов'язані з більшим ступенем невизначеності.

Можна визначити два основних типи бізнес-рішень в маркетингу[1].

Рішення категорії А (звичайні рішення). Це рішення з високою частотою прийняття і високим ступенем передбачуваності. Зазвичай це рішення, які пов'язані з рутинними операціями і процесами бізнесу. Вони можуть бути легко сформульовані та автоматизовані. Приклади цих рішень включають в себе розміщення замовлень на постачання, ведення фінансової звітності тощо[1].

Рішення категорії В (складні рішення). Це рішення, які приймаються рідко і можуть мати значний вплив на організацію. Вони часто пов'язані з стратегічними аспектами бізнесу та можуть мати непередбачувані наслідки. Ці рішення вимагають аналізу, досліджень та обговорень на вищому рівні управління. Приклади цих рішень включають в себе вибір нового напрямку розвитку компанії, вкладення в інноваційні проекти тощо[1].

Для моделювання і прийняття рішень в маркетингу можуть використовуватися різні методики, включаючи таблиці рішень, дерева рішень та мережі рішень тощо. Кожен метод відповідає застосуванню відповідних алгоритмів та аналітичних інструментів для розгляду і вибору оптимального варіанту в контексті конкретного бізнес-сценарію.

Всі ці підходи включають три ключові елементи [2]: рішення (decision), інформацію (information) та знання (knowledge) [2].

Таблиці рішень (Decision Tables) - це компактне табличне представлення набору бізнес-правил для вибору одного з доступних результатів. Кожен рядок (або стовпчик) - це правило, а кожен стовпчик (або рядок) - одна з умов цього правила. Коли всі умови певного правила оцінюються як істинні для набору вхідних даних, вибирається результат або дія, визначена для цього правила [2].

Дерева рішень є графічним інструментом, який дозволяє систематизувати і представити набір правил прийняття рішень у логічній і структурованій формі[2].

Основні компоненти дерева рішень включають[2]:

Вузли. Кожен вузол у дереві представляє точку в прийнятті рішення. Вузли можуть бути внутрішніми (проміжними) або листями (кінцевими). Внутрішні вузли містять умови або альтернативи, які розглядаються при прийнятті рішення, тоді як листя вказують на конкретне рішення або висновок.

Гілки. Гілки з'єднують вузли і вказують напрямок руху по дереву. Кожна гілка може представляти альтернативний шлях або умову, яку треба враховувати при прийнятті рішення.

Умови. Умови, що розглядаються на рівні внутрішніх вузлів, визначають, який шлях слід обрати в залежності від конкретних умов або параметрів.

Правила прийняття рішення. Кожен лист дерева містить правило прийняття рішення, яке вказує, яке рішення або діяльність слід проводити на основі умов, що були розглянуті.

Корінь. Корінь дерева представляє початковий вузол, з якого розпочинається процес прийняття рішень.

Дерева рішень є потужним інструментом для моделювання та аналізу різних сценаріїв прийняття рішень

у бізнесі та інших галузях. Вони допомагають узгоджувати інформацію, роблять процес прийняття рішень більш системним і можуть допомогти визначити оптимальні рішення в залежності від умов та обмежень [2].

В свою чергу, метод аналізу ієрархій, є зручним засобом, який допомагає:

- структурувати проблему,
- побудувати набір альтернатив,
- виділити чинники, що характеризують альтернативи,
- задати значущість цих чинників,
- оцінити альтернативи по кожному з чинників,
- знайти неточності і суперечності в думках ОПР/експерта, проранжувати альтернативи,
- провести аналіз рішення і обґрунтувати отримані результати.

Діаграма вимог до рішення (Decision Requirement Diagram) - це інструмент для візуалізації і аналізу процесу прийняття рішень. Ця діаграма допомагає систематизувати інформацію та розкриває взаємозв'язки між рішеннями, вхідними даними, бізнес-правилами і джерелами знань. Це особливо корисно в складних бізнес-системах, де потрібно керувати багатьма рішеннями [2].

Основні елементи діаграми вимог до рішення включають [2,4]:

Рішення (Decisions). Це ключові пункти на діаграмі, представлені у вигляді прямокутників. Кожне рішення приймає вхідні дані та визначає результат на основі відповідних бізнес-правил та логіки прийняття рішень.

Вхідні дані (Input Data). Вхідні дані, необхідні для прийняття рішення, представлені у вигляді овалів. Вони вказують на дані, які необхідно збирати або ввести для використання при прийнятті рішення.

Моделі бізнес-знань (Business Knowledge Models). Це спеціальні прямокутники зі зрізаними кутами, які відображають бізнес-правила, таблиці рішень, дерева рішень або інші моделі, які містять бізнес-логіку для прийняття рішень. Вони вказують на джерела знань, на які базується прийняття рішень.

Джерела знань (Knowledge Sources). Це можуть бути документи або інші джерела, з яких беруться чи були отримані необхідні знання та бізнес-правила для прийняття рішень.

Діаграми вимог до рішення допомагають розуміти та оптимізувати процеси прийняття рішень в організації, а також визначати, як впроваджувати та оптимізувати рішення на практиці.

Нотація BPMN - Business Process Management Notation – це система умовних значень для побудови схеми бізнес-процесів (моделювання бізнес-процесів).

Існує кілька варіантів програмного забезпечення для створення діаграм процесів і документації в нотації стандарту BPMN[3,4,5]:

- Bizagi Process Modeler <http://www.bizagi.com/>
- Intalio BPMS <http://bpms.intalio.com/help.html>
- ARIS Express <http://www.ariscommunity.com/aris-express>
- Camunda <https://camunda.com/products/modeler/>
- allFusion <http://www.ca.com/ru/default.aspx>
- IBM WebSphere Business Modeler <http://www-03.ibm.com/software/products/us/en/modeler>
- Fox Manager бізнес-процесів <http://www.fox-manager.com.ua/>
- Comindware Business Application Platform <https://www.comindware.com/ru/platform/> Отже, можна

зазначити, що використання методології моделювання та спеціального програмного забезпечення надасть суттєвої переваги при прийнятті бізнес-рішень в маркетингу:

- спільного розуміння. Моделі рішень сприяють спільному розумінню задачі та можливих варіантів впливу, що полегшує спільний аналіз і обговорення рішень з зацікавленими сторонами.
- обмін точками зору. Можливість обміну та комбінування різних точок зору, особливо при використанні діаграм, дозволяє враховувати різні підходи та перспективи.
- спрощення прийняття рішень. Моделювання рішень спрощує складне прийняття рішень, виокремлюючи бізнес-правила з процесу управління і роблячи їх більш доступними для аналізу.
- застосування в різних галузях. Моделі рішень застосовуються для автоматизації на основі правил, інтелектуального аналізу даних, предиктивної аналітики та прийняття рішень в багатьох галузях бізнесу і проектах бізнес-аналітики.

#### Список літератури

1. <https://moyaosvita.com.ua/finansu/biznes-rishennya-viznachennya/>
2. <https://www.maxzosim.com/decision-modelling/>
3. <https://uk.crmoz.com/blogs/post/business-process-modeling>
4. Мірошник, М., Сердюк, М., Базарова, Е. Бізнес- процеси маркетинг-орієнтованого управління підприємством харчової промисловості України: Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), 2020, №2, С. 60–67. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.2.60>
5. Хрупович С. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 "Маркетинг", ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с.



## ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО НЕЙРОМАРКЕТОЛОГА

За останні два десятиліття люди стали кардинально іншими через зміни у навколишньому середовищі. Сьогодні, виростаючи в епоху всеосяжної цифровізації, учні перебувають під нескінченним тиском інформації. Без можливості відфільтрувати важливе від неважливого, вони звикають жити в цьому цифровому потоці. Це негативно впливає на можливості концентрації уваги, до того ж збільшується польова поведінка, враховуючи, що обсяг інформації для обробки неухильно зростає. Сучасні студенти - це відображення соціуму, і їхня відмінність від попередніх поколінь зумовлена специфікою нашого часу, де цифровізація та технології відіграють ключову роль. Якщо педагог не враховує цю особливість, він не зможе взаємодіяти та наставляти учня, допомагаючи йому адаптуватися. Тому педагогічні методи повинні відповідати сучасним соціальним вимогам, потребам людей та їхнім звичкам у сприйнятті інформації. Необхідно розробляти системи навчання, з огляду на особливості мозку молоді, що звикла до бурхливого потоку даних з інтернету. В іншому випадку ми зіткнемося з психічними проблемами, складними для корекції. Грунтовні знання в галузі нейропедагогіки та усвідомлення ролі цифровізації у сприйнятті – ключові для виховання та освіти сучасної молоді. У цьому може допомогти методологія навчання на основі нейромаркетингу.

Спочатку треба зрозуміти, як працює система сприйняття інформації у сучасної молоді.

Мозок формується на основі нашого досвіду. З ранніх днів нашого існування, мозок починає складати карту навколишнього світу, у міру того, як ми пізнаємо його через наші почуття. Чим більше ми взаємодіємо з навколишнім світом, тим краще і точніше стають карти нашого мозку, доки вони не стануть чіткими та диференційованими. Але мапа світу у кожної людини буде своя. Залежно від особистого досвіду, ясності та частоти відчуттів, які відчувала та чи інша людина, деякі сенсорні переживання будуть більш виразними, ніж інші.

Деякі десятиліття тому переважна наукова думка полягала в тому, що мозок працює в рамках фіксованого обсягу здібностей після того, як проходить його «критичний період». Але в 1990-х роках, завдяки серії експериментів, вчені виявили, що наш мозок може змінюватись і після критичного періоду — і він змінюється протягом усього нашого життя. На це напругу впливають цифрові комунікації та соціальні медіа, феномени, які з'явилися завдяки розвитку інтернету і новітніх технологій. Цифрове спілкування змінило спосіб, яким ми спілкуємося один з одним. Воно дозволило нам спілкуватися з людьми з усього світу швидко та легко, але і вплив на сприйняття людини виявляється дуже вагомим.

Сьогодні ми маємо величезну кількість соціальних медіа, які можна розділити за типом контенту: соціальні медіаплатформи: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube; платформи для спілкування: WhatsApp, Telegram, Viber, WeChat; платформи для професійних зв'язків: LinkedIn, Glassdoor; платформи для спільнот: Reddit, Quora, Tumblr. Соціальні медіа та цифрові комунікації стали не лише місцем для особистого спілкування, але й потужним інструментом для бізнесу, маркетингу, політики та активізму який всебічно впливає на сучасну людину та спосіб сприйняття інформації.

За даними Форбс, Facebook є найпопулярнішою соціальною мережею у світі з майже 3 мільярдами активних користувачів. Instagram і YouTube займають друге та третє місце. TikTok, Twitter та WhatsApp також є дуже популярними соціальними мережами. LinkedIn, Telegram, Reddit та Pinterest є менш популярними соціальними мережами та скажемо так, спеціалізованими, але вони все ще мають мільйони активних користувачів. Якщо ми подивимося на інформацію, яку надає Форбс, за 2020 рік, то тут ситуація зовсім інша. Facebook є найпопулярнішою соціальною мережею, але користувачів на 200 мільйонів менше. Instagram і YouTube займають друге та третє місце, TikTok в принципі відсутній. Reddit має велику кількість користувачів, яку він до 2023 року майже втратить.

Як ми бачимо, зміни достатньо значні. За 2 роки ситуація активно змінюється, ми маємо розуміти, що сьогодні, у період глобальної цифровізації, навіть один рік це дуже великий період у розвитку суспільства. Дані Forbes показують, що ринок соціальних мереж продовжує зростати. У 2023 році кількість активних користувачів соціальних мереж у світі досягла 4,8 мільярда. Це означає, що більша частина населення світу використовує соціальні мережі.

Зв'язок з аудиторією та вплив на неї є основним завданням Маркетингу як науки. Безумовним продовженням розвитку технологій стає нейромаркетинг, область дослідження, яка об'єднує принципи нейронауки та маркетингу з метою визначення того, як люди приймають рішення на рівні мозку та як це можна використовувати для покращення маркетингових стратегій.

Хоча ідея використання науки для розуміння споживчої поведінки існує вже давно, сам термін "нейромаркетинг" почав активно використовуватися близько 2000-х років. Завдяки технологічному прогресу, який дозволив дослідникам детально вивчати активність мозку, стало можливо дізнаватися, як різні стимули

впливають на споживчі рішення. Стало зрозуміло, що людська поведінка в основному мотивована підсвідомими факторами, споживачі часто просто не можуть адекватно пояснити, чому вони приймають певні рішення, а аналіз мозкової активності може дати глибше розуміння споживчої поведінки.

Сьогодні є багато різних методів оцінити активність мозку у споживача: функціональна магнітно-резонансна томографія (fMRI), яка дозволяє вивчати активність мозку в реальному часі; електроенцефалографія (ЕЕГ), яка вимірює електричну активність мозку; також вчені використовують моніторинг руху очей, так званий eye-tracking. Це дозволяє простежити напрямок та рухи очей споживача під час сприйняття реклами або іншого контенту. За допомогою різних сенсорів, що вимірюють психофізіологічні показники, можна визначати емоційну реакцію споживача на певний стимул. Всі ці методи допомагають компаніям розробляти більш ефективні рекламні кампанії, оптимізувати дизайн продукту, пакування та створювати правила розміщення товарів на полках магазину.

Розуміючи методи впливу на свідомість можна перейти до саме методів навчання сучасної молоді. Освіта — це процес передачі знань, це природна потреба людини, аналогічна такий, як дихання. Мозок, даний нам природою, є найпотужнішим інструментом навчання, маючи вроджену допитливість і прагнення пізнання. Це робить освіту не просто дисципліною, а мистецтвом, яке задовольняє цим природним потребам.

У сучасній педагогіці, особливо у сфері маркетингу, важливо знайти способи активації цих інтелектуальних потреб. Саме тут саме методи нейропедагогіки виявляються особливо корисними. Можна використовувати техніки, які надають реальні або модельовані бізнес-сценарії, що дозволяють студентам поринути у проблемні ситуації, шукати нестандартні рішення та застосовувати свої знання на практиці.

Для того, щоб дійсно зацікавити студентів, особливо тих, хто ріс у цифрову еру, педагогам необхідно уявити матеріал так, щоб він викликав подив, натхнення та інтелектуальний виклик. Стандартні методи та суха інформація не працюватимуть із поколінням, яке звикло до швидкої зміни візуального контенту та динаміки інтернету. Навпаки, педагогам слід використовувати інтерактивні методики, такі як кейс-маркетинг, щоб студенти відчували себе залученими, мотивованими та стимульованими до навчання.

Людський мозок створений таким чином, що він постійно прагне пов'язати нову інформацію з уже наявним у нього досвідом. Ця здатність до асоціації та знаходження зв'язків дозволяє нам глибше розуміти та аналізувати нові ситуації на основі наявних знань. Це ключовий момент у навчанні, коли ми стикаємося з невідомим та шукаємо точки дотику з тим, що вже відомо.

У сучасній епосі цифрових технологій якість освіти стає залежною не лише від змісту навчального матеріалу, а й від методів його подання. Сучасні студенти, виховані в епоху цифрових технологій та соціальних медіа, звикли до швидкого перемикавання уваги між різними візуальними об'єктами. Навчальні методики, які враховують цю особливість, дозволяють оптимізувати процес навчання, роблячи його ефективнішим та інтерактивнішим.

Застосування у навчанні відеороликів, інфографіки та різного візуального контенту покликане забезпечити максимальне залучення студентів до освітнього процесу. Візуальне навчання дозволяє студентам краще засвоювати інформацію, утримуючи увагу на собі довше, ніж традиційні текстові матеріали. Крім того, візуальне подання інформації стимулює різні частини мозку, що сприяє глибокому розумінню та довгостроковому запам'ятовуванню матеріалу.

В результаті, коли освітній процес збагачується якісним візуальним контентом та методами кейс-маркетингу, він стає динамічнішим, інтерактивнішим та продуктивнішим. Студенти почуваються більш залученими, що, своєю чергою, сприяє покращенню їхніх академічних результатів та розвитку практичних навичок. Взаємозв'язок з особистим досвідом студентів критично важливий. Педагоги також мають ставити запитання, які спонукають студентів рефлектувати свій досвід та думку: "Що ви вже знали про цю тему? Як ваш погляд на неї змінився після вивчення нових матеріалів? Що саме змусило вас переглянути свою точку зору?" Ці питання роблять навчання більш особистісним та глибоким, дозволяючи студентам краще осмислити та засвоїти нові знання. Це, разом з візуалом, додатково залучає аудиторію до глибокого занурення у тему уроку.

Як педагог, я використовую наступну методику організації процесу навчання, щоб підвищити ефективність освітнього процесу для молоді яка живе в оточенні технологій та під постійним впливом соціальних медіа. Головним акцентом стає адресний підхід та практичний досвід, які сприяють кращому запам'ятовуванню і засвоєнню інформації. Далі йде обов'язковий емоційний контекст, в якому позитивні емоції під час навчання можуть поліпшити засвоєння інформації. І як завершення цілісного сприйняття використання міждисциплінарного підходу, коли використання знань з різних наукових дисциплін може поліпшити навчальний процес та створити цілісну систему знань в головах майбутніх спеціалістів.

Використання методів нейромаркетингу та нейропедагогіки може бути корисне не лише для оптимізації навчального процесу, але й для підготовки майбутніх викладачів, які будуть знати та застосовувати найновітніші підходи для підвищення рівня освіти випускників.

#### Список літератури

1. Stanislas Dehaene, "How We Learn: Why Brains Learn Better Than Any Machine . . . for Now", Viking, 2020, 352 с.
2. Tracey Tokuhama-Espinosa, "Neuroscience in Education: The Good, The Bad, and The Ugly", Oxford University Press, 2019, 408 с.
3. David A. Sousa, "How the Brain Learns", Corwin Press, 2017, 400 с.

4. Joelle Proust, Martin Fortier, "Metacognitive Diversity: An Interdisciplinary Approach", Oxford University Press, 2018, 384 c.
5. Paul Howard-Jones, "Evolution of the Learning Brain: Or How You Got To Be So Smart...", Routledge, 2018, 194 c.
6. Sarah-Jayne Blakemore, "Inventing Ourselves: The Secret Life of the Teenage Brain", Doubleday 2018, 256 c.
7. Barbara Oakley, Terrence Sejnowski, "Learning How to Learn: How to Succeed in School Without Spending All Your Time Studying; A Guide for Kids and Teens", TarcherPerigee, 2018, 256 c.
8. Helen Abadzi, "Efficient Learning for the Poor: Insights from the Frontier of Cognitive Neuroscience", World Bank Publications, 2018, 248 c.
9. Jared Cooney Horvath, "Stop Talking, Start Influencing: 12 Insights from Brain Science to Make Your Message Stick", Exisle Publishing, 2019, 304 c.
10. Kimberley Wilson, "How to Build a Healthy Brain: Reduce stress, anxiety and depression and future-proof your brain", Yellow Kite, 2020, 304 c.
11. Kevin Lane Keller, Philip Kotler, "Marketing Management: A South Asian Perspective (with Case Studies)", Pearson Education India, 2019, 816 c.
12. Harvard Business Review, "HBR's 10 Must Reads on Strategic Marketing (with featured article "Marketing Myopia," by Theodore Levitt)", Harvard Business Review Press, 2019, 256 c.
13. Cindy W. Morrison, Michael A. Hitt, "Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization", Cengage Learning, 2018, 904 c.
14. Jenny Darroch, "Marketing Through Turbulent Times", Palgrave Macmillan, 2018, 213 c.
15. Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein, "Key Marketing Metrics: The 50+ Metrics Every Manager Needs to Know", Pearson FT Press, 2020, 400 c.

УДК 339.138

O. Yevseitseva, M. Lebediev

kek@knuud.com.ua

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

## **REQUIREMENTS AND PRINCIPLES OF DIGITALIZATION OF THE MANAGEMENT AND EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE**

Today we can observe an active process of modernization of higher education, in which digital transformation is a key aspect. This transformation is determined by the formation of a digital society and the development of the digital economy. As a result of society's transition to a new level of technology development, such as big data processing, blockchain, the Internet of Things, digital and intelligent information technologies, the process of informatization is moving to a higher level, which we call the digitalization era. In other words, modern society has entered the era of digital transformation, which is marked by significant changes compared to previous stages of informatization and computerization[1].

The development of the higher education system in today's environment, which is driven by digital transformation, poses new challenges and requirements. One of these requirements is the need to revise approaches to the organization of the educational process and the management system of higher education institutions. This includes the creation of an electronic information and educational environment using modern digital technologies for learning, the implementation of learning management strategies and the individualization of educational material, taking into account the needs and characteristics of each student. Nowadays, due to the active development of e-learning and digital educational platforms, we are witnessing a change in traditional learning formats. This leads to a "hybrid educational process"[2] that combines both offline and online learning methods. It becomes important to create an effective educational process and management system for higher education institutions that take into account new trends in digitalization and address the challenges and difficulties that accompany the development of digital technologies and the spread of e-learning.

Today, the war in Ukraine has caused a lot of problems for Ukrainian businesses. Among the key ones are limited resources, a small number of orders, logistics problems, lack of personnel, finance, and raw materials. Difficult current conditions should not be a reason to refuse to implement digitalization, but rather should stimulate this process because of future prospects. Automation of most processes makes it possible to reduce the number of business processes, staff, and costs. The key benefits are improved and optimized advertisement campaigns, better management and planning of limited resources and a better communication with customers.

The development of modern higher education institutions (HEIs) really requires a transition to digital transformation in all areas of education and management. The main goal of this transformation is to increase the

efficiency and quality of work by reducing time and effort by transferring all information interaction processes to the digital environment. This applies to both management and learning processes.

This transition to digital transformation should take place in parallel with the digitalization of the economy in Ukraine. "The Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 defines the main goal of digitalization as achieving digital transformation of existing economic sectors and creating new ones, as well as transforming spheres of life into more efficient and modern ones. However, these goals can only be achieved if ideas, actions, initiatives and programs related to digital transformation are integrated into national, regional and sectoral development strategies and programs[3].

Education is one of the strategic dominants of the digital transformation of the economy (Student Accessibility, Teacher Accessibility; Administration) [4, p. 181].

In Ukraine, higher education institutions play a leading role in the country's digital transformation, and this becomes evident when analyzing the main purpose of their activities. The main goal of higher education institutions is to generate, systematize, and disseminate knowledge that creates an effective basis for scientific and technological progress and socioeconomic development. The success and recognition of these institutions depend on their ability to use the accumulated knowledge and skills of the entire staff, which are the result of the combined intellectual potential of all employees, as well as on the ability to effectively use the information resources at their disposal. This contributes to the creation of optimal working groups, teams, and project participants with the help of innovative technologies and contributes to the further development of the country's intellectual potential[5;6].

The main principles of digitalization of the HEI management system include the following:

- 1) cost-effectiveness - management of the digitalization of the HEI management system should be aimed at minimizing the costs of the enterprise;
- 2) optimality - implies that the management of the digitalization of the HEI management system is aimed at choosing the best technical solution, which, in particular, is able to ensure the optimal ratio between the results of digitalization and the costs of its implementation;
- 3) completeness of information - the introduction of digital technologies in the management system of higher education institutions should be provided with the full amount of necessary information to maximize the result;
- 4) self-regulation and adaptation - adjustment of management decisions in accordance with changes in the external environment.

When digitalizing the activities of higher education institutions in Ukraine, it is important to pay special attention to information and economic security. This security is based on the following principles:

1. Data integrity - ensuring the protection of information from any errors or loss of data, as well as from unauthorized access, modification or destruction of information.
2. Data confidentiality - maintaining confidentiality and preventing unauthorized access to confidential information.
3. Data availability for all authorized users - ensuring access to information for persons with proper permissions and authorization. [7, c. 70]

To ensure the economic security of a public interest entity, accounting and analytical support is defined as an integrated strategic information system. It combines methods and technologies of accounting, analysis and control to create relevant and reliable information about internal business processes and the external environment. This information is used to assess competitive advantages, prevent risks and identify threats to the safe operation and sustainable development of the public interest entity [8, p.91].

The digital era has already arrived, and business is changing faster than ever before, so businesses cannot ignore the trends that are currently emerging and gaining momentum: big data, machine learning, neural networks, the Internet of Things and other modern tools based on the use of digital technologies. Under such conditions, maintaining the competitiveness of enterprises requires its constant modernization, adaptation and development on the principles of digital transformation, and the effectiveness of these processes is ensured by an adequate strategic management system, the components of which should include a system of strategic analysis and assessment of the impact of digitalization factors, the formation of digital alternatives for the development of products and services, the identification and setting of strategic goals for the digital transformation of the enterprise and the identification of tools, taking into account key

Thus, the introduction of digitalization in the activities of higher education institutions will not only improve the interaction of all participants in the educational process and attract more applicants, but will also significantly improve the quality of educational process management in the provision of educational services. This is especially relevant in the context of Ukraine's integration into the international scientific community, when it is necessary to provide effective and modern education for all citizens of the country, as well as to promote its sustainable development.

Maintaining the quality of professional training in accordance with national standards and international requirements, implementing effective methods of managing a dynamic learning environment, and integrating higher education institutions into the national and global information space are all important results of the digitalization of the educational environment.

#### **References**

1. Zaspа G.O., Oksamitna L.P., Karapetyan A.R. Methodological foundations of creating information technology in the digital space of higher education institutions. Scientific and educational innovation center of social

transformations. - 2022. - P. 206-222. - removed from [https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph\\_paradigmatic\\_03\\_2022\\_05\\_02](https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph_paradigmatic_03_2022_05_02) (in Ukrainian)

2. Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). DigComp 2.1 The Digital Competence Framework for Citizens. With eight proficiency levels and examples of use. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

3. Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020. [Electronic resource] / Access mode: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>

4. Simakov KI Features of public administration in the conditions of digital transformation of Ukraine / KI Simakov, VG Valina, VP Launikonis, MJ Budoviy // Economic Herald of Donbass: scientific journal / Editor-in-chief N. Trushkina - Kyiv: 2021. - №1 (63). - C.179-185

5. Quality assurance in higher education institutions in Ukraine 2016 through the prism of European guidelines and standards ESG 2015 / Edited by M. Mazurkiewicz - Wrocław University of Science and Technology, Publishing House: EXANTE, 2015. - 106 p.

6. Garnik L.P. Optimization of quality management of educational services of Ukrainian universities through the introduction of CRM systems [Electronic resource] / L.P. Garnik // Modern trends in the development of education and science: problems and prospects: a collection of scientific papers - Electronic edition - Kyiv; Lviv; Berezhany; Gomel, 2018.

7. Bunda O. M. Information security of the accounting system in higher education institutions / O. M. Bunda // Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference "Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization": abstracts, Kyiv, October 8, 2021. [Electronic resource] / Access mode: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18897>

UDC 659.113.26

O. D. Cherniavska

chernyavska.oleksandra@gmail.com

*Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv*

## **VALUE-DRIVEN DIGITAL BRAND MANAGEMENT: THE VALUES ENGRAVED IN VEHUB4YOU'S LOGO AND DIGITAL STYLE**

In our rapidly evolving digital landscape, where technology intertwines with our daily lives, the art of creating and managing a digital brand has emerged as an indispensable task for organizations and projects alike. Beyond the superficialities of design and logos, a brand serves as a vessel for embodying the values and mission that an entity stands for. In this article, we embark on a journey to delve deep into the heart of value-driven brand management as exemplified by VEHUB4YOU [1], an innovative project at the intersection of technology and education. The logo (Figure 1), meticulously crafted by Kyiv Education, Training, and Youth Centre (KETY) [2] for the project, an initiative backed by the European Commission through the Erasmus+ program, represents a pioneering effort in international educational innovation.



Figure 1. VEHUB4YOU Logo: Print Screen from VEHUB4YOU Website

This project's primary objective is nothing short of revolutionary: to establish a network of international virtual business hubs and provide comprehensive entrepreneurship training to high school students, college students, and university students, transcending the boundaries of their educational backgrounds (Figure 2).

### **1. Integrating Society 5.0 and Education 6.0**

At the nucleus of visual identity lies the seamless integration of two paramount concepts: Society 5.0 and Education 6.0. These groundbreaking paradigms advocate for the establishment of a modern, knowledge-driven society and the refinement of education through pioneering innovations and cutting-edge technologies.

### **2. Green Transition**

Within the project's emblem, the very name "VEHUB4YOU" is meticulously crafted with a dual-font style, undergoing a dynamic metamorphosis from pristine white borders to vibrant green. This design not only symbolizes project unwavering commitment to contemporary educational practices founded upon open scientific and educational

research but also encapsulates the concept of a "green transition," signaling a dedicated pursuit of environmentally sustainable pathways to the future.

### 3. Cosmic Space and Global Interaction

The backdrop of the logo transcends the ordinary blue, instead, it serves as a visual representation of cosmic space. This ethereal choice of background signifies ambitious aspirations towards the continual evolution of 6G communication and the facilitation of global interactions among the youth hailing from diverse corners of our planet. The cosmic space backdrop is a tangible manifestation of active participation in open innovation practices, open education, and the cross-border exchange of knowledge, breaking free from the shackles of national boundaries. This ambitious project aspires to create the "International Network of Virtual Youth Business Hubs," encompassing 70 virtual international business hubs distributed across Ukraine and Azerbaijan, while also extending its reach to include 220 participants hailing from other regions, specifically the Southern Neighbourhood and Sub-Saharan Africa. It's a visionary effort aimed at breaking down geographical and educational barriers, fostering a collaborative atmosphere among diverse cultures, and empowering young minds with the tools and knowledge needed to shape their futures.

### 4. Framing the Project's Name and Fostering Knowledge Exchange

Embedded within the logo is the thoughtful inclusion of a radiant frame surrounding the project's name, culminating in an unoccupied circle. This iconic element of design symbolizes an enduring influx and exchange of knowledge and information amongst the project's partner countries. Simultaneously, it underscores the project's steadfast commitment to principles of collaborative learning, cooperative research endeavors, and shared teaching experiences. This framework creates an expansive platform for the collective generation of knowledge through the rich tapestry of interactions spanning diverse cultures and the amalgamation of expertise.

### 5. Digital Transformation and Open Science

In our contemporary world, digital transformation plays an irreplaceable role [3] in the realm of education and innovation. The dynamic movement of text within the logo mirrors the perpetual evolution and enhancement of educational processes through digital innovations. Open science and education are etched into the design, emphasizing the project's resolute dedication to the ideals of accessibility and the unrestricted exchange of knowledge.

### 6. Open Learning and Open Innovations

At the core of the project lies a profound commitment to open learning and open innovations. The cosmic backdrop symbolizes the global reach and universal nature of the project, underscoring its fervent dedication to open learning and innovations. This cosmic canvas serves as a poignant reminder that knowledge and ideas transcend geographical confines, ready to be cultivated and disseminated across the world.

### 7. Human-Centered Approach and Personalization

The rays radiating in diverse directions within the logo, exhibiting variations in length and occasionally interrupted paths, embody the ethos of acceptance towards diverse individuals and the pursuit of personalization. This defining element underscores the paramount importance of tailoring educational experiences to cater to the unique needs and preferences of each and every learner.

### 8. Charting a Visionary Path Forward

In summary, the logo and digital style transcend mere aesthetics, serving as a powerful embodiment of the project's values and aspirations. This project serves as a beacon, illuminating the path towards value-driven management of a digital brand, with a resolute commitment to the advancement of an enlightened society, global education, and innovation in education. Always attuned to the individuality of each person, it also embraces the imperative of adopting environmentally sustainable practices.

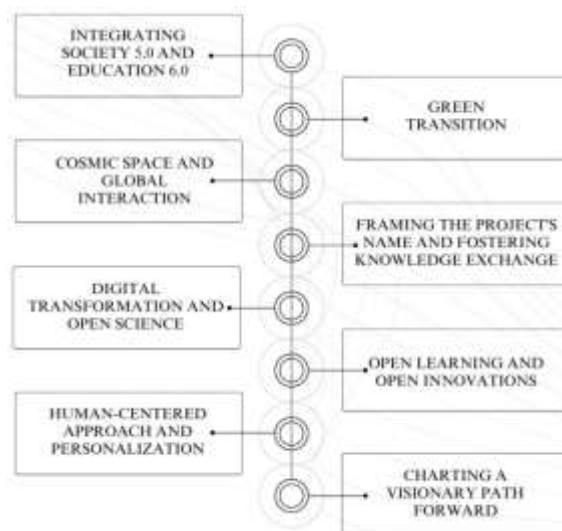


Figure 2. The values engraved in VEHUB4YOU logo and digital style

As we delve further into the nuanced aspects of brand identity, it becomes evident that this project encapsulates a vision for a future where technology and education intersect harmoniously, catering to the diverse needs of individuals while fostering global collaboration and sustainable practices. In the next sections, we will dissect these elements of

the brand identity to unveil the intricate details that make the brand a true exemplar of value-driven digital brand management. In examining brand identity, profound connections emerge with established theories of digital brand management [4], illuminating the project's strategic approach and underscoring its significance in the realm of contemporary brand theory [5-7].

In essence, a brand management strategy intertwines seamlessly with established theories of digital brand management. By aligning its identity with stakeholder engagement, network branding, co-creation, human-centered design, sustainable branding, and semiotic symbolism, VEHUB4YOU emerges as a paradigmatic example of how digital brands can thrive in the contemporary landscape. Its holistic approach not only strengthens its brand equity but also positions it as a trailblazer in the evolving field of digital brand management, setting new standards for innovative and value-driven branding practices.

### References

1. VEHUB4YOU Website. (n.d.). Retrieved September 3, 2023, from <https://www.vehub4you.com/>
2. Kyiv Education, Training, and Youth Centre (KETY). Website. (n.d.). Retrieved September 3, 2023, <https://www.vehub4you.com/kety>
3. European Commission. (2022). Europe's Digital Decade: Digital Targets for 2030. Retrieved from [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en)
4. Berestetska, O., Iankovets, T., Orozonova, A., Voitovych, S., Parmanasova, A., & Medvedieva, K. (2023). Using CRM Systems for the Development and Implementation of Communication Strategies for Digital Brand Management and Internet Marketing: EU Experience. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 36.
5. Kasych, A.O., & Cherniavska, O.V. (2023). Implementation of the EDU 4.0 Concept in Universities as the Basis for Business Partnership Development. In I.M. Gryshchenko, A.O. Kasych, & I.O. Tarasenko (Eds.), *Strategic Guidelines for the Development of Partnerships between the State, Business, and Science in the Context of Post-War Recovery in Ukraine* (pp. 267). Kyiv: Kyiv National University of Technologies and Design (KNUTD).
6. Kasych A., Vochozka M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. *Revista ESPACIOS*. Vol. 40 (N 24) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>
7. Cherniavska, O. V., Cherniavska, O.D., Bayramov, S. V., Magliocca, P., & Pascalau, R. (2023). Sustainability and Innovation: New Roles of Universities in Ensuring Economic Growth and Achieving Global Sustainable Development Goals. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (25 квітня 2023 р., м. Київ)*. Kyiv National University of Technologies and Design (KNUTD).

УДК 378.758

М. Потехіна

Potehina46@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Після 24 лютого 2022 року кожне підприємство є надважливим для економіки нашої держави. Адже підприємство є невід'ємною частиною економіки розвинутих держав.

Мале підприємство у своїй діяльності може і має використовувати увесь існуючий маркетинговий комплекс. Хочу зазначити, що малі підприємства мають обмежені ресурси, і тому їм особливо важливо ефективно використовувати свої маркетингові можливості.

З переходом до ринкової економіки перед малим бізнесом постає потреба у використанні маркетингових концепцій для утримання конкурентоспроможних позицій на ринку. Утвердженням ринково конкурентних відносин в економіці України постає питання щодо потреби використання малими підприємствами маркетингових концепцій конкурентоспроможного розвитку [1, 2].

У сучасному світі кожній компанії важливо ефективно управляти своїми маркетинговими процесами. Сьогоднішні клієнти набагато освіченіші та вишуканіше. З часом реальні доходи зросли, тому клієнт має більше можливостей вибору. Це сталося не лише через зростання його купівельної потужності, але й через зростаючий асортимент доступних товарів або послуг. [3]

Модель відомих "4 Р" Маккарті була головною підставою для маркетингової освіти протягом понад двадцяти років. Але в 1990 році за словами Лаутерборна прийшов час, коли модель вже не відповідала реальності. Продукт, ціна, місце та просування підходили для світу, якого більше не існувало. Усе було спрямовано на клієнта, орієнтація на клієнта. І була винайдена нова формула - "4 С" від Лаутерборна.

Нова модель пропонувала забути про продукт і більше зосередитися на тому, що клієнт хоче і потребує. Лаутерборн стверджував, що ринок змінився і компанії вже не можуть продавати все, що вони можуть

виробити. Він пропонував замінити продукт на потреби і бажання клієнта та намагався підкреслити, що компанії повинні просто намагатися продати те, що саме клієнт хоче купити. [4]

У цій новій моделі ціна також мала бути забута. Замість того, щоб зосереджуватися на налаштуванні ціни, компанії повинні намагатися зрозуміти витрати споживачів для задоволення їхніх потреб і бажань. Лаутерборн говорив, що ціна майже не має значення взагалі. Фактична ціна - це лише одна частина фактичних витрат. Давайте розглянемо приклад: якщо компанія продає бургери, ціна насправді не має значення. Важливішими є витрати часу на поїздку до місця з продажу бургерів, вартість сумління від споживання м'яса взагалі порівняно, наприклад, з вартістю відчуття вини перед дітьми. Вартість вже не лежить там, де вона раніше лежала. Це вже не стосується найбільшого бургера за найменшу кількість грошей. [4] Це складне рівняння з такою самою кількістю різних правильних рішень, скільки існує підмножин клієнтів. [4]

У цьому новому часі з приходом кредитних карт, особистих телефонів та каталогів продаж місця вже було неактуальним і за пропозицією маркетингового комплексу "4 C" воно повинно було бути замінене на "зручність покупки". Людям в ті дні не потрібно було нікуди йти, щоб купити товари. Для компаній це вже не стосувалося того, мати найкращий магазин у місті. Це більше стосувалося того, щоб пропонувати клієнтам зручний і можливо більш комфортний та простий спосіб покупки їхніх товарів. [4]

Не останнім було заміщено просування на комунікацію. Кажуть, що комунікація, можливо, є найважливішим аспектом у цій новій моделі. Лаутерборн говорив, що добрий маркетолог і продавець може сказати майже будь-що, якщо використовує правильні слова [4]. Він також передбачав, що друге тисячоліття буде в основному побудоване на комунікації. І він був правий. На діаграмі показано, як продукт, ціна, місце і просування з оригінальної моделі "4 P" були замінені на споживача, витрати, зручність та комунікацію.

Згідно з Harvard Business Review, класична модель "4 P" вже застаріла та неактуальна. Класичний маркетинговий мікс, що складається з 4 P (продукт, місце, ціна і просування), існує вже понад п'ятдесят років. Проте в сучасному бізнес-середовищі бізнес-до-бізнес (B2B) ця концепція занадто орієнтована на продукт і недостатньо орієнтована на надання рішень, які є більш важливими в цьому контексті. [5].

Виявлено, що ця модель має три значущі недоліки при використанні в B2B-індустріях. По-перше, вона змушує маркетингову та команду з продажів надмірно акцентувати на технологіях та якості продукту, незважаючи на те, що це вже не спосіб відрізнятись, оскільки це стало вже стандартом. По-друге, модель не надає достатньої уваги побудови усвідомлення про перевагу рішень, які вони пропонують. Нарешті, модель не дає їм зрозуміти, що вони мають будувати на своїй перевазі, якою в B2B-світі є діагностика, консультації та вирішення проблем. [5].

Модель "4 P" є робочою і вже давно сталою моделлю не дарма. Проте для B2B-світу модель потребує адаптації. Модель SAVE замінює аспекти з класичної моделі "4 P" на більш відповідні аспекти для середовища B2B. Продукти замінюються рішеннями, місце - доступом, ціна - вартістю, а просування - освітою [5].

Отже мале підприємництво може створювати власну модель маркетингового комплексу в залежності від цілей та можливостей. В сучасних реаліях використання маркетингових стратегій є необхідністю для функціонування бізнесу.

Важливою складовою для формування успішного маркетингового комплексу є аналіз ринку та відомостей про цільову аудиторію.

У наші буремні часи правильно налаштований маркетинговий комплекс може стати конкурентною перевагою для малого підприємства і вивести його на новий – вищий рівень.

### Література

1. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.]. Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 227 с.
2. Лукан О. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вісник КНТЕУ. Підприємництво. 2014. Випуск №5. С. 42-51. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2014/05/6.pdf>.
3. Jobber, D. & Lancaster, G. 2009. Selling and Sales Management. 8th edition. England: Prentice Hall – 17 с.
4. Lauterborn, B. 1990. New marketing litany; Four P's passe; C-words take over. October 1990 issue. Advertise Age - 20
5. Ettenson, R., Conrado, E. & Knowles J. 2013. Harvard Business Journal - Rethinking the 4P's. Accessed 18.04.2016. Available at: <https://hbr.org/2013/01/rethinking-the-4-ps/>



## ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПІССО

Термін ПІССО став вимушено відомим для більшості українців після початку повномасштабного вторгнення Російської федерації в Україну 24 лютого 2022 року.

ПІССО — це сплановані дії з поширення інформації на іноземну аудиторію задля досягнення певної цілі, впливу на емоції, критичне мислення, почуття та дії цільової групи людей. Абревіатура розшифровується як «спеціальна інформаційно-психологічна операція». Такі операції проводяться в рамках психологічної війни. Психологічна війна використовує пропаганду та різні види інформації задля впливу на думки, емоції, погляди та поведінку опозиційної групи.

До початку 2022 року термін «ПІССО» зустрічався переважно на профільних ресурсах (наприклад, АрміяІнформ). Вже в лютому 2022 на початку війни фахові українські кола почали говорити про ПІССО проти України (наприклад CERT-UA, Департамент кіберполіції Національної поліції України). [2]

Історія ПІССО налічує понад століття, їх коріння сягає часів Першої світової війни, коли сторони конфлікту активно використовували пропаганду для маніпуляції громадською думкою.

Розгортання ПІССО набуло особливої активності в епоху гібридних війн, які характеризуються поєднанням військових та не військових методів боротьби. Гібридні війни уособлюють новий тип воєнного конфлікту, де інформаційні кампанії відіграють ключову роль у досягненні стратегічних цілей без відкритого військового вторгнення.

Однією з найбільш відомих і недавніх кампаній ПІССО є втручання Росії у політичні процеси в Європі та США після 2010 року. Через розроблені та добре організовані інформаційні кампанії, було спробовано вплинути на виборчі процеси та загальний політичний клімат в цих регіонах, метою було зміцнення позицій проросійських сил та розбіжність між західними державами.

Значимість ПІССО в сучасному світі важко переоцінити. Через вдосконалені методики впливу, ПІССО може значно впливати на політичну ситуацію в окремих країнах, включаючи зміну влади або політичних орієнтацій населення під час воєнного конфлікту. Через ПІССО можливе формування та реформатування громадської думки, що, в свою чергу, відображається на внутрішній та зовнішній політиці держав. Специфіка ПІССО полягає в тому, що вони спрямовані на психологічний вплив, і, відповідно, мають глибокий вплив на соціокультурний та політичний ландшафт країн-учасниць конфлікту.

ПІССО може використовувати широкий спектр технік та інструментів, від пропаганди та дезінформації до цифрових технологій та соціальних медіа. Ці інформаційні кампанії можуть містити фальшиві новини, маніпулятивні образи та повідомлення, що відображають або перекручують реальні події для формування певного враження або відповіді з боку цільової аудиторії. У результаті ПІССО може стати потужним інструментом для досягнення політичних, стратегічних та воєнних цілей.

В реаліях України ПІССО набрали критичного рівня важливості, оскільки Російська федерація активно використовує їх проти України. Протидія ПІССО та розгортання та проведення власних ПІССО стали пріоритетом України під час війни.

ПІССО — це прерогатива військових. Запуск таких спеціальних операцій здійснюється розвідкою та спеціальними військовими підрозділами. Водночас, якщо подивитися на основні елементи та процес проведення ПІССО, то вони нагадують не стільки військові активності, скільки маркетингові, а саме маркетингові комунікації.

Так, основні елементи ПІССО можна визначити як цільову аудиторію, повідомлення та канали розповсюдження повідомлень. Якщо ж брати процес, то ПІССО складається з семи етапів: планування; аналіз цільової аудиторії; розробка серій; розробка та дизайн продукту; затвердження; виробництво, розповсюдження, поширення; та оцінка результату. [3] Це прямо відповідає процесу кампанії маркетингових комунікацій.

Це й не дивно, адже ПІССО представляє собою комунікаційну кампанію, яка має на меті вплинути на дії конкретної аудиторії. Маркетингові комунікації роблять те саме, з єдиною відмінністю, що в маркетингових комунікаціях кінцева мета комерційна.

Окрім майже ідентичної структури та процесу, ПІССО використовують типові маркетингові інструменти. Наприклад, такі як дослідження ринку, формування профілю цільової аудиторії, PR, пропаганда, партизанський маркетинг, контент-маркетинг, соціальні мережі та інші.

Більше того, людина яку називають батьком зв'язків з громадськістю - Едвард Бернейз являється одним з основоположників напрямку "інформаційної війни". Під час Першої світової війни Едвард Бернайз працював у Комітеті громадської інформації. Його завдання полягало в створенні підтримки для війни як всередині країни, так і за кордоном. Він назвав свою роботу «психологічною війною». [1]

Розуміння схожості маркетингових комунікацій з ПІССО відкриває декілька практичних можливостей:

Переїняття досвіду: Корпоративний світ використовує маркетингові комунікації дуже активно і давно. Бізнес має досвід протидії атакам на нього через комунікаційні кампанії. І що важливіше, бізнес має досвід просування в соціальних мережах — того, що зараз найбільше використовується в ІПСО.

Поява соціальних мереж стала переломним моментом у поширенні ІПСО. Так, Facebook називають найкращою в світі машиною для поширення пропаганди. Існує вислів у галузі технологічних стартапів: "Якщо ви не платите, ви є продуктом." Це факт виживання найсильніших у капіталізмі, що компаніям потрібно генерувати доходи, щоб залишатися в бізнесі та оплачувати працю співробітників. Якщо споживачі користуються продуктом або послугою без грошової оплати, компанія розробляє іншу модель доходу. Зазвичай одну, яка комерціалізує увагу та/або дані користувачів. Більшість користувачів Facebook помилково вважають, що вони є клієнтами Facebook. Клієнтом є той, хто платить. На Facebook рекламодавці є клієнтами. Основне завдання Facebook — постійно розробляти кращий інструмент для рекламодавців, щоб продавати користувачам Facebook. Роблячи це, вони створили ідеальний інструмент для поширення пропаганди.

Так, саме Facebook був основним інструментом російських ІПСО для впливу на вибори в США у 2016 році, коли відбувалися президентські вибори в США. Згідно з звітами американських розвідувальних агентств, російські спецслужби розпочали масштабну інформаційну кампанію з метою втручання в виборчий процес. Одним із основних інструментів для цього став Facebook, де було створено фейкові акаунти та спеціальні групи для поширення дезінформації та впливу на публічну думку.

Російські агенти вдало використовували платформу для поширення політично забарвлених повідомлень, підбурювання соціальних розбратів та збільшення політичної поляризації в суспільстві. Вони створювали фейкові акаунти та групи, в яких обговорювалися гострі політичні та соціальні питання, та використовували ці платформи для організації реальних подій, включаючи протести та зустрічі. Втручання в американські вибори 2016 року підкреслило потенційну вразливість демократичних систем перед інформаційними операціями ззовні, призводячи до збільшення обережності та введення додаткових заходів безпеки у США. Ця подія також викликала значний політичний резонанс, поглибила міжнародні напруження між США та Росією, і спричинила серію судових розглядів та санкцій, спрямованих на запобігання подібним інцидентам у майбутньому.

Переїняття технологій: Маркетингові комунікації не просто використовують новітні технології, вони являються причиною їх появи. Нові технології створюються з метою заробити більше грошей, тому маркетингові комунікації використовують найбільш актуальні та новітні технології. Військові можуть впроваджувати новітні технології в своїх кампаніях. Наприклад, за допомогою алгоритмів машинного навчання можна виявляти зразки ІПСО в громадських дискусіях та соціальних медіа, шляхом аналізу тексту, зображень та відео. Це може допомогти вчасно ідентифікувати спроби впливу на публічну думку. Також, для використання автоматизованих систем для виявлення та блокування фальшивих акаунтів, які використовуються для проведення ІПСО, може значно скоротити розповсюдження дезінформації. Ще одним прикладом можна вважати системи швидкого реагування. Розробка таких систем, які автоматично виявляють та повідомляють про можливі ІПСО, може допомогти органам влади та організаціям швидко реагувати на загрози.

Залучення талантів: Маркетологи та піарники мають базу знань та навичок, які дозволяють працювати з ІПСО з мінімальним навчанням. Тобто це база людей, яких можна використовувати задля масштабування напрямку роботи з ІПСО, що є доволі вірогідним, зважаючи на актуальність та зростання масштабів роботи з інформаційними кампаніями силами оборони України.

Крім цих напрямків, можна згенерувати ще багато різних ідей, включаючи допомогу в створенні якісного контенту, допомогу в навчанні нових спеціалістів, роботу з аналізом даних для кампаній та інші можливості.

В сучасних реаліях України, війна на інформаційному напрямку є критично важливою. Поразка на цьому напрямку може послабити загальну оборону країни та привести до неприйнятних результатів. Можна прогнозувати розвиток напрямку військових інформаційних кампаній та протидії ІПСО ворога. Маркетингові ресурси можуть стати одним із чинників чи ресурсів, які можуть допомогти посилити цей напрям.

## Література

1. Psyops and marketing: Two sides of the same coin. URL: <https://www.socialops.tech/psyops-and-marketing-two-sides-of-the-same-coin/>.
2. ІПСО — це серйозно: чому шкідливо безпідставно використовувати цей термін? URL: <https://gwaramedia.com/ipso-chomu-shkidливо-bezpidstavno-vikoristovuvati-czej-termin/>.
3. Psychological Operations. Joint Publication 3-13.2 URL: [https://www.bits.de/NRANEU/others/jp-doctrine/jp3\\_13\\_2%2810%29.pdf](https://www.bits.de/NRANEU/others/jp-doctrine/jp3_13_2%2810%29.pdf).

## **НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

Жодна цивілізована країна не може нормально функціонувати без належного розвитку готельного господарства. Поява комфортабельних готелів є не лише результатом розвитку попиту, а й має стати важливою рушійною силою зміцнення міжнародних відносин та сприяння більш активній інтеграції України в міжнародне співтовариство.

На цьому етапі на ринку готельних послуг України спостерігаються кількісні, структурні та якісні дисбаланси:

- Надання готельних послуг перевищує попит;
- Існують значні відмінності між структурою пропозиції та структурою попиту;
- Якість послуг, що надаються готелями, ще не відповідає потребам і бажанням споживачів.

Тривалий час вітчизняна готельна пропозиція перевищує попит, а пропозиція перевищує попит у всьому світі, особливо в Україні. З початком ринкової трансформації та зростанням інфляції все в готельній індустрії змінюється набагато швидше, ніж у багатьох інших галузях: ринок продавця перетворюється на ринок покупця [4].

Розвиток готельного господарства в Україні свідчить про те, що сформувалася тенденція, яка не сприяє готельному господарству. При цьому діяльність готелю повинна будуватися на маркетингових засадах і враховувати результати ретельних маркетингових досліджень [2].

До 1992 року показники спроможності готельного господарства України (кількість готелів, закладів, житлова площа) в основному зростали, а в наступний період знижувалися. Порівняно з 1990 роком кількість наданих готельних послуг зменшилася більш ніж утричі.

З 1986 по 1990 рік рівень заповнюваності готелів коливався в межах 75-79%, а потім систематично знижувався протягом наступного періоду [1]. Спроби готелів заробити гроші, необхідні для виживання, призвели до різкого зростання цін на розміщення, що, у свою чергу, ще більше вплинуло на звуження споживчих послуг готелів, загостривши маркетингові проблеми в цій галузі.

В останні роки приватний готельний бізнес стрімко розвивається.

Порівняно з українською готельною індустрією в цілому, приватні готелі характеризуються сильнішим зростанням пропозиції основних засобів

(середній розмір номеру, середній розмір кожного готельного номеру). Значно зменшується середній розмір приватних готелів і середня кількість місць у номері. Основною метою приватних готелів є надання високоякісних послуг громадянам заможного стану, а особливо іноземним громадянам.

Дослідження показують, що між розміром готелю та ефективністю його діяльності немає залежності. Це означає, що малі готелі мають не менше шансів успішно працювати та отримувати прибуток, ніж великі готелі. Враховуючи світовий досвід, перспективним напрямком розвитку готельного господарства слід вважати відкриття малих готелів.

На основі проведеного дослідження магістерської роботи можна сформулювати деякі висновки та рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової політики у сфері готельних послуг.

На рішення клієнта вибрати готель і його бажання зупинитися в цьому ж готелі в майбутньому або порекомендувати його своїм друзям, значною мірою впливає кількість і якість додаткових послуг, які надає готель. Тому одним із головних напрямів удосконалення діяльності готелів є надання клієнтам якомога більшої кількості додаткових послуг, найнеобхіднішими з яких є телефонний зв'язок, послуги громадського харчування (шведські столи, ресторани, бари), паркінг, камери зберігання, газети, квитки, поштові послуги та продаж телеграфних засобів.

Аналіз приміщень, обладнаних різним типом обладнання, показує, що існують відмінності між пропозицією різних елементів обладнання та потребами клієнтів, тобто для одного клієнта певний тип обладнання може бути зайвим, а для іншого клієнта цього може не вистачати.

Одним із головних недоліків сучасного готельного господарства є надлишок багатомісних номерів, і важливим напрямком його вдосконалення є збільшення співвідношення одномісних і двомісних номерів. При цьому готель повинен бути оснащений певною кількістю тримісних і чотиримісних номерів для задоволення потреб сімей або груп.

Ведення ефективного готельного бізнесу не повинно асоціюватися лише з великими готелями в центрі міст. Значна частина споживачів гостинності бажає зупинитися в невеликих готелях не тільки в центрі міста, але й у більш тихих районах подалі від центру міста. Крім того, враховуючи бажання багатьох споживачів залишатися якомога ближче до місця, де їм потрібно бути, стратегію утримання розосереджених невеликих готельних комплексів можна вважати перспективною порівняно з концентрацією діяльності в одному великому готелі.

Оскільки є клас споживачів, які бажають жити не в готельних номерах, а в окремих приватних квартирах, то готелям вигідно здійснювати діяльність, пов'язану з наданням таких квартир, обслуговуванням, прибиранням, розрахунком з власниками тощо. Надання таких квартир знижує попит на готельні номери, але це необхідно, тому що якщо готелі цього не зроблять, вільну ринкову нішу обов'язково займуть конкуренти. Корисно організувати роботу готелів з постійними гостями (як фірмами, так і приватними особами). Такі клієнти можуть розраховувати на певні додаткові послуги або знижки.

Удосконалення процедури бронювання вимагає належної уваги, оскільки навіть в сучасних умовах при недостатній завантаженості готелів все частіше вибирають готелі, ціна і якість яких задовольняють [3]. Важливим фактором для конкурентоспроможності готелю має бути створення належної безпеки розміщення, яка потрібна великому сегменту споживачів, особливо заможним особам та іноземним гостям.

Співробітники готелю повинні серйозно задуматися про обережний і зважений підхід до клієнтів відповідно до принципу «клієнт завжди правий». Непорозуміння з персоналом клієнти називають вагомою причиною наступного разу скористатися послугами іншого готелю. Найбільш схильні до конфлікту клієнтські групи - це люди середнього віку та особи з вищою платоспроможністю.

Результати дослідження показали, що типовою негативною характеристикою додаткових готельних послуг є те, що зі збільшенням кількості наданих послуг знижується їх якість. Організатори готельного господарства повинні знати про існування цієї тенденції та вживати відповідних заходів.

Згідно з матеріалами дослідження, існує тісний прямий зв'язок між рівнем внутрішнього оздоблення та станом здоров'я номера, де клієнт зупинився останній раз, і тим, чи готовий він знову користуватися послугами цього ж готелю.

Тобто кращі умови проживання слід вважати важливим фактором, який сприяє поширенню позитивного повідомлення про готель, залученню нових клієнтів і перетворенню випадкових клієнтів на постійних.

Маркетингові стратегії готельних компаній повинні враховувати існування певної частки клієнтів, які прагнуть задовольнити всі свої бажання комфорту, сплачуючи високу ціну. Виконання таких побажань дуже вигідно для готелів, тому навіть середній (однозірковий) готель повинен мати приватні номери з найкращим обладнанням і сервісом. Номери, розділені за комфортністю, не тільки відповідають реальному розподілу споживачів за доступністю, але й дозволяють готелям збільшувати прибуток за рахунок використання наявних матеріально-технологічних засобів.

Реалізація впровадження рекомендацій сприятиме підвищенню ефективності готельного господарства України.

#### Список літератури

1. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навч. пос. К.: Кондор, 2015. 408с.
2. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів, Видавництво Львівської комерційної академії 2015. 246 с.
3. Туризм і ресторанний бізнес: сучасні тенденції та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.практ. конф.: (тези доповідей) / відп. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2009. 350 с.
4. Україна у цифрах у 2010 році: стат. Зб. К.: Державний комітет статистики України, 2011. 252 с.

УДК 339.138

М.А. Галстян

maksym.halstian@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ЇХ ПІСЛЯВОЄННИЙ РОЗВИТОК

Повномасштабна війна в Україні закономірно змістила акценти з розвитку економіки й інфраструктури на її збереження, підтримку та недопущення більшого спаду.

Всі негативні чинники, що вплинули на економіку, не могли не позначитись і на її головній складовій – маркетингу, комунікаціях зі споживачем та стратегіях розвитку брендів.

Маркетингові комунікації загалом можна визначити як один із видів спілкування між суб'єктами господарської діяльності (бізнесом) та споживачем [1, с. 114]. При цьому, в класичному розумінні таке спілкування має містити вигоди для обох його сторін. З одного боку споживач отримує доступ до інформації про продукт або послугу, після чого приймає рішення щодо його придбання, а бізнес знаходить клієнта, отримуючи можливість задовольнити його потребу та, в майбутньому, зробити його лояльним бренду, що має довгостроковий ефект для розвитку підприємства, а, можливо, і галузі в цілому.

У довоєнний період в Україні розвивалися багато класичних маркетингових комунікацій, таких як реклама, брендинг, програми лояльності, зв'язки з громадськістю (PR).

З початком війни в Україні гостро постало питання доцільності маркетингових комунікацій, стратегій просування та розвитку бренду загалом, оскільки панувала думка, що суспільство було сконцентроване не на особистих потребах та бажаннях задовольнити споживчий інтерес, а на суспільно-важливих цінностях, через що бренди, використовуючи маркетингові активності могли ризикувати репутацією та мати негативні наслідки впливу такої активності і на фінансові показники зокрема.

Проте, після спаду економіки з початком повномасштабної війни в Україні та її стабілізації у 2023 році, компанії почали розуміти, що для відновлення вони не можуть просто зберігати тактику «мовчання» та підтримувати операційну діяльність в подібному форматі. Брендам необхідно продовжувати комунікувати для забезпечення стимулювання продажів або підтримувати свій імідж.

Протягом останнього року було проведено чимало досліджень сприйняття маркетингових комунікацій брендів під час війни. Такі дослідження мали на меті з'ясувати, як саме реагують споживачі на той чи інший вид комунікації, який контекст доречно та варто використовувати, а який – навпаки, є деструктивним для розвитку брендів.

Одне з таких досліджень, проведених для Українського маркетинг-форуму дослідницькою компанією Gradus Research показало «червоні» та «зелені» лінії у комунікаціях. Результати пересічних споживачів також порівняли з думкою маркетинг-фахівців, що дозволило дати розуміння того, наскільки спільнота маркетинг-спеціалістів насправді розуміє своїх споживачів.

Доречним контекстом для респондентів (споживачів) було визначено згадування/зображення сім'ї у комунікаціях (88 %), згадування волонтерства (84 %), згадування благодійності (78 %).

Цікавим є те, що для маркетинг-директорів комунікації щодо згадування/зображення сім'ї, волонтерства та благодійності так само є найважливішими (89 %, 93 %, 93 % відповідно), але, при цьому, для маркетинг-спеціалістів різниця у згадуванні благодійності складає 15 п.п.

Це говорить про те, що для споживача згадування благодійності в маркетингових комунікаціях, хоч і є важливим, але має існувати кордон прийнятності застосування таких заяв.

В той же час, неприйнятними маркетинг-спеціалісти вважають згадування Збройних Сил України (40 %) та згадування чи зображення святкування (27 %). При цьому, споживачі відносяться до таких комунікацій легше, ніж здається маркетинг-директорам брендів, де 67% вважають, що згадувати Збройні Сили України є доречним, а 54% вважають так щодо згадування чи застосування святкування [2].

Дані цього дослідження носять фундаментальний зміст для розуміння настроїв споживачів та допустимих чи недопустимих «клеймів» у маркетинговій активності компаній.

Таким чином, у споживачів є великий запит на соціальну відповідальність, підтримку Збройних Сил України, пропагування волонтерства та благодійності, бажання того, щоб це було підтримано великими компаніями та локальними бізнесами, але, при цьому, не були забуті методи комунікацій для підтримки споживачів, такі як зображення радості та веселощів. Споживачі хочуть бути підтримані психологічно, і це є доречним у маркетингових комунікаціях, якщо використовувати ці методи обережно та з фокусом на основний контекст, описаний вище.

Абстрагуючись від контекстів та рівню їх доречності, варто розглянути методи просування, які напряму пов'язані з комунікацією.

Одним із трендів у маркетингу воєнного часу, які приносили значний ефект компаніям, можна назвати ситуативний маркетинг. Не дивлячись на складність даного інструменту (через необхідність його швидкого запровадження, реагування на поточні інформаційні приводи, короткострокове інформаційне середовище та аналіз поточної ситуації), компанії, які зуміли вдало підібрати подібні інформаційні приводи, отримали безкоштовне просування в соціальних мережах та інших майданчиках для реклами, окрім, звичайно, додаткової фінансової вигоди.

Одним з прикладів вдалого ситуативного маркетингу можна назвати десерти, названі іменами політиків Західних країн. Наприклад, десерт «Джонсонок» від пекарні «Завертайло» привернув увагу багатьох медіа як в Україні, так і за кордоном, що принесло невеликій кондитерській безкоштовне висвітлення в медіа та додатковий потік клієнтів саме заради цього десерту [3].

Крім цього, неперсоналізованим ситуативним маркетингом можна назвати продаж тубусів від використаної зброї в якості подарункової упаковки для алкогольних напоїв. Ситуативність даного виду комунікацій залишається під питанням, оскільки вона все ж є розтягнутою в часі та не є реакцією на конкретну подію, але є реакцією на загальні обставини, що оточують споживачів. Такі товари включають в себе декілька видів комунікацій та методів просування, таких як збори коштів від продажу тубусів та передача їх на потреби Збройних Сил України, що створює у споживача сприйняття соціальної відповідальності компанії та формування у нього лояльності бренду. Крім цього, роблячи покупку тубуса, прибуток з якого піде на благодійні цілі, споживач, швидше за все, зробить і покупку інших товарно-матеріальних цінностей у торгово-роздрібній мережі, що принесе додатковий прибуток підприємству.

Окрім подібних видів комунікацій, бренди схильні робити колаборації одне з одним або створювати власні лінійки продукції, орієнтовані на національні символи, створення у споживача позитивної зв'язки з національною ідентичністю. Подібна реакція брендів вже мала місце у 2014-2015 роках, але в той час місце локальних брендів було не так розвинене, як зараз.

Прикладом таких колаборацій можна назвати кінофестиваль «Нова українська хвиля», організованих Gogol.Media та «Планетою Кіно», в межах якого було показано вісім фільмів, знятих з 2014 року, а після показу кожної стрічки відбувалися обговорення фільму у форматі офлайн-подкасту [4].

Концепція обговорення та спілкування між компанією та споживачем не є новою, оскільки пряма комунікація завжди є однією з основних у формуванні зв'язку між споживачем та брендом, але у цьому випадку можна помітити змістовність, наповненість сенсом, створення позитивного уявлення щодо сучасного кінематографу в Україні. І все це підкріплюється брендом медіа та мережею кінотеатрів, що робить їх прямо дотичними до розвитку цієї культури.

Звичайно, варто також розуміти важливість зв'язки комунікацій із іншими чинниками діяльності компанії, такими як: маркетингова тактика (неефективність довгострокової стратегії розвитку в умовах невизначеності), коректне таргетування аудиторії, оптимізація витрат та вибір найефективніших методів комунікацій з-поміж безлічі доступних, зміна стратегії контенту, орієнтованість на потреби споживачів, а не абстрактне уявлення про такі потреби, а також бути гнучкими та адаптуватися до швидкої зміни зовнішніх та внутрішніх обставин [5, ст. 55].

Післявоєнний розвиток маркетингових комунікацій, в свою чергу, буде враховувати всі обставини поточного періоду та в середньостроковій перспективі не зможе відійти від наведених способів комунікацій та просування.

Це пов'язано з повоєнним ефектом відновлення. Навіть у разі закінчення війни найближчим часом, повернення до довоєнних економічних показників можна очікувати десятиліття (відповідно до прогнозів Національного Банку України та показників падіння економіки у 2022 році)

Крім цього, споживач не зможе швидко підлаштуватися під нові реалії та не зважати на соціально важливі проекти компанії. До прикладу, важливими будуть комунікації, орієнтовані на відновлення та підтримку військових, які повернулись із зони бойових дій. Тобто, підходи до маркетингових комунікацій та активностей після закінчення війни, хоч і будуть мати інший характер, але їх сутність залишиться, видозмінивши головні акценти та фокус уваги споживача на актуальні в майбутньому соціально-важливі питання.

#### Список літератури

1. Хмарська І.А. Сутність та значення комплексу маркетингових комунікацій підприємств / І.А. Хмарська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2011. - №6. Т. 2. – С. 114-118.
2. Червоні лінії в комунікаціях брендів під час війни. *Gradus Research Company*. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/red-lines-brand-communications-during-war/>
3. Данилюк Д. Тренди в комунікаціях і маркетингу воєнного часу. *Bazilik Media*. URL: <https://bazilik.media/trendy-v-komunikatsiiakh-i-marketynhu-voiennoho-chasu/>
4. «Нова українська хвиля»: 19 травня у Києві та Львові стартує кінофестиваль –. *Лірум*. URL: <https://liroom.com.ua/news/film-festival-ukrainian-new-wave/>
5. Maxim Korneyev, Ivan Berezniuk, Volodymyr Dzhyndzhoian, Tatiana Kubakh and Kostiantyn Horb (2022). Business marketing activities in Ukraine during wartime. *Innovative Marketing*, 2022. -№18(3), P. 48-58

УДК 339.138

В. М. Харлім

khvami@yahoo.com

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

## МАРКЕТИНГОВІ ВЕКТОРИ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ ТА КОМУНАЛЬНИМ МАЙНОМ

Використання маркетингових технологій надає значні можливості для створення результативної, інноваційної та гнучкої системи управління державним та комунальним майном. Маркетингові вектори управління державними підприємствами в Україні є важливим інструментом для покращення ефективності та прозорості у використанні державних ресурсів. Щоб визначити ключові пріоритети для наступних років, необхідно врахувати наступні аспекти:

- оцінка та класифікація активів. Провести комплексну оцінку всіх державних активів, визначивши їхню стратегічність та прибутковість.
- легалізація та приватизація. Спростити процес передачі нестратегічних, неефективних та збиткових активів у концесію або приватизацію. Впровадити чіткі правила та процедури для цього.
- формування центру експертизи. Створити центр експертизи в уряді для проведення аналізу та розробки оптимальних стратегій управління державними компаніями.
- прозорість та звітність. Забезпечити відкритість даних про управління державними активами та результати їхньої діяльності. Регулярно публікувати звіти.

- впровадження сучасних технологій. Використовувати цифрові технології для полегшення процесів управління та моніторингу.
- розвиток ринку концесій. Стимулювати розвиток ринку концесій, залучати інвесторів та партнерів для оптимального використання державних активів.
- соціальна та екологічна відповідальність. Враховувати соціальні та екологічні аспекти при управлінні активами, дотримуючись принципів сталого розвитку.

Ці кроки сприятимуть створенню прозорої та ефективної системи управління державною власністю, сприяючи економічному розвитку та зниженню корупційних ризиків.

Всі нестратегічні, неефективні та збиткові активи, що створюють навантаження на державний та місцеві бюджети, мають бути передані в концесію, приватизовані або ж ліквідовані. Це дозволить не тільки наповнити державний бюджет та знизити корупційні ризики, а й знайти ефективних власників для підприємств.

За 9 місяців 2023 року Фонд державного майна України (ФДМУ) залучив 2,7 млрд гривень до держбюджету від приватизації[1]. Це рекордний показник з 2018 року. В середньому, у попередні 5 років приватизація приносила 951 млн гривень за аналогічний період – це майже втричі менше коштів [1]. З початку року ФДМУ знайшов нових власників для 303 державних активів. Найдорожчий – готель Ермітаж в Києві – був проданий за 311 млн гривень. Однак понад 60% лотів – це адміністративна нерухомість, яку підприємці відновлюють та використовують для відкриття, наприклад, нового магазину, офісу чи кафе[1].

З початку року участь в аукціонах взяли майже 1600 підприємців. В середньому за кожен об'єкт змагаються понад 5 підприємців – це на 60% більше, ніж у 2021 році [1].

Система управління підприємствами, що залишаться у державній власності, має бути приведена до стандартів корпоративного управління, затверджених Організацією економічного співробітництва та розвитку.

Для імплементації цих стандартів в Україні вперше прийняті Національні стандарти з управління інноваціями, які гармонізовані з міжнародними та Європейськими стандартами.

Так, стандарт Управління інноваціями – ДСТУ EN ISO 56000:2022 (EN ISO 56000:2021, IDT; ISO 56000:2020, IDT) містить словник та принципи управління інноваціями [2,3]. Цей національний стандарт можуть застосовувати [2,3]:

а) організації, що впроваджують систему управління інноваціями або здійснюють оцінку управління інноваціями. Це може включати компанії, які активно впроваджують нововведення в своїх операціях або розглядають можливості для цього. Вони можуть бути зацікавлені в ефективності, стратегії та результативності інноваційних проєктів.

б) організації, які потребують вдосконалення своєї здатності ефективного управління інноваційною діяльністю. Це можуть бути компанії, які визнають, що їхні поточні методи управління інноваціями можуть бути вдосконалені для досягнення кращих результатів.

с) користувачі, клієнти та заінтересовані сторони. Це група осіб та організацій, які зацікавлені в тому, щоб мати довіру до інноваційних можливостей організації. Це можуть бути клієнти, партнери, фінансові установи, інвестори, університети та органи державної влади.

д) організації та заінтересовані сторони, які прагнуть покращити комунікацію через спільне розуміння термінології. Це може бути важливо для створення спільного розуміння між різними групами людей та організаціями, щоб полегшити співпрацю та обмін інформацією.

е) організатори процесу навчання, оцінки або консультування щодо управління інноваціями та систем управління інноваціями. Це може включати навчальні установи, консультантів та експертів, які працюють з організаціями для розвитку їхніх здатностей у сфері управління інноваціями

f) розробники систем управління інноваціями та відповідних стандартів.

Цей національний стандарт призначений для застосування [2,4]:

а) усіма видами організацій, незалежно від типу, сектору, рівня зрілості чи розміру;

б) до усіх типів інновацій (продукт, послуга, процес, модель, метод тощо, починаючи від поступового до радикального);

в) до усіх типів підходів (внутрішні та відкриті інновації, інноваційна діяльність, орієнтована на користувача, ринок, технологію, дизайн тощо).

Наступний стандарт – Управління інноваціями. Інноваційна адміністративна система. Керівництво (ДСТУ EN ISO 56002:2022 (EN ISO 56002:2021, IDT; ISO 56002:2019, IDT)) надає загальні принципи та вказівки, не уточнюючи конкретні методи чи інструменти для виконання завдань[2,5]. Такий підхід може мати декілька переваг:

- гнучкість. Організації можуть використовувати будь-які підходи та інструменти, які вони вважають найбільш ефективними для свого контексту.

- адаптивність. Загальні вказівки дозволяють адаптувати систему управління інноваціями до різних видів бізнесу, ринків та галузей.

- стимулювання творчості. Організації можуть розробляти власні творчі підходи до інновацій, що може призвести до більш ефективних та унікальних результатів.

- зменшення обтяження. Відсутність конкретних вимог може зменшити адміністративне навантаження на організації та полегшити впровадження системи управління інноваціями.

Звісно, важливою є здатність організації самостійно розробляти та впроваджувати ефективні процеси управління інноваціями відповідно до її конкретних потреб та стратегії.

ДСТУ EN ISO 56003:2022 (EN ISO 56003:2021, IDT; ISO 56003:2019, IDT) - Управління інноваціями. Інструменти та методи для інноваційної співпраці. Керівництво [2,4]. Цей національний стандарт має очевидну практичність, оскільки визначає конкретні кроки та рекомендації для ефективного впровадження інноваційного партнерства [2,5]. Деякі ключові елементи та ідеї:

- структура інноваційного партнерства. Опис структури допомагає організаціям зрозуміти, як ефективно організувати своє інноваційне партнерство. Це може включати в себе аналіз ролей, відповідальностей та процесів.
- інструменти для прийняття рішень. Надання прикладів інструментів для прийняття рішень допомагає організаціям знаходити оптимальні рішення в контексті інноваційного партнерства.
- аналіз прогалин і виявлення партнерів. Важливим етапом є здатність виявити прогалини в інноваціях та залучити відповідних партнерів. Це може включати аналіз та оцінку потенційних партнерів.
- спільна робота та взаємодія. Визначення суті інноваційного партнерства як спільної роботи для спільної вигоди підкреслює важливість взаємодії та вигоди для всіх сторін.
- застосування в різних контекстах. Те, що цей стандарт може застосовуватися в будь-яких організаціях незалежно від їх розміру чи сфери діяльності, робить його гнучким і придатним до використання в різних сценаріях.

Інноваційні партнерства можуть бути ключовим елементом стратегії розвитку, і такий стандарт може виступити як корисний посібник для організацій, які прагнуть розвивати свої інноваційні можливості через співпрацю.

Національний стандарт ДСТУ CEN ISO/TR 56004:2022 (CEN ISO/TR 56004:2020, IDT; ISO/TR 56004:2019, IDT) - Оцінка управління інноваціями. Керівництво [2,6]. Цей національний стандарт допоможе користувачеві зрозуміти, чому корисно проводити оцінку управління інноваціями, що оцінювати, як проводити оцінку управління інноваціями, і яким чином максимізувати отримані переваги [2].

Національний стандарт ДСТУ EN ISO 56005:2022 (EN ISO 56005:2021, IDT; ISO 56005:2020, IDT) - Управління інноваціями. Інструменти і методи для інтелектуального управління власністю. Керівництво [2,6]. В цьому національному стандарті пропонуються рекомендації щодо підтримки ролі інтелектуальної власності в управлінні інноваціями. Він спрямований на вирішення таких питань щодо управління інтелектуальною власністю: створення стратегії інтелектуальної власності для підтримки інновацій в організації; налагодження системного управління інтелектуальною власністю в інноваційних процесах; застосування узгоджених інструментів і методів інтелектуальної власності для підтримки ефективного управління інтелектуальною власністю.

Ефективне управління інтелектуальною власністю (ІВ) є важливим аспектом для розвитку та захисту організацій, особливо в умовах постійних змін та конкуренції на ринку:

- захист інновацій. ІВ може включати патенти, авторські права, товарні знаки та інші форми захисту. Це дозволяє організаціям залишати свої інновації конфіденційними та запобігати їх незаконному використанню конкурентами.
- стимулювання інновацій. Знання, що інтегрується в ІВ, може бути використано для стимулювання нових ідей і творчого розвитку. Знання про те, що інтелектуальною власністю буде захищена, може сприяти більшій активності в інноваційному процесі.
- вартість активів. Інтелектуальна власність може становити значну частку вартості компанії. Управління цими активами ефективно допомагає збільшити загальну вартість організації.
- конкурентна перевага. Захищена інтелектуальна власність надає компанії конкурентну перевагу, оскільки інші компанії змушені перейти через патенти або ліцензії для використання певних технологій або продуктів.
- можливості ліцензування та партнерства. Управління ІВ відкриває можливості для ліцензування та укладання партнерських угод. Це може бути джерелом додаткового доходу та співпраці з іншими компаніями для спільного розвитку продуктів чи послуг.
- попередження конфліктів: Ефективне управління ІВ допомагає уникнути можливих конфліктів з іншими компаніями, що можуть виникнути через порушення прав на інтелектуальну власність.

Пристосування стандартів корпоративного управління до міжнародних та європейських норм сприятиме підвищенню ефективності, прозорості та конкурентоспроможності державних підприємств. Такі стандарти встановлюють найкращі практики управління, забезпечуючи стабільність та довіру як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Національні стандарти з управління інноваціями свідчать про готовність України до інтеграції в світові корпоративні структури та використання передових підходів до управління для стимулювання інновацій та розвитку.

Це також може покращити привабливість українських державних компаній для інвесторів, оскільки вони можуть бачити впровадження міжнародних стандартів як важливий крок у напрямку прозорого та ефективного управління.

#### Список літератури

1. Підсумки приватизації за січень-вересень 2023 року // <https://new.spfu.gov.ua/news/6516f1f4bcfb23d36f5f589d>



2. Керівництва організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Національні стандарти з управління інноваціями// <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=576f24ee-7767-436e-8b91-8a9550e6d2ef&title=KerivnitstvaOrganizatsiiEkonomichnogoSpivrobitnitstvaTaRozvitku-oesr-natsionalniStandartiZUpravlinniaInnovatsiiami>

3. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року// <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text>

4. Про особливості оренди державного та комунального майна у період воєнного стану//<https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-osoblivosti-orendi-derzhavnogo-ta-komunalnogo-majna-u-period-voennogo-stanu-634-270522>

5. Закон України Про комунальну власність в Україні//<https://ips.ligazakon.net/document/JF20P00A?an=3>

6. Поняття і статус підприємства державної форми власності у контексті чинного законодавства України// [https://minjust.gov.ua/m/str\\_4742](https://minjust.gov.ua/m/str_4742)

УДК 655.1+638.16 (477)

В.В. Власюк, Н.М. Сапфірова

[vladvlasiuktr@gmail.com](mailto:vladvlasiuktr@gmail.com), [sapfirova.nm@knutd.edu.ua](mailto:sapfirova.nm@knutd.edu.ua)

<sup>1</sup>*Київський національний університет технологій та дизайну. Київ*

## **АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ БРЕНДІВ МЕДУ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ**

На території сучасного українського державоутворення ведення бджільництва відслідковується щонайменше з X століття. З історичних джерел випливає, що слов'янські народи володіли найбільш вдосконаленою технікою і мистецтвом бджільництва серед відомих націй.

Передумова до створення брендів меду в Україні дагується століттями тому, коли значна частина селян-бджолярів виробляли мед власного виробництва та продавали його на локальних ринках.

Продовженням розвитку сучасного бджільництва стало заснування у 1857 році в місті Перемишляни бджолярської школи, яка стала однією з передових на Галичині і в Європі. Глибоке коріння бджільництва у цих краях підтверджує герб міста на якому зображено бджоли та вулик. Цей факт можна вважати початком становлення фірмового стилю. Однак, перший крок у створенні брендів зроблено в 20-30 роках ХХ століття, коли виникли кооперативи бджолярів та спільні пасіки [3].

Основними ініціаторами брендування українського меду за період незалежності України, при відкритті експорту на зовнішні ринки, – це об'єднання асоціацій бджолярів, які ставлять за мету підвищити якість та популяризувати український мед на світовому ринку.

Станом на сьогодні, в Україні, галузь виробництва меду об'єднує понад 70 000 виробників, більшість з яких мають свої фермерські господарства в сільських районах і володіють значним виробничим потенціалом. Ця галузь дає Україні можливість бути однією з провідних країн-експортерів меду. Проте в ній існують серйозні проблеми, зокрема низький рівень професіоналізму серед бджолярів. Більшість з них є аматорами, і навіть ті, хто прагне працювати на професійному рівні, зустрічає труднощі в отриманні справедливої вартості власного продукту, а також – в утриманні пасік і інвестуванні коштів у подальший розвиток виробництва меду [5].

Ця ситуація виникає через обмежені можливості збуту меду для малих і середніх бізнесів, відсутності належних стимулів для створення продукту з доданою вартістю, низьких цін, які встановлюють заготівельні підприємства та експортери, а також обмеженої культури споживання і обізнаності споживачів щодо меду та продуктів бджільництва.

За останні роки спостерігається тенденція до зниження експортних цін на вітчизняний мед, оскільки на них впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Глобальний ринок характеризується збільшенням обсягів пропозиції, що вимагає від конкурентів змагатися не лише за якість, але й за ціною, і, внаслідок цього, поступово призводить до її падіння. В Україні досі не сформувався регульований ринок меду з чіткими правилами. Тому може швидко зростати кількість потенційних експортерів, які закупають сировину у пасічників за цінами, нижчими від очікуваних, конкуруючи з іншими учасниками ринку. Пасічники також опиняються в несприятливих умовах, іноді погоджуючись на невигідні ціни, щоб забезпечити своє виживання. В результаті такі «вимушені» ціни визначають стандарт для інших учасників ринку.

Національними лідерами у виробництві меду в Україні є 8 областей: Вінницька, Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Житомирська, Миколаївська, Полтавська і Кіровоградська. Ці регіони забезпечують виробництво 70% загального обсягу меду щорічно.

Основним ринком збуту українського меду є країни Європейського Союзу, куди в 2018–2019 роках було експортовано понад 77% від загального обсягу експорту на світовий ринок [1].

Світовий досвід підтверджує, що цілісний фірмовий стиль є інструментом перспективного розвитку брендів бджільництва. Як результат, розробка концепції та елементів брендингу надає можливість створення дій, спрямованих на розширення внутрішнього ринку та на підвищення рівня довіри на світовому ринку [2].

Регіональні особливості відіграють ключову роль у формуванні фірмового стилю брендів меду в Україні. Кожен регіон має свої природні умови та традиції в бджільництві, що відображається у продукції та у візуальній ідентифікації.

- Традиції бджільництва в Україні датуються століттями і мають глибокий культурний контекст.
- Потреби споживачів: Зростання свідомості споживачів щодо користі для здоров'я натурального меду та інших продуктів бджільництва.

Для того, щоб галузь бджільництва та бренди меду були привабливими на ринку, вони потребують високого стандарту якості продукції, впровадження нових технологій та створення унікального образу бренду. Для подальшого аналізу розглянемо деякі регіональні особливості розвитку брендів меду:

1. Західний: мед з цього регіону відомий своєю натуральністю та унікальним смаком, і це відображається в фірмовому стилі брендів, які часто відображають гірську флору та природу Карпат.

2. Полісся: мед з Полісся відзначається своєю загадковістю та вишуканістю, і це розкривається у фірмовому дизайні, який може включати образи старовинних лісових рослин та дерев.

3. Східні регіони: тут мед відомий своєю традиційністю та якістю, і бренди зазвичай використовують народні мотиви та орнаменти у своєму фірмовому стилі.

Взаємодія між брендами меду та регіональними особливостями розвитку виявляється у тому, що кожен бренд намагається використовувати природні ресурси, культурну спадщину та традиції свого регіону для створення унікального образу. Це дозволяє брендам привертати увагу споживачів та позиціонувати свою продукцію як натуральну, якісну та унікальну.

Представник західного регіону: «Мед Карпат». Це родинне господарство, котре займається цією галуззю більше 40 років і утримує понад 1000 бджолородин. Використовує спеціалізований комплекс обладнання та підходів в умовах клімату високогір'я та складного гірського рельєфу. Зазначені особливості відображено у назві, у фірмовому стилі – присутні елементи лінійної ілюстрації гірської місцевості з особливостями місцевої флори та чорно-жовте кольорове рішення.

Представником регіону Полісся обрано бренд «Знатний мед», котрий розташовано в Київській, Житомирській та Чернігівській областях. Розміщення стало ключовою ідеєю власників бренду. Як наслідок, концепція та фірмовий стиль передають особливості регіону та транслюють взаємозв'язок між природою та споживачем. Прослідкувати вказані особливості можна в логотипі – включає графічний елемент соти білого кольору, на якій розміщено коло жовтого кольору, зображення банки, наповненої медом та польові квіти. Взаємозв'язок також підкреслено додатковими елементами рослинності, схожими на орнамент.

Представник східного регіону «Bee Lab». Справа трьох поколінь, що розташована в Харкові. Концепція якої сформована на натуральності, взаємозв'язку з природою. Також для того, щоб відобразити особливість місцерозташування, за основу взято форму логотипу, що відображає назву бренду, а саме – поєднує форму, що нагадує лампу розжарювання з елементами бджоли.

До аналізу взято обмежену кількість брендів, котрі займають лідируючі позиції по зазначеним регіонам. На основі отриманої інформації можна провести взаємозв'язок між брендом меду та його місцерозташуванням. Присутність характерних елементів, які відображаються у концепції та дизайні, мають позитивний вплив на формування диференціації бренду.

Вищеописана проблема зниження цінності медової продукції на ринку України та світу тісно взаємопов'язана з візуальною ідентифікацією бренду. Український мед всесвітньо відомий, але споживачі, через низький рівень візуальної комунікації брендів зі споживачем, не мають сформованої асоціативної ідентичності, що в результаті призводить на зниження вартості на продукцію, а це в свою чергу, стає критичним фактором для виробників меду [4].

За результатами дослідження було встановлено, що медова галузь України має потужний потенціал на внутрішньому ринку та дозволяє входити до провідних країн експортерів меду. Для розвитку галузі однією з основних проблем є низький рівень професіоналізації господарств та обмежені можливості для збуту меду для малого і середнього виробника. Світовий досвід показує, що цілісна ідентифікація за допомогою фірмового стилю є засобом перспективного розвитку підприємств.

На сьогоднішній день споживачі стають більш освіченими завдяки активному розвитку інформаційного простору. Комунікаційна політика підприємств та компаній набуває все більшого впливу на споживачів і формування їхньої купівельної поведінки. Знання та розуміння потреб споживачів, їхніх вимог до продукції і товарів стають ключовими. Можливість задовольняти ці потреби краще і ефективніше, ніж конкуренти, визнається основним чинником успіху для підприємства і формування маркетингової стратегії.

Аналіз брендів меду в різних регіонах України свідчить про важливість регіональних особливостей у формуванні фірмового стилю. Використання природних ресурсів та культурного спадку регіону в дизайні та маркетингу продукції сприяє підвищенню рівня впізнаваності та привабливості брендів на ринку. Такий підхід вважаємо за необхідний для забезпечення успіху для брендів меду в Україні.

#### Список літератури

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.09.2023)
2. Chandler A. D. Strategy and structure; Chapters in the History of the history of the Industrial Enterprises

URL: [https://archive.org/details/strategystructur00chan\\_0](https://archive.org/details/strategystructur00chan_0) (дата звернення: 29.09.2023)

3. Львівські пасіки, або найсолодша частина міста. URL: <https://photo-lviv.in.ua/lvivski-pasiky-abo-najsolodsha-chastyna-mista/> (дата звернення: 29.09.2023)

4. Перспективна галузь: як Україні стати світовим лідером з експорту меду. URL: <https://bakertilly.ua/news/id38632> (дата звернення: 29.09.2023)

Яценко О. М. Проблеми та перспективи розвитку ринку продукції бджільництва України. Зб. наук. праць Таврійського агротехнологічного університету. 2016. № 7. С. 334-340.

УДК 004.415:001.895(477)

Є. Гула<sup>1</sup>, Д. Чупенко<sup>2</sup>

*1123581321s@ukr.net, drchupenko2000@gmail.com*

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## ІННОВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ РОЗВИВАЮЧИХ ВІДЕОІГОР

Сучасний світ важко представити без відеоігор (і комп'ютерних, і мобільних, і навіть VR), адже вони нам дають змогу не лише відпочити після напруженого робочого дня, але й допомагають в ігровій формі вивчити складні речі, котрі просто так людина не може, або не хоче вивчати та запам'ятовувати. Кожен рік створюються все дедалі цікавіші та більш складніші у розробці ігри.

Дизайнери так, як і розробники, як і гейм-дизайнери, та і як інші причетні до розробки фахівці, все більш повинні вигадувати складні, цікаві та трендові дизайни, щоб зацікавити користувача. Це зумовлено тим, що ігри дуже різноманітні, адже дуже різна цільова аудиторія і треба усім догодити. Розглянемо існуючі жанри ігор, а саме:

- Екшн;
- РПГ (Рольові ігри);
- Стратегії;
- Пригодницькі;
- Головоломки;
- Симулятори;
- Хорор (Жахи);
- Гонки.

Кожен з цих жанрів має свої особливості у розробці та дизайні.

Попит породжує пропозицію, а пропозиція попит. Саме тому на ринку дуже багато пропозицій щодо жанрів, сюжетів та направленостей в іграх. Тому буде актуально, описати навіщо потрібні розвиваючі ігри, які є особливості в їх дизайні та завдання цих ігор.

Симулятори, стратегії, шутери, розвиваючі та пригодницькі ігри – велика кількість вибору у світі розваг. Такі ігри є не лише на комп'ютерах, вони є в кожному смартфоні. В них грають не тільки діти, а й дорослі. Навряд чи знайдуться такі люди, які б не стикалися з відеоіграми. Студенти та офісні працівники по дорозі на роботу встигають зіграти.

Навіть багато людей похилого віку вже починають опановувати нові для них технології. Трирічні діти з неймовірною швидкістю опановують сучасні гаджети та вже навіть можуть самі завантажувати все з інтернету.

У світі вже є принаймні одне покоління, яке виросло з достатніми знаннями про комп'ютерні ігри, для того щоб передавати свій досвід своїм дітям.

Люди по-різному думають про користь і шкоду ігор. Деякі вважають, що ігри небезпечні для дитячої психіки: викликають агресію, апатію, звуження кола інтересів, тощо. Інші кажуть, що ці уявлення здебільшого хибні, і припускають протилежне: що гра розвиває мозок та увагу.

Якщо подивитись в минуле на 20 років, то можна побачити як тоді старше покоління мало велику недовіру до комп'ютерних ігор, то сьогоднішні ігри значно розширили свою вікову аудиторію, тобто вже грають і діти з 3-х років, і дорослі до 90 років. За статистикою, близько 60% населення планети грає в ігри (комп'ютерні, мобільні, консольні, VR).

Крім того, більшість геймерів – це дорослі, які цікавляться відеоіграми так само, як і діти та підлітки. Середній вік геймерів 30-40 років[5].

Більшість батьків ретельно стежать за іграми в які грають їх діти. Багато батьків хочуть знайти час для гри зі своїми дітьми.

Для деяких батьків ігри та гаджети є ніби порятунком. З їх допомогою дитина може відразу заспокоїтися. Для цього вам просто потрібно дати дитині планшет або телефон. Батьки можуть використовувати ігри та гаджети як ефективний інструмент для заспокоєння своїх дітей в стресових ситуаціях. Відповідне використання планшета або телефону може допомогти дитині розвантажитися та зосередитися на чомусь

приємному. Проте, важливо враховувати, що ці інструменти повинні використовуватися обмежено та в контексті комплексного підходу до виховання та розвитку дитини [1].

Існує велика кількість розвиваючих відеоігор, а саме: головоломки, словесні, настільні, вікторини, стратегії. І зрозуміло, що для кожної гри придумують свій дизайн. Бувають такі стилі для ігор: реалістичний, стилістичний та абстрактний.

Реалістичний стиль – максимальне наближення візуального та фізичного сприйняття гри до реального.

Стилістичний стиль – стилізація під різні стилі, тобто коли гра зроблена під картунний стиль, аркардний та ін.

Абстрактний стиль – відсутність у грі конкретних об'єктів чи сценаріїв, тобто гравці повинні взаємодіяти абстрактними або символічними елементами.

UI дизайн в розвиваючих іграх має свої особливості, які пов'язані із специфікою жанру цих ігор. А саме:

- Інтуїтивність: UI дизайн в розвиваючих іграх повинен бути дуже простим та зрозумілим для юзерів, особливо для дітей, які не мають достатнього досвіду з ігровими інтерфейсами. Тому важливо розробляти UI з урахуванням вікових особливостей гравців;

- Мультимедійність: у розвиваючих іграх UI дизайн може бути більш мультимедійним, з використанням анімації, звуків та графіки, що допомагають залучити більше увагу юзерів та збільшити їх мотивацію до гри;

- Наочність: UI елементи в розвиваючих іграх мають бути дуже наочними та дуже легкими для розуміння. Для цього варто використовувати яскраві кольори та прості форми, щоб навіть діти могли легко зрозуміти, що відбувається в грі та швидко ввімкнутися у процес;

- Гейміфікація: UI дизайн може бути використаний для гейміфікації процесу навчання, що допоможе збільшити мотивацію та інтерес гравців до навчання. Наприклад, використання системи нагород або досягнень може підвищити зацікавленість юзерів до гри та сприяти їхньому розвитку;

- Адаптивність: UI дизайн у розвиваючих іграх повинен адаптуватися до різних типів девайсів та роздільних здатностей екранів, щоб дати змогу забезпечити максимальну комфортність для гравців.

Підсумовуючи вище написане можна сказати, що UI в іграх повинен бути максимально спрощеним, інтуїтивним, наочним, адаптивним та цікавим [2].

Основні цілі розвиваючих відеоігор:

- Навчання. Основна мета розвиваючих відеоігор — навчити гравців новим навичкам і знанням. Ці ігри створені, щоб бути цікавими та веселими, а також надавати гравцям інформацію;

- Розвиток навичок: відеоігри можуть допомогти юзерам розвинути низку навичок, зокрема вирішення проблем, критичне мислення, прийняття рішень, просторове мислення та координацію рук і очей;

- Мотивація: розвиваючі відеоігри можуть мотивувати гравців навчатися пропонуючи винагороди та виклики, які підтримують їх зацікавленість у грі;

- Персоналізація: розвиваючі відеоігри можна персоналізувати відповідно до стилю навчання та темпу окремих гравців. Це може допомогти гравцям вчитися ефективніше;

- Співпраця: деякі розвиваючі відеоігри створені для заохочення співпраці та командної роботи між гравцями. Це може допомогти гравцям розвинути соціальні навички та навчитися працювати разом для досягнення спільної мети;

- Оцінювання: розвиваючі відеоігри можуть надавати відгук як гравцеві, так і вчителю чи батькам щодо прогресу та продуктивності гравця (дитини, учня). Це може допомогти визначити сильні та слабкі сторони та спрямувати їх подальше навчання [3].

Загалом такі відеоігри можуть бути ефективним інструментом для навчання та розвитку навичок дитини та дорослих, якщо їх правильно спроектувати та впровадити [4].

Отже, після дослідження цього питання, було встановлено, що ринок відеоігор шалено зростає, а також зростає попит на розвиваючі відеоігри. Було також встановлено, що існує багато жанрів ігор та відповідно й стилістики теж. Визначено які є особливості в UI розвиваючих відеоіграх та їх основні цілі.

### Список літератури

1. Komp'uterni ihry. Koryst i shkoda [Computer games. The benefits and harms]. URL: <https://rivnepost.rv.ua/news/kompyuterni-ihri-korist-i-shkoda> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian]

2. Game Design in Real Life: The Benefits of Playing Games. URL: <https://www.gamedeveloper.com/disciplines/game-design-in-real-life-the-benefits-of-playing-games> (Last accessed: 16.02.2023) [in English]

3. Zuzana Václavíková (2019). Game: Experience as an Educational Tool. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/69312> (Last accessed: 18.02.2023) [in English]

4. Red Chimpz (2019). The Importance Of Educational Games for Kids. URL: <https://medium.com/@redchimpzindia/the-importance-of-educational-games-c6e948fcd6b6> (Last accessed: 18.02.2023) [in English]

5. Whitton N. Digital Games and Learning: Research and Theory. New York: Routledge; 2014

6. Minecraft Education Edition. URL: <https://education.minecraft.net/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian]

7. Václavíková Z. Gamification and game-based learning – How to implement them into education. In: 16th

УДК 111.852:004.92:004.94

Н. Сапфірова, М. Малишева

sapfirova.nm@knutd.edu.ua, marmal.1451@gmail.com

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **РОЛЬ ЕСТЕТИЧНИХ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В ДИЗАЙНІ 2D ГРАФІКИ ВІДЕОІГОР**

Відеогра являє собою ігровий процес із можливостями інтерактивних дій і широкого спектру графічного дизайну. Однією з ключових складових успішної презентації відеоігри є її візуальний компонент, який складається із естетичних і функціональних рішень. Вони дозволяють ідентифікувати відеоігру та допомагають гравцеві визначитись із власною поведінковою моделлю в ній. В контексті сучасного стрімкого розвитку інтерактивних технологій дослідження цієї теми є актуальним, оскільки графічне рішення відеоігор відіграє важливу роль у передачі сюжету [2].

Графічний стиль візуалізує дані відеоігри щодо її оформлення через форми цифрового мистецтва: піксель-арт, комікс-стиль, реалістична графіка, а також через малюнок вручну. Відповідно до жанру відеоігри обирається стиль, що має свою індивідуальну естетичну привабливість, здатен створювати психологічно комфортну атмосферу процесу гри та націлений на виконання її завдань і дотримання встановлених правил. Зазначимо, що ігрова аудиторія схильна обирати відеоігри, які мають візуальну дію завдяки яскравим та виразним графічним елементам. Історія розвитку комп'ютерних ігор свідчить, що перші 2D ігри мали базову графіку з простими формами та деталями через обмежені можливості програмного та апаратного забезпечення того часу. Однак, розвиток векторної графіки, поява більш широкого спектру кольорових гама стилів 2D та розробка комп'ютерних програм дозволили втілити графічно більш довершені елементи у віртуальне середовище.

Особливістю піксель-арту можна зазначити ретро-естетику, яка асоціюється зі старим аркадним дизайном і ретро-геймінгом, що було привабливим для споживчої аудиторії як за кордоном, так і на теренах України у 1990-х рр. Стиль зародився у 1970-х рр. і залишається популярним по сьогодні. Його стриманість кольоровою гамою й обмеженість піксельного розширення сприяє імерсії гравця в ігровий процес з посиленням до відповідної епохи. Оскільки результат являє собою невеликі зображення, робочий процес створення піксельних графічних ресурсів для гри є простішими та швидшими порівняно з іншими графічними можливостями. Варто наголосити, що розробники вважають стиль pixel art (піксельний арт) візуально привабливим і прогнозують стабільний попит на нього..

На відміну від піксель арту целулоїдні зображення, виконані вручну, навпаки, спроможні створювати деталізовані та художньо виразні образи. Ця техніка використовувалась при створенні мультиплікаційних фільмів у ХХ сторіччі. Як приклад, двомірна відеогра «Cuphead», яка була створена за допомогою цього графічного методу, де кожний рух окремого елемента був намальований мультиплікаторами вручну. Трудомісткий процес виконання вимагав великої кількості часу і складався із докладної обробки сотен кадрів. Ефект коливання або "кипіння" зображення досягався шляхом ручної прорисовки персонажа в одному положенні тричі. На відміну від цифрового малюнка, в цьому випадку та сама лінія не може бути ідентичною. Подібний стиль особливо ефектний у рольових іграх або при інтерактивній драмі, оскільки дозволяє передати глибокі емоції та переживання персонажів.

Комікс-стиль, доволі яскравий і графічно експресивний, розрахований на аудиторію, яка не зосереджена на складності виконання завдань відеоігри, звертає увагу на її візуальну частину і вимагає психологічного комфорту в якості легкого і гумористичного настрою [3].

Варто розглянути вплив колірної палітри на естетичну складову відеоігри, спонукаючи гравця до певних емоційних станів в залежності від тональності чи яскравості обраної графіки. Ахроматична палітра, до якої належить білий, чорний і відтінки сірого кольору, обирається за контрастом і тональністю. Сфера її використання – драматичні, емоційно напружені проекти. Аналогові кольори, близькі один до одного на колірному спектрі, і монохроматичні, однотонні кольори знайшли застосування у головоломках, а компліментарні – де потрібно акцентувати наявність предмету чи дійову особу гри.

Графічний дизайн використовує візуальні і психологічні можливості кольорів для визначення об'єктів, територіальних зон чи підсилення фону в певних сценах гри. Так, вважають, що яскравий червоний може асоціюватися з небезпекою або агресією, тоді як блакитний може надавати відчуття спокою та безпеки.

Кольори відіграють значну роль в ідентифікації гри. Наприклад, відеогра «Limbo» використовує монохромну палітру з відтінками сірого для створення атмосфери містичної та загадкової пригоди.

Анімація є невід'ємною частиною функціональної складової графіки. Вона допомагає створити реалістичність у рухах персонажів та об'єктів, а також невербально інформує гравця щодо подій у грі. Виходячи з цього, анімація рухів в поєднанні із зручним інтерфейсом може покращити рівень імерсії і зробити його більш глибоким, надаючи гравцеві можливість отримати індивідуальний досвід.

Анімаційні ефекти також використовуються для визначення ключових подій або взаємодії в грі. Таким чином, «світлові мерехтіння» під час атаки або успішного завершення завдання можуть бути залучені аби посилити відчуття досягнення мети або важливих подій [2].

Ефективний UI (призначений для користувача інтерфейс) – також важливий аспект графічного дизайну відеоігор. Зазначимо, що він повинен бути не лише естетично приємним, але і зручним для користувача. Елементи інтерфейсу повинні відповідати наступним вимогам: бути легко розпізнаваними та надавати користувачу необхідну інформацію у доступній, зручній формі. Наприклад, іконки, кольори та шрифти в UI можуть орієнтувати щодо важливості певних об'єктів або інформації. Якісно розроблений UI дозволяє гравцям легко взаємодіяти з грою, без відволікаючих або заплутаних елементів [1, с. 44].

Локації та оточення гри є ще однією важливою частиною графічного дизайну. Вони підтримують сюжетну лінію, створюють світ гри, чим впливають на настрої учасника. Наприклад, деталізованість фону може вплинути на відчуття реалізму ігрових дій. Графіка також може використовуватися для створення певних настроїв. Темні та жахливі локації можуть створити напруженість і відчуття небезпеки, в той час, як яскраві та мальовничі місця можуть надавати грі легкого, радісного, заспокійливого характеру.

У мистецтві просторове відображення часто включає розподіл простору на три відмінні частини: передній план, середній план та задній план. Ці сегменти допомагають зобразити різні відстані суб'єктів у творі мистецтва. Створення зображення з глибиною та об'ємом привертає увагу глядачів, оскільки вони сповільнюються, щоб розглянути, як різні елементи взаємодіють в межах кадру. Відповідно, у сцені передній план – це частина, яка найближча до камери та глядача, переважно розташована внизу. Зворотний бік – це найвіддаленіша частина від камери, зазвичай найближча до горизонту. Все, що знаходиться між переднім та заднім планом, стає золотою серединою, полем для розміщення важливої для гравця візуальної інформації [4].

Попри те, що 2D ігри є плоскими зображеннями без третього виміру, розробники намагаються представити їх як тривимірні світи. За винятком абстрактних ігор, художники використовують різні техніки для передачі глибини, створюючи ілюзію тривимірної сцени з різноманітними світловими та тінювими ефектами. До ефективних підходів для досягнення цієї ілюзії відносять паралакс, накладання, атмосферна перспектива, освітлення, тіні, розмір та рівень деталізації зображення сцени.

Графічний дизайн також впливає на керованість ігрових об'єктів та персонажів. Якщо графіка не чітко передає рухи та дії персонажа, це може спричинити фрустрацію у гравця та погіршити геймплей. Деталізований і чіткий дизайн персонажів та об'єктів дозволяє гравцям обирати кращий рівень взаємодії і контролю над ними.

Технологічні досягнення в сфері графічного дизайну дозволяють розробникам реалізовувати нові підходи та ефекти, які раніше були неможливі. Один з прикладів – це використання технології реалістичного трасування променів (ray tracing), яка дозволяє досягти фото реалістичної графіки з винятковими ефектами світла та тіней. Ця технологія додає реалізму грі та покращує імерсію [1, с. 58].

Таким чином, аналіз естетичних і функціональних особливостей складових графічного дизайну дозволив зробити наступні висновки. Висока якість 2D графічного рішення відеоігри у поєднанні із її зручним інтерфейсом впливає на попит споживачів даного продукту. Ефектний графічний стиль та естетика дизайну можуть привернути увагу та зацікавленість аудиторії [5]. Слід також зазначити, що інновації в графічному дизайні відеоігор є важливим і необхідним чинником для розробки ігрового процесу і отримання ігрового досвіду як кінцевого результату.

Отже, графічний дизайн є надзвичайно важливою складовою відеоігор, який впливає на геймплей, настрої учасників ігрового процесу та формує індивідуальне враження від отриманого досвіду. Естетичні та функціональні аспекти графічного дизайну безпосередньо впливають на індивідуальний імерсивний досвід гравців.

#### Література

1. Пайхель М. В. Особливості використання 2D та 3D-графіки в сучасній анімації: дипломна бакалаврська робота за спеціальністю 022 Дизайн. Наук. кер. Р. В. Хиневич; рец. О. М. Пасько. Київ: КНУТД, 2023. 90 с.
2. Exploring graphics visual styles in games: веб-сайт. URL: <https://fgfactory.com/exploring-graphics-visual-styles-in-games> (дата звернення: 28.09.2023).
3. Game style creation: enhancing player experience through graphics: веб-сайт. URL: <https://retrostylegames.com/blog/game-style/> (дата звернення: 27.09.2023).
4. Gupta, K. (n.d.). How to Use Foreground, Middleground, and Background in Photography. URL: <https://expertphotography.com/foreground-middleground-background/> (дата звернення: 27.09.2023).
5. Solarski Ch. The aesthetics of game art and game design: веб-сайт. URL: <https://www.gamedeveloper.com/design/the-aesthetics-of-game-art-and-game-design> (дата звернення: 28.09.2023).

*Платформа 6. ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПУ ДО СУЧАСНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ У ПРОЄКТИ ERASMUS+ VEHUB4YOU*

A. R. Gagliardi,<sup>1</sup>; P. Magliocca,<sup>2</sup>; R. Canestrino,<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of Economics, University of Foggia, ARG, Foggia, Italy

<sup>2</sup>Department of Law, University of Foggia, PM, Foggia, Italy

<sup>3</sup>Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi, Parthenope University of Naples, RC, Napoli, Italy

## **THE ROLE OF VEHUB4YOU PROJECT IN ACCELERATING DIGITAL TRANSFORMATION IN BUSINESS EDUCATION**

### **RESEARCH POSITIONING AND RESEARCH QUESTION DEVELOPMENT**

Educational institutions at all levels are experiencing epochal environmental changes, beginning with the rise of digital technologies and the implementation of new learning spaces and methods (Fey, 2022; Petrolo et al., 2023). Several research studies have been conducted on the impact of COVID-19 on educational institutions and on possible forecasts of post- COVID-19 educational trends (Sintema, 2020). The emphasis has been on how and what changes the introduction of digital technologies to the education sector will bring over time (Bogomolova et al., 2022). The potential benefits and drawbacks for both instructors and students have been analysed, and the only conclusion that can be reached with certainty is that COVID-19 has profoundly transformed the educational sector (Arcelay et al., 2021; Khan, 2021). These changes will also affect business education. According to Schobel et al. (2022), the learning of this discipline in an online context would be more straightforward and attractive than traditional educational approaches.

The VIRTUAL YOUTH BUSINESS HUBS INTERNATIONAL NETWORK -

VEHUB4YOU project uses digital technologies to transfer business knowledge from the European Union to young people from eastern partner countries. The goal of the VEHUB4YOU project will be to enhance the quality of business training by facilitating access to contemporary European education. This will be accomplished both at the organisational level, through the promotion of entrepreneurial learning, and at the level of the individual project participants through acquiring skills to plan a business, market products, and obtain the resources necessary to start a business. The ultimate objective will be to update the educational programmes of schools, colleges, and universities following the latest trends in virtual learning, thereby enhancing the effectiveness of virtual education.

This literature review is based on three research questions:

RQ1: How does the literature address the development of soft skills (the goal of the VEHUB4YOU project) to boost youth employment?

RQ2: How can the different types of virtual exchanges be promoted and managed (objective of the VEHUB4YOU project), to allow younger people to benefit from intercultural and international experiences?

RQ3: What are the main gaps in research and the potential directions to advance this domain of literature?

### **RESEARCH DESIGN**

In response to the question regarding advanced research, this review employs thematic analysis to identify the major issues examined in previous studies and their potential to support the implementation of the VEHUB4YOU project's objectives. Web of Science and Scopus by Clarivate Analytics are the most frequently used databases for literature reviews. According to Bargoni et al. (2023), the authors gathered data from the Scopus database due to its extensive coverage within the business management domain.

First, the authors advanced a keyword search on papers' title, abstract and keywords recurring to the following search string: ( TITLE-ABS-KEY ( "digital technolog\*" ) OR TITLE-ABS-KEY ( "digital transformation" ) OR TITLE-ABS-KEY ( "digitalisation" ) AND TITLE-ABS-KEY ( "business education " ) ). Fifty-eight documents were identified, which has been further reduced by language. As a result, 56 articles were assessed for eligibility. Title, abstract, and keywords were analysed until the authors manually selected 53 papers for review.

### **PRELIMINARY FINDINGS**

Through the identification of two main thematic areas, our SLR aims to promote the activities that form the basis of the VEHUB4YOU project, namely to promote intercultural dialogue and the development of soft skills among the various stakeholders and, as a result, to provide students with a high-quality international, intercultural, formal, and non-formal education in an online setting. The first cluster emphasises the significance of developing soft skills to increase youth employment in virtual exchange through effective case study methodology (García et al., 2021; Tham et al., 2023). The second cluster focuses on promoting and managing various types of virtual exchanges that will enable an increasing number of young people to benefit from intercultural and global experiences. Overcoming physical limitations, the various virtual educational activities promote theoretical and

experiential learning and intercultural exchanges, enhancing students' intercultural competencies (Zwerg-Villegas & Martnez-Daz, 2016; O'Connor et al., 2021). Based on Adinolfi and Giancotti (2021), and Ngoasong et al. (2021), students become co-producers of teaching sessions due to the increased flexibility of educational activities and expanded opportunities for interactive learning.

#### DISCUSSION AND IMPLICATIONS

The results of this study will provide valuable information to researchers and professionals interested in the development of the VEHUB4YOU project, as well as to the promotion of various types of virtual exchange and the development of soft skills within the educational sector. By providing an overview of existing knowledge, this review contributes to a deeper understanding of the crucial virtual exchange mechanisms for access to modern European education. In addition, it will identify potential research avenues and practical implications for schools, colleges, and universities seeking to improve virtual education initiatives.

#### References

1. Adinolfi, P., & Giancotti, F. (2021). Pedagogical triage and emergent strategies: A management educational program in pandemic times. *Sustainability*, 13(6), 3519. doi: 10.3390/su13063519
2. Arcelay, I., Goti, A., Oyarbide-Zubillaga, A., Alberdi, E. & Garcia-Bringas, P. (2021). Definition of the future skills needs of job profiles in the renewable energy sector, *Energies*, 14(9), 2609. doi: 10.3390/en14092609.
3. Bargoni, A., Alon, I. & Ferraris, A. (2023), A systematic review of family business and consumer behaviour, *Journal of Business Research*, 158, 113698. doi: 10.1016/j.jbusres.2023.113698
4. Bogomolova, E.A., Ovchinnikova, Y.S. & Nikolaeva, I.V. (2022). Digital Formats, New Requirements in the Field of Professional and Business Education, *Lecture Notes in Networks and Systems*, 304, 875 – 882. doi: 10.1007/978-3-030-83175-2\_106.
5. Fey, C.F. (2022). A Perspective on the Potential of Chinese Business Schools: A Call for Greater Attention to Context, Differentiation, and Developing an Indigenous Model, *Management and Organization Review*, 18(5), 982 – 999. doi: 10.1017/mor.2022.19.
6. García, L. D. G., & Cabañas, M. A. (2021). Teaching with the case method: Opportunities and problems since the COVID-19 pivot to online. *Accounting Research Journal*, 35(2), 109– 120. doi: 10.1108/ARJ-09-2020-0298
7. Khan, M. (2021). COVID-19's impact on higher education: A rapid review of early reactive literature. *Education Sciences*, 11(8), 421–434. doi:10.3390/educsci11080421
8. Ngoasong, M. Z. (2021). Curriculum adaptation for blended learning in resource-scarce contexts. *Journal of Management Education*, 10525629211047168. doi: 10.1177/10525629211047168
9. O'Connor, C., Mullane, K., & Luethge, D. (2021). The management and coordination of virtual teams in large classes: Facilitating experiential learning. *Journal of Management Education*, 45(5), 739–759. doi: 10.1177/1052562921995550
10. Petrolo, D. Fakhar Manesh, M. & Palumbo, R. (2023). Unpacking business, management, and entrepreneurship education online: Insights from a hybrid literature review. *International Journal of Management Education*, 21(2), 100812. doi: 10.1016/j.ijme.2023.100812
11. Schobel, S. M., Janson, A., & Leimeister, J. M. (2022). Gamifying online training in management education to support emotional engagement and problem-solving skills. *Journal of Management Education*. doi: 10.1177/10525629221123287.
12. Sintema, E. J. (2020). Effect of COVID-19 on the performance of grade 12 students: Implications for STEM education. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 16(7), em1851. doi:10.29333/ejmste/7893
13. Tham, A., de Villiers Scheepers, M., Grace, A. & Ashton, A.S. (2023). Assurance of learning in business education – what exactly are we assuring, and whose business should it be?, *Quality Assurance in Education*. doi: 10.1108/QAE-03-2023-0051
14. Zwerg-Villegas, A. M., & Martínez-Díaz, J. H. (2016). Experiential learning with global virtual teams: Developing intercultural and virtual competencies. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación*, 9(18), 129–146. doi:10.11144/Javeriana.m9- 18.elgv



<sup>1</sup> Professor, Doctor of Science, Technology and Innovation Management Group, D-MTEC, Swiss Federal Institute of Technology in Zürich ETH Zurich, Zurich, Switzerland, Kyiv National University of Technologies and Design (KNUVD), Kyiv, Ukraine <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9819-578X>

<sup>2</sup> Rector, Associate Professor of Mingachevir State University, Mingachevir, Azerbaijan

<sup>3</sup> Professor, Doctor of Science, Division of Management and Quality, Warsaw University of Technology, Warsaw, Poland <https://orcid.org/0000-0001-5932-6580>

<sup>4</sup> Associate Professor of the Department of Business Administration, Tallinn University of Technology (TalTech), Tallinn, Estonia <https://orcid.org/0000-0002-4541-4632>

<sup>5</sup> Doctorate Student, Department of Department of Management and Smart Innovations, Kyiv National University of Technologies and Design (KNUVD), Kyiv, Ukraine <https://orcid.org/0000-0002-9769-4867>

<sup>6</sup> Research Fellow, School of Business, Communication and Computing, St. Paul's University, Nairobi, Kenya

## **ADVANCING INNOVATION, GLOBAL EDUCATION AND INTERCONNECTION: VIRTUAL EXCHANGES IN HIGHER EDUCATION AND YOUTH SUPPORTED BY ERASMUS+ VEHUB4YOU PROJECT**

**Introduction.** In the rapidly evolving landscape of global education, the European Commission's Erasmus+ initiative Virtual Exchanges in higher education and youth stands as a beacon of innovation and collaboration. This initiative represents a vital step forward in promoting global interconnection, sustainable development, and equal access to knowledge. Virtual Exchanges in higher education and youth embraces the power of virtual exchanges to bridge continents, cultivate young talent, and champion the values of European education. In the ever-evolving landscape of education, the VEHUB4YOU project emerges as a beacon of innovation and transformation. This groundbreaking initiative, driven by the consortium of visionary members, is poised to redefine the future of education. By establishing a network of 70 international virtual business hubs across schools, universities, and rural libraries in Ukraine and Azerbaijan, VEHUB4YOU seeks to unleash the potential of high school pupils, college students, and university students, regardless of their economic specialization.

### **1. Empowering Higher Education Through Virtual Exchanges**

Virtual Exchanges in higher education and youth initiative recognizes the significance of virtual exchanges as a powerful tool for intercultural dialogue and soft skills development. It breaks down geographical barriers, granting every young person access to high-quality international and cross-cultural education. While it acknowledges that virtual experiences cannot fully replace physical mobility, it firmly believes that participants in virtual exchanges can reap many benefits similar to those gained from traditional international educational experiences. The COVID-19 pandemic posed unprecedented challenges to global mobility. However, digital platforms emerged as valuable tools to partially address these constraints. VEHUB4YOU leverages these technologies to connect and educate young minds, underscoring the resilience of education in the face of adversity. It showcases the adaptability of the Erasmus+ initiative to ensure that learning continues, even when physical mobility is restricted. One of Virtual Exchanges in higher education and youth initiatives core objectives is to disseminate European values through education. By facilitating intercultural dialogue with third countries not associated with the Programme, the project fosters tolerance and mutual understanding. It recognizes the role of digital, youth-friendly technologies in promoting European ideals of freedom, tolerance, and non-discrimination worldwide. Virtual Exchanges in higher education and youth aims to enhance critical thinking and media literacy among participants, enabling them to navigate the internet and social media while countering discrimination, indoctrination, polarization, and violent radicalization. Moreover, it seeks to develop digital and soft skills, including foreign language proficiency and teamwork, to bolster employability among students, young people, and youth workers.

### **2. Strengthening the Youth Dimension, Innovative Learning and Collaboration**

The project has a broader vision – to reinforce the youth dimension in the EU's relations with third countries. By engaging with partners from diverse regions, including the Southern Neighbourhood and Sub-Saharan Africa, VEHUB4YOU establishes a global community of learners committed to a brighter future. It embodies the European Commission's commitment to fostering international cooperation and mutual respect. VEHUB4YOU is more than an educational project; it's an experimental platform for innovation. It envisions a future where education transcends boundaries, blending traditional methods with interactive, user-centric approaches. The initiative supports online-facilitated discussions, training for youth workers, students, and university staff, and interactive online courses. Through these activities, VEHUB4YOU aims to foster a community of learners who actively engage in knowledge exchange and collaborative learning.

### **3. The Future of Education Unveiled: VEHUB4YOU Shaping Innovation, Impact, and Global Learning**

#### *3.1. Innovations in Higher Education*

At the heart of the VEHUB4YOU project lies a commitment to fostering innovations in higher education. By bridging the gap between European universities and educational institutions in Ukraine and Azerbaijan, this initiative ensures the exchange of cutting-edge knowledge and business practices. It heralds a new era where education transcends borders, enabling learners to access modern European education.

### *3.2. The Impact of the European Union*

The European Union plays a pivotal role in empowering projects like VEHUB4YOU. With its support, this initiative can drive change on a global scale. By sharing business courses and teacher expertise, European universities contribute to the educational advancement of youth in Eastern Partnership countries, promoting European values and ideals.

### *3.3. The Significance of Virtual Exchange*

VEHUB4YOU recognizes the transformative power of virtual exchanges. In a world where physical mobility is constrained by factors like the COVID-19 pandemic and geopolitical conflicts, virtual exchanges provide a lifeline to global learning. They break down geographical barriers and democratize education, making it accessible to young minds in Ukraine, Azerbaijan, and beyond.

### *3.4. Global Learning*

The project's impact extends far beyond its geographical boundaries. By involving 220 participants from the Southern Neighbourhood and Sub-Saharan Africa, VEHUB4YOU fosters a global community of learners committed to entrepreneurship and international collaboration. It equips youth with the skills needed to thrive in a globalized world.

### *3.5. Networking-Based Learning and Experimental Development*

VEHUB4YOU pioneers a novel approach to education – networking-based learning. By establishing a network of virtual business hubs, it creates a dynamic ecosystem for knowledge exchange and co-learning. This collaborative approach empowers students and young entrepreneurs to learn from each other, fostering innovation and creativity.

### *3.6. Collaboration with the Business Community*

One of the project's cornerstones is collaboration with the business community. By partnering with businesses and providing access to the best business practices, VEHUB4YOU equips young entrepreneurs with the tools they need to succeed. This collaboration is a two-way street, where businesses also benefit from fresh perspectives and innovative ideas from young minds.

### *3.7. Transforming the Role of Universities*

VEHUB4YOU envisions a transformative role for universities in the educational ecosystem. They serve as facilitators and conduits of innovation, bridging the gap between formal education and real-world entrepreneurship. Universities become hubs of entrepreneurial learning, preparing students for the challenges of the modern business landscape.

### *3.8. Youth and Business Collaboration*

At its core, VEHUB4YOU is a testament to the power of youth-business collaboration. It empowers young minds to take charge of their futures, equipping them with the skills to plan, market, and create their businesses. This synergy between youth and business not only drives economic growth but also cultivates a culture of entrepreneurship.

### *3.9. Access to International Programs Amidst War*

For young people in Ukraine, a country marred by war, and other regions with limited physical mobility, VEHUB4YOU offers a lifeline. By providing access to international programs and youth projects, this initiative becomes a beacon of hope and opportunity. It empowers young Ukrainians to transcend the challenges they face and become active participants in the global community.

### *3.10. Cross-National Business Faculties Collaboration*

VEHUB4YOU goes beyond traditional educational boundaries by promoting cross-national collaboration among business faculties. This initiative encourages universities from different countries to join forces and create co-creation curriculums. By pooling their resources and expertise, they enhance the quality of education and expose students to a broader spectrum of knowledge and perspectives.

### *3.11. Multinational Stakeholders Network Creation*

In the pursuit of fostering innovation and global learning, VEHUB4YOU focuses on the creation of a multinational stakeholders network. This network brings together educational institutions, businesses, youth organizations, and other stakeholders from diverse geographical locations. It creates a vibrant ecosystem where ideas, experiences, and opportunities flow freely, enriching the educational landscape.

## **Conclusion**

VEHUB4YOU is not just a project; it's a vision of the future of education. It stands as a testament to innovation, impact, and global learning. By breaking down barriers, fostering collaboration, and equipping youth with the skills they need to succeed, this initiative embodies the spirit of the European Union's commitment to education and empowerment. Through VEHUB4YOU, we envision a future where education knows no boundaries, where young minds from diverse backgrounds come together to shape a brighter, more entrepreneurial world. Erasmus+ VEHUB4YOU is a pioneering initiative poised to redefine global education. By harnessing the power of virtual exchanges, it promotes intercultural understanding, empowers youth, and spreads European values. This project transcends borders, enriching the educational experience of students, young people, and youth workers around the world. It is a testament to the European Commission's dedication to creating a brighter, interconnected future for all.

Through VEHUB4YOU, we envision a world where education knows no boundaries, where every young person has access to knowledge and skills needed for success in a rapidly changing world.

### References

1. Cherniavska, O.V., Cherniavska, O.D., Bayramov, S.V., Magliocca, P., & Pascalau, R. (2023). Sustainability and Innovation: New Roles of Universities in Ensuring Economic Growth and Achieving Global Sustainable Development Goals. In Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (25 квітня 2023 р., м. Київ) (pp. 190).
2. Kasych, A.O., & Cherniavska, O.V. (2023). Implementation of the EDU 4.0 Concept in Universities as the Basis for Business Partnership Development [Імплементация концепції EDU 4.0 в університетах як основа розвитку партнерства з бізнесом]. In I.M. Gryshchenko, A.O. Kasych, & I.O. Tarasenko (Eds.), *Strategic Guidelines for the Development of Partnerships between the State, Business, and Science in the Context of Post-War Recovery in Ukraine* (pp. 267). Kyiv: Kyiv National University of Technologies and Design (KNUTD) [Стратегічні орієнтири розвитку партнерства держави, бізнесу та науки в контексті повоєнного відновлення України, за ред. д.е.н., проф., академіка НАПН України І. М. Грищенко, д.е.н., проф. А. О. Касич, д.е.н., проф. І. О. Тарасенко, 2023].
3. Helm, F., Baroni, A., & Acconcia, G. (2023). Global citizenship online in higher education. *Educational Research for Policy and Practice*.
4. Cherniavska, O. V., & Ннупа-Chernevetska, L. V. (2019). International Network Business Education: Experience in Building and Implementing an Innovative International Master's Program Funded by the European Union [Міжнародна мережева бізнес освіта: досвід розбудови та впровадження інноваційної міжнародної магістерської програми з фінансуванням Європейського Союзу]. Тези доповіді на XVIII Міжнародній науково-практичній конференції "Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології," проведеної 19-20 вересня 2019 року в Києві, МОН України. Retrieved from <http://www.uinte.kiev.ua/news/xviii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferenciya-pobudova-informaciyного-suspilstva-resursy-i>
5. Lee, J., Leibowitz, J., & Rezek, J. (2022). The Impact of International Virtual Exchange on Participation in Education Abroad. *Journal of Studies in International Education*, 26(2), 202–221.
6. Lee, J., Leibowitz, J., Rezek, J., Millea, M., & Saffo, G. (2022). The Impact of International Virtual Exchange on Student Success. *Journal of International Students*, 12(S3), 77–95.
7. Lehotska, N., Tomaš, Z., & Vojtkulakova, M. (2022). Addressing Media Literacy through an International Virtual Exchange: A Report of One ESL-EFL Collaboration. *TESL-EJ*, 25(4).
8. "Reflection Paper towards a Sustainable Europe by 2030," European Commission, 2019. [https://commission.europa.eu/system/files/2019-02/rp\\_sustainable\\_europe\\_30-01\\_en\\_web.pdf](https://commission.europa.eu/system/files/2019-02/rp_sustainable_europe_30-01_en_web.pdf)
9. "Virtual Exchanges in Higher Education and Youth," European Commission. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/programme-guide/part-b/key-action-1/virtual-exchanges>
10. "What is Virtual Exchange?" Evolve. <https://evolve-erasmus.eu/about-evolve/what-is-virtual-exchange/>
11. "Digital Europe Programme's Multiannual Work Programme for 2023 - 2024 - Main," European Commission, 2023. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-europe-programmes-multiannual-work-programme-2023-2024>
12. Helm, F., & van der Velden, B. (2019). Erasmus+ Virtual Exchange: 2018 Impact Report (Report No. EC-02-19-388-EN-N). European Union.
13. "Europe's Digital Decade: Digital Targets for 2030." [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en)
14. "Proposal for a Decision Establishing the 2030 Policy Programme 'Path to the Digital Decade'." <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/proposal-decision-establishing-2030-policy-programme-path-digital-decade>
15. European Commission (2021), Directorate-General for Research and Innovation, Renda, A., Schwaag Serger, S., Tataj, D. et al., *Industry 5.0, a transformative vision for Europe – Governing systemic transformations towards a sustainable industry*, Publications Office of the European Union, <https://data.europa.eu/doi/10.2777/17322>

## КОНЦЕПЦІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

Концепція віртуального підприємства стала актуальною в умовах сучасних технологічних та економічних трансформацій, особливо в контексті смарт-економіки. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки складаються з таких компонентів [1-7]:

1. Географічна розсіяність – віртуальні підприємства можуть об'єднувати розпорошені географічно елементи, які працюють разом в режимі онлайн, що дозволяє використовувати найкращі ресурси та експертизу незалежно від їхнього місця розташування.

2. Використання інформаційних технологій – віртуальні підприємства активно використовують різноманітні інформаційні технології для управління процесами, комунікаціями та співпрацею між учасниками.

3. Гнучкість та адаптивність – віртуальні підприємства можуть швидко реагувати на зміни в ринкових умовах.

4. Цифрова трансформація – віртуальні підприємства використовують передові цифрові технології для управління усіма аспектами бізнесу, включаючи виробництво, маркетинг, обслуговування клієнтів та логістику.

5. Онлайн-комунікації – всі комунікації здійснюються через інтернет, використовуючи електронну пошту, чати, відеоконференції та інші засоби зв'язку.

6. Робота в хмарі – використання хмарних технологій для зберігання та обробки даних, що дозволяє підприємствам отримувати доступ до ресурсів без необхідності великих витрат на інфраструктуру.

7. Електронна торгівля – віртуальні підприємства активно використовують платформи електронної торгівлі для продажу своїх товарів та послуг.

8. Аналітика даних – збір і аналіз великих обсягів даних допомагає виробляти точні прогнози, оптимізувати стратегії та приймати управлінські рішення.

Ці компоненти дозволяють віртуальним підприємствам бути більш ефективними, швидше реагувати на ринкові та технологічні зміни та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів в онлайн-середовищі [1; 5; 7].

В умовах смарт-економіки, де інформаційні технології використовуються для оптимізації всіх аспектів бізнес-процесів, віртуальні підприємства можуть виявитися особливо ефективними. Так, основними особливостями віртуального підприємства в умовах смарт-економіки є [2; 4; 6]:

- електронна платформа (віртуальне підприємство базується на електронних платформах для комунікації, транзакцій та взаємодії з клієнтами);

- глобальний доступ (віртуальні підприємства можуть працювати глобально, взаємодіючи з клієнтами та партнерами з будь-якої точки світу);

- спільна економіка (віртуальні підприємства можуть вигідно використовувати концепції спільної економіки, такі як платформи для обміну ресурсами або спільного використання послуг);

- висока автоматизація (використання технологій для автоматизації бізнес-процесів, що забезпечує ефективну та швидку роботу);

- віддалена робота (застосування принципів віддаленої роботи для залучення та утримання талановитого персоналу, незалежно від їхнього місця розташування);

- цифрова безпека (значна увага приділяється заходам забезпечення цифрової безпеки та конфіденційності інформації);

- аналітика та Big Data (використання аналітики та великих обсягів даних для прийняття рішень та вдосконалення стратегій);

- гнучкість та швидкість реакції (здатність швидко адаптуватися до змін в умовах ринку та швидко реагувати на зміни попиту).

Віртуальний бізнес – це захоплюючий напрямок, який відкриває нові можливості для бізнесу та сприяє створенню більш гнучких та ефективних моделей підприємництва. Бізнес-процеси в інформаційній економіці можуть бути вкрай різноманітними, але деякі загальні риси можна охарактеризувати так [3; 5; 7]:

- цифрова орієнтованість: багато бізнес-процесів в інформаційній економіці базуються на обробці та аналізі цифрових даних. Відповідно, використання віртуальних підприємств може полегшити автоматизацію цих процесів;

- глобальний доступ: смарт-економіка часто вимагає глобальної взаємодії, де віртуальні підприємства можуть забезпечити доступ до ресурсів та експертів з різних частин світу, що сприяє глобальній співпраці;

- ефективність та оптимізація: з використанням технологій, таких як штучний інтелект і аналітика даних, бізнес-процеси можуть бути оптимізовані для підвищення продуктивності та зменшення витрат;
- гнучкість та мобільність: віртуальні підприємства дозволяють працювати з будь-якого місця, що особливо важливо в умовах розподіленої роботи та глобальних бізнес-мереж;
- безпека даних: з огляду на великий обсяг цифрової інформації, безпека даних стає пріоритетом, де віртуальні підприємства повинні забезпечувати надійний захист від кіберзагроз.

Ці характеристики вказують на те, що віртуальні підприємства можуть ефективно впроваджуватися для оптимізації та поліпшення бізнес-процесів в умовах смарт-економіки.

Головна мета концепції віртуального підприємства в умовах смарт-економіки може залежати від конкретної галузі функціонування та стратегії. Однак основними цілями зазвичай є оптимізація бізнес-процесів, зменшення витрат, поліпшення доступності для клієнтів і, звісно, збільшення прибутку [5-7].

Віртуальні підприємства можуть прагнути до гнучкості і мобільності, використовуючи технології для забезпечення ефективності комунікацій та співпраці на відстані. Також важливим аспектом є створення безпечного і надійного інтернет-простору для бізнес-операцій [3-6].

Для кожного віртуального підприємства важливо визначити свої унікальні цілі, враховуючи специфіку його діяльності та конкурентне оточення. Серед переваг віртуального підприємства виділяють:

- віддалена робота: робочі процеси віртуальних підприємств часто базуються на віддаленій роботі, де команди можуть працювати з різних географічних регіонів або навіть країн, використовуючи інтернет технології для спілкування та спільної роботи;

- електронний бізнес: віртуальні підприємства активно використовують електронні платформи для ведення бізнесу, що може включати електронну комерцію, електронні платежі, онлайн-маркетинг та інші аспекти електронного бізнесу;

- гнучкість та швидкість реакції: віртуальні підприємства часто володіють високою гнучкістю, оскільки їм легше адаптуватися до змін у внутрішньому середовищі та ринкових умовах, що дозволяє їм швидше реагувати на нові можливості чи виклики;

- зосередженість на технологіях: використання сучасних технологій, таких як хмарні сервіси, інтернет речей та штучний інтелект, є ключовим аспектом віртуальних підприємств;

- ефективне управління інформацією: завдяки використанню інформаційних технологій віртуальні підприємства здатні ефективно збирати, обробляти та використовувати великі обсяги даних для прийняття управлінських рішень [1-7].

Отже, віртуальне підприємство – це організаційна форма, яка використовує інформаційні технології для організації своєї діяльності та взаємодії зі зовнішнім середовищем.

## Література

1. Organizational and economic mechanism of a business security as a guarantee of its sustainable development [Електронний ресурс] / V. Tkachenko, I. Tkachenko, P. Puzyrova, A. Klochko // *Virtual Economics*. – 2019. – Vol. 2, No. 4. – P. 71-85.
2. Puzyrova P. Business management in military conditions as a support element for the country's smart-economy / P. Puzyrova, A. Cherniai // *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, м. Київ, 10 червня 2022 року. – В 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 141-144.
3. Puzyrova P. Business support as part of the smart-economy and martial law / P. Puzyrova, A. Melnyk // *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, м. Київ, 10 червня 2022 року. – В 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 138-141.
4. Беззубко Б. І. Використання віртуальних підприємств у підготовці студентів економічних та управлінських спеціальностей / Б. І. Беззубко, Л. В. Беззубко // *Освітня аналітика України*. - 2022. - Вип. 1. - С. 30-39.
5. Васюткіна Н. В. Нові підходи у використанні інформаційних технологій в управлінні проектами віртуальних підприємств / Н. В. Васюткіна, М. Д. Гуменюк // *Економіка і управління*. - 2020. - № 3. - С. 54-62.
6. Голіонко Н. Г. Віртуальні технології як передумова розвитку конкурентоспроможності підприємства / Н. Г. Голіонко, А. М. Островська. // *Ефективна економіка*. - 2020. - № 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2020\\_1\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_37).
7. *Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу [Текст] : монографія / [О. В. Чернявська та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. В. Чернявської ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі" (ПУЕТ)*. - Полтава : ПУЕТ, 2014. - 318 с. : рис.
8. Пузирьова П. В. Сучасні аспекти менеджменту віртуальних підприємств / П. В. Пузирьова // *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції*, м. Полтава, 3 жовтня 2019 року. – У 6 ч. – Ч. 2. – Полтава : ЦФЕНД, 2019. – С. 33-34.

## **COOPERATION OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF INTERNATIONAL GRANTS**

The development of higher education systems of countries is increasingly taking into account global trends, including tendencies in the globalization of the educational space. Higher education institutions in many countries maintain extensive international relations, accept foreign students, implement international academic mobility programs, participate in grant programs, etc. A comprehensive study and generalization of this experience is undoubtedly of significant scientific and applied interest and confirms the relevance of the research topic.

Domestic universities and scientific institutions take an active part in bilateral scientific and technical cooperation within the framework of intergovernmental agreements. Thus, in 2019, Ukrainian scientists together with scientists from 12 countries (EU members, India, China, USA, Korea) carried out 119 bilateral projects. Compared to 2018, the number of bilateral projects increased by almost a quarter [1].

In addition, Ukraine takes an associated part in the Euroatom Research and Training Program, the International European Innovative Scientific and Technical Program EUREKA, the NATO Science for Peace Program, etc. Ukrainian research organizations and universities cooperate with international organizations and foundations, including the European Organization for Nuclear Research, the Ukrainian Science and Technology Center, the Scientific Committee for Antarctic Research [2].

According to the official information of the Ministry of Education and Science of Ukraine, there are a number of prerequisites for Ukrainian education institutions to enter into cooperation with foreign education institutions. In particular, one of the main priorities of the national policy in the field of education and science is the integration of Ukraine into the European Research Area. This is facilitated by bilateral international cooperation with EU member states, Eastern Partnership countries, participation in the EU Framework Program for Research and Innovation "Horizon 2020". Since 2014, Ukrainian participants have received 182 grants worth 31.8 million euros [2].

Adherence to the conceptual guidelines for the management of cooperation of higher education institutions for the development of global competitiveness allows to expand the area of cooperation of research and innovation in international higher education institutions. These actions correspond to the current activities of various institutions and research funding instruments, for example Erasmus+ programs, European Structural and Investment Funds. Using this toolkit allows to build and develop skills, especially in the fields of STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) and ICT (Information and Communication Technologies). In addition, in connection with the "green" and digital transition of society, new skills are needed. International higher education institutions must act to ensure continuous capacity development and remain economically competitive on a global scale. Given the growing need for labor and labor skills and professions, it is worth encouraging more citizens to learn the very skills that are lacking in the labor market. However, all learners without exception need to acquire advanced cross-curricular skills such as critical thinking and problem-solving skills, as well as key computing and digital competencies and skills, so that they can be assured of success after graduation.

In 2014, all countries were given access to the Erasmus+ program, which is now an integral part of the EU's regional cooperation around the world to help reduce poverty and promote inclusive and sustainable growth. Erasmus+ supports the modernization of curricula, helps to improve the quality of teaching and education, and supports more transparent education management and cooperation between the public and private sectors in this field. More information on the role of Erasmus+ in international cooperation on a global scale is presented in the regional newsletters of the EU flagship program in the field of education.

Cooperation among higher education institutions through international grants is a valuable approach for fostering collaboration and advancing various aspects of education and research. The key points of this cooperation are the following:

1. Research cooperation: higher education institutions can collaborate on research projects, summarizing their expertise and resources to address global challenges.
2. Academic mobility: international grants often support student and faculty exchanges, enabling cross-cultural learning and knowledge sharing.
3. Interdisciplinary Initiatives: this cooperation can encourage interdisciplinary approaches to complex problems, leading to innovative solutions.
4. Infrastructure and Facilities: grants may fund the development or improvement of research facilities, benefiting multiple universities.
5. Global Networks: collaboration on international grants can help higher education institutions expand their global networks, connecting with other institutions and experts worldwide.
6. Capacity Building: such cooperation can contribute to the capacity building of institutions in less developed regions, promoting equitable access to education and research opportunities [3, 4].

As a part of its internationalization policy, Kyiv National University of Technologies and Design (KNUTD) is an active participant in education and research grants, particularly Erasmus+. In 2020 Jean Monnet module of KNUTD "Role of Financial Consumer Protection in the Financial Stability in Digital Era: European Approaches" was supported by the European Commission. The module is aimed at Europeanizing the institutional, organizational and procedural architecture of consumer protection in financial conditions in the context of digital transformation. In the future it will contribute to financial integration and financial stability of Ukraine and will be achieved through European studies by bachelors in finance and economics [5].

Moreover, in 2022 project team from KNUTD won Erasmus+ grant Virtual Exchanges (VEHUB4YOU). The VEHUB4YOU project is a set of online activities between participants from different countries that promote intercultural dialogue between young people and the development of their soft skills. This enables every young person to access high-quality international and intercultural, formal and non-formal education without physical mobility. Although virtual meetings are not able to replace physical mobility, participants in virtual exchanges receive significant benefits from the international educational experience. Digital platforms are a valuable tool for partially responding to the global mobility constraints caused by the COVID-19 pandemic and subsequent Russian invasion. Virtual exchanges also contribute to the spread of European values outside the EU, and they can also be the basis for expanding physical exchanges. VEHUB4YOU provides for greater use of virtual exchanges between young people and education institutions in Europe and beyond to further continents as they engage young people in intercultural dialogue and improve their skills, create international online projects and implement good practices [5, 6].

In 2023 KNUTD department of smart-economics won Jean Monnet Module "Promotion of European skills and approaches for sustainable bioeconomy in the conditions of Ukrainian acute challenges" (PESAB). The main goal of PESAB is to promote the knowledge of the European Union in order to develop a sustainable bioeconomy in Ukraine according to the EU strategy for the Bioeconomy. The PESAB proposal will disseminate its ideas in the framework of virtual hubs for young people, namely including the ideas of the proposal to the programs of trainings of these hubs [5].

It is expected that cooperation within the framework of these international grants will enhance the synergistic effect of interaction for all participants of the process. Adaptation to work in new conditions will allow higher education institutions to employ leadership positions in the industry and gain new management skills both from a systemic point of view approach as well as technically [7].

An important issue that is considered possible to solve due to the creation of education of alliances within the framework of international grants is financing of activities. In connection with the political and economic situation in Ukraine, higher education, unfortunately, in the coming years, will not be in the field of priority funding from the side of the state, which may lead to the closure of education programs, reduction of full-time employees, refusal to study in a number of specialties in accordance with part-time employment, signing of temporary labor agreements with employees, reduction of scientific activity in higher education institutions.

To conclude, international grants provide a platform for higher education institutions to work together, fostering innovation and addressing global challenges more effectively. However, successful cooperation often requires effective communication, common goals and efficient resource allocation. Involvement of Ukraine in the global education space of higher education, risks caused by Russian aggression and rapidly changing economic conditions of activity, require the latest approaches and methods of cooperation within the framework of international grants.

### Literature

1. Bebko, S. (2020). Basic vectors of management of joint cooperative institutions of higher education. Вісник Сумського національного аграрного університету, 4(86): 88–91.
2. Міжнародні наукові проекти. URL: <https://mon.gov.ua/ua/tag/mizhnarodni-naukovi-proekti>.
3. Bebko, S. (2022). Methodical aspects of determining the effectiveness of free economic cooperation in the system of cooperation management of higher education institutions. Management, 1(35): 9–21. <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2022.1.1>.
4. Altbach, P. G., & Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: Motivations and realities. Journal of Studies in International Education, 11(3–4), 290–305.
5. Міжнародні освітні проекти. URL: <https://www.knutd.edu.ua/internationalrelations/mop/>
6. Vehub4you official site. URL: <https://www.vehub4you.com>
7. Bebko, S. (2022). Modeling the approaches to managing joint co-op institutions of higher education. Журнал стратегічних економічних досліджень, 4(9). DOI: 10.30857/2786-5398.2022.4.

O.V. Cherniavska

ocherniavska@ethz.ch

<https://orcid.org/0000-0001-9819-578X>

Professor, Doctor of Science,

Technology and Innovation Management Group, D-MTEC, Swiss Federal Institute of Technology in Zürich  
ETH Zurich, Zurich, Switzerland; Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

## **NETWORKING BASED LEARNING IN HIGHER EDUCATION AND BEYOND: INSIGHTS FROM THE ERASMUS+ VEHUB4YOU PROJECT**

At the heart of our exploration lies the groundbreaking VEHUB4YOU project. Networking-based learning is pioneered at this project, creating a dynamic ecosystem for knowledge exchange and co-learning. Collaboration with the business community becomes pivotal, empowering students and young entrepreneurs to learn from each other, thereby fostering innovation and creativity. This approach aligns with national strategies emphasizing the importance of collaboration between academia and industry. The project envisions a transformative role for universities, evolving them into facilitators of innovation. These institutions become hubs of entrepreneurial learning, bridging the gap between formal education and real-world entrepreneurship. Cross-national faculties collaboration encourages universities from different countries to join forces, enhancing the quality of education and exposing students to a broader spectrum of knowledge and perspectives. Innovation within higher education institutions has taken center stage in recent years, driven by a confluence of factors that challenge traditional educational paradigms. This transformation is influenced by the digital revolution, globalization, and evolving student expectations, compelling educational institutions to adapt, evolve, and embrace innovation to stay relevant and effective (Dieguez, 2024). The contemporary higher education landscape is marked by a series of challenges that necessitate innovative solutions (Wu, Goh, & Mai, 2023). These challenges encompass rising educational costs, the increasing demand for lifelong learning, and the growing diversity of students' backgrounds and learning preferences (Adama, Graf, Adusei-Asante, & Afrifa-Yamoah, 2023). However, within these challenges also lie opportunities for institutions to reinvent themselves, providing education that is more accessible, relevant, and impactful.

At the highest echelon of networking strategies, the project focuses on the creation of a multinational stakeholders network. This network converges educational institutions, businesses, youth organizations, and other stakeholders from diverse geographical locations into a vibrant ecosystem, enriching the educational landscape with ideas, experiences, and opportunities. This project will assess the measurable outcomes and transformative impact of these strategies, including enhanced intercultural dialogue, soft skills development, increased inclusivity, the promotion of European values, international collaboration, knowledge sharing, and the fostering of entrepreneurship and innovation. The project will provide a comprehensive view of how this visionary initiative stitches the world together through virtual connections and collaborative initiatives, reshaping the landscape of higher education and empowering individuals and institutions to thrive in a rapidly changing world. The exploration undertaken in this paper has shed light on the profound impact of innovation, virtual connections, and collaborative initiatives in reshaping the higher education landscape. The VEHUB4YOU project serves as a remarkable example, illustrating how forward-thinking endeavors can redefine the role of higher education, transcending the constraints of geography, culture, and socioeconomic status.

The imperative for innovation within higher education transcends individual preferences; it has become a necessity. This imperative demands a fundamental shift in perspective, one that embraces creativity, adaptability, and responsiveness as institutions navigate the intricate opportunities and challenges of our era. Our examination of innovation within higher education has unveiled its multifaceted nature, spanning from pedagogical methods to the integration of emerging technologies, all aimed at elevating the quality of learning, teaching, and research. As the world continues its evolution, higher education institutions must evolve in tandem, providing education that is inclusive, pertinent, and impactful.

Virtual connections have risen to prominence as indispensable tools in contemporary higher education. These connections, once regarded for their convenience, have evolved into the lifeblood of global education. They possess the capacity to bridge geographical divides, democratize educational access, and nurture cross-cultural understanding and diversity. Through virtual connections, students and educators can engage in robust, collaborative learning experiences that transcend the confines of physical classrooms. The studies examined underscore the role of virtual connections in promoting intercultural competence, enriching collaborative learning, and driving innovation within higher education. Innovation, in the context of higher education, is not a luxury but a strategic imperative (Ibarra-Cisneros, Reyna, & Hernández-Perlines, 2023). Advancements in technology, including high-speed internet, video conferencing platforms, and online collaboration tools, have facilitated seamless interactions between students, educators, and institutions, irrespective of their physical locations. Research by Perumal-Pillay et al. (2023) explores the concept of shared learning experiences through virtual exchange projects, exemplified by a pilot study involving pharmacy students in South Africa and the United States. This study demonstrates the global reach of virtual education, emphasizing its capacity to foster cross-border collaboration. In line with this, Gruber, Canto, and Jauregi-Ondarra (2023) delve into the use of social virtual reality for virtual exchange. Their research highlights the role of



immersive technologies in enhancing virtual connections and intercultural experiences among students, further emphasizing the transformative power of technology in education.

Niitsu et al. (2023) investigate the impact of collaborative online international learning on intercultural sensitivity among nursing students. This study underscores how virtual connections contribute to the development of intercultural skills, particularly in healthcare education, enriching the educational experience. In a different context, Guimarães and Finardi (2023) discuss the pandemic-driven paradigm shift in internationalization, emphasizing the transition from competition and mobility to cooperation and virtuality. This shift reflects how virtual connections are redefining international education practices, promoting cooperation over competition. Additionally, Enkhtur, Li, and Zhang (2023) provide insights into virtual student mobility from students' perspectives, offering a case study from Japan. Students who participate in collaborative programs gain exposure to diverse perspectives, develop global competencies, and are better prepared for a rapidly changing workforce. Furthermore, collaborative research efforts often lead to breakthrough discoveries and advancements with broader societal implications. Segura and Jordan's work (2023) on interuniversity integration for sustainable development and disaster risk reduction underscores the importance of collaborative efforts in addressing global challenges, emphasizing the need for universities to work together towards a more sustainable future.

This case study delves into the groundbreaking project, undertaken by a consortium of higher education institutions, youth organizations, and businesses. The project aims to redefine roles of higher education by harnessing the power of virtual connections and innovative collaborations on a global scale. This case study highlights the key strategies, outcomes, and transformative impact of this visionary initiative. In an era marked by rapid globalization and the global challenges, higher education faces a pressing need for innovation and adaptability. At the heart of this initiative is the recognition of virtual exchanges as a potent tool for intercultural dialogue and soft skills development. These exchanges transcend geographical boundaries, providing students with access to high-quality international and cross-cultural education. While acknowledging that virtual experiences cannot entirely replace physical mobility, the project firmly believes that they offer a plethora of benefits akin to traditional international educational experiences. The project actively engages partners from diverse regions, including the Southern Neighbourhood and Sub-Saharan Africa. It envisions an educational landscape where traditional methods harmoniously coexist with interactive, user-centric approaches, promoting a sense of global citizenship and shared responsibility. This strategy aims to benefit youth workers, students, university staff, and society at large by enhancing training opportunities, exposing them to diverse perspectives, and promoting global citizenship, intercultural understanding, and mutual respect. A dedicated effort is made to bridge the gap between European universities and educational institutions in Ukraine and Azerbaijan. This involves facilitating the exchange of cutting-edge knowledge and business practices to ensure that modern European education is accessible to learners worldwide. This initiative aligns with the strategic goal of Ukraine's higher education development, as outlined in the "Strategy for the Development of Higher Education in Ukraine for 2022-2032."

## REFERENCES

1. VEHUB4YOU. (n.d.). Retrieved from <https://www.vehub4you.com/>
2. Adama, D. A., Graf, J. S., Adusei-Asante, K., & Afrifa-Yamoah, E. (2023). Challenges and Opportunities in Higher Education: A Comparative Study of Ghana and Germany. *International Journal of Comparative Education and Development*, 25(1), 21-36.
3. Dieguez, T. C. (2024). Navigating the Storm: The Role of Innovation in the Future of Higher Education. *Journal of Higher Education Management*, 38(2), 137-152.
4. Enkhtur, M., Li, L., & Zhang, Q. (2023). Virtual Student Mobility: A Case Study from Japan. *Journal of International Higher Education*, 12(2), 98-114.
5. Gruber, N., Canto, L., & Jauregi-Ondarra, K. (2023). Fostering Intercultural Competence through Social Virtual Reality in Higher Education. *Journal of Global Education and Research*, 7(1), 33-48.
6. Guimarães, P., & Finardi, K. R. (2023). Pandemic-Driven Paradigm Shift in Internationalization: Cooperation and Virtuality in Higher Education. *International Journal of Higher Education*, 12(3), 44-58.
7. Ibarra-Cisneros, F., Reyna, M., & Hernández-Perlines, F. (2023). Innovation in Higher Education: A Strategic Imperative. *Journal of Educational Leadership, Policy, and Practice*, 38(1), 56-73.
8. Niitsu, Y., Culley, J. R., & Kim, Y. (2023). Enhancing Intercultural Sensitivity through Collaborative Online International Learning in Nursing Education. *Nurse Education Today*, 108, 105185.
9. Perumal-Pillay, V., Le Roux, L., & Rajendran, K. (2023). Virtual Exchange and Shared Learning Experiences: A Pilot Study of Pharmacy Students from South Africa and the United States. *Journal of International Pharmacy Education*, 7(2), 35-47.
10. Segura, S., & Jordan, A. (2023). Interuniversity Integration for Sustainable Development and Disaster Risk Reduction: A Case Study on Collaborative Initiatives in Higher Education. *Sustainability*, 15(8), 4237.
11. Wu, L., Goh, M., & Mai, N. T. (2023). Higher Education in the Digital Age: Challenges and Opportunities. *Journal of Educational Technology & Society*, 26(1), 13-27.

## ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ У СФЕРІ БІЗНЕС-ОСВІТИ

Актуальним питанням залишається забезпечення організації процесу отримання та доступності освіти у глобальному розвитку суспільства на основі перехідних технологій віртуального обміну знаннями. Рушійним важелем впливу на розвиток освіти є еволюційний розвиток людства, що складається під впливом глобальних, на жаль, негативних процесів, з одного боку, та з іншого стрімкого розвитку новітніх комп'ютерних технологій. На вітчизняному рівні військовій дії, «ковідні» обмеження є фактором, що змушує займатися пошуком шляхів отримання якісної глобальної освіти. Одним із напрямів вирішення проблеми є експериментальні платформи грантових проєктів, що мають на меті розвиток надання освітніх послуг у глобальному контексті. Освітні програми у таких грантах характеризуються максимальною гнучкістю, передбачають мікро- та нанокредитні дисципліни. Освітній контент грантів дає можливість запровадити у дію віртуальні університети як якісних постачальників зовнішньої, неформальної та інформальної освіти.

Для ефективного виконання грантових позицій є запровадження планових дій становлення та розвитку цифрової освіти, який є основою посилення співпраці та інтеграції нашої країни в Європейський Союз, вихід за його межі для обміну освітніми послугами, коли цифрові технології використовуються в безпрецедентному світовому масштабі. Нинішня криза продемонструвала необхідність становлення системи освіти та навчання, яка відповідає епосі цифрових технологій. Дана система покликана сприяти розвитку ефективної системи цифрової освіти, яка має специфічну інфраструктуру, комунікації, технічні засоби, розвиток педагогічних компетенцій.

З часів винаходу комп'ютерів суспільство прагнуло використовувати їх для рішення усе більш складних задач. Тому на базі інформаційних технологій нині стрімко вирішується проблема обміну знаннями, яка потребує експериментальних підходів у формі віртуальної освіти. У такому контексті організація представлення знань повинна бути однорідним (однаковим) процесом, що приводить до оптимізації механізму управління логічним викладом матеріалу, та з іншого боку спрощенню доступу до знань глобального середовища. Представлення знань повинне бути зрозумілим експертам і користувачам системи, проводитися організовано та систематизовано. У протилежному випадку відбувається процес зменшення привабливості отримання знань та їх оцінки. З метою поглиблення віртуальних технологій прийнято розвивати організаційні напрями представлення знань та надання доступу до них. По-перше, це напрями, що носять національну характеристику, удосконалення нормативно-правової бази для впровадження форм інклюзивної освіти на базі ЗВО на основі прийнятих Європейських стандартів з метою усунення правових ускладнень та швидшої світової інтеграції до знань та проведення сертифікації. При цьому слід врахувати можливість усунення комунікаційних та архітектурних перешкод, що заважають мобільності учасників освітнього процесу. Надалі необхідно встановити нормативні параметри як чисельності працівників освіти так і технічного (обслуговуючого) персоналу для встановлення штатного розпису та планування фінансових кошторисів створення та функціонування віртуальних освітніх послуг. Крім того, має бути узгоджене внутрішнє академічне врегулювання надання освітніх послуг ЗВО на основі віртуальної освіти.

Іншим напрямом має бути створення та запровадження навчально-методичних матеріалів для роз'яснення та покращення доступу до технологій у світ віртуальних знань для здійснення супроводу як викладачів так і слухачів з метою диференціації й індивідуалізації процесу навчання, проведення навчально-методичного й наукового супроводу навчальних програм із бізнес-дисциплінами. Особливостями такої роботи має стати творчий процес, що виключає створення та використання шаблонних, стандартизованих підходів, що будуть перешкоджати розвитку та запровадженню креативних учбових матеріалів. Необхідно використовувати творчий підхід до створення навчальних дисциплін, курсів.

Слід врахувати можливість психологічної адаптації учасників віртуального навчання до диференційованих підходів викладу учбових матеріалів у глобальних масштабах, аспекту мови спілкування та національних особливостей освіти, підготовки до повноцінного спілкування між різними категоріями учасників з урахуванням світових надбань у сфері обміну знаннями. Потребує створення система оцінки віртуальної освіти, яка має ґрунтуватися на опитуваннях користувачів, незалежних експертах, врахування та усунення недоліків системи.

У цьому зв'язку мають бути розроблені супроводжувальні методики диференційованого підходу до процесу навчання й оцінювання знань, умінь і здібностей слухачів різних категорій. Для розвитку такого напрямку мають бути проведені загально університетські методологічні семінари для викладачів з питань обміну досвідом інтеграції студентів до віртуальної освіти, розробка на цій основі електронних методичних розробок, довідників, алгоритму дій тощо.

Конкретизація заходів для моніторингу процесів і результатів навчання мають формуватися на розроблені індикаторів досягнень і засобів перевірки знань, що забезпечують якість реалізації освітніх

проектів. Основою індикаторів можуть бути форми самооцінки, тестування отриманих знань. Крім того, кожен онлайн-курс кожного партнера має відповідати певній кількості кредитів ECTS, що сприяє визнанню результатів формальної освіти.

Проект має містити план забезпечення якості, який також адекватно охоплює управління проектом шляхом створення дорадчого органу. Стратегія моніторингу включає визначення ризиків і план дій щодо їх пом'якшення. Існує чіткий план забезпечення якості, який також належним чином охоплює управління проектом. Моніторинг включає ідентифікацію ризиків і план дій щодо їх усунення та недопущення в подальшій діяльності. Такі елементи включають деталізовано в логічну структуру здійснення процесу освіти. Планується розробити систему вхідної оцінки, поточного моніторингу та підсумкової оцінки проекту, його результатів (анкетування, підсумкова самоперевірка, чат для обміну думками, можливість самоаналізу, запитання після кожного курсу).

Виключним пріоритетом має стати технічна підтримка процесу функціонування віртуальної освіти. Сюди необхідно включити організаційні заходи підтримки отримання та надання доступу до спеціалізованого програмного забезпечення, що включає розробку та забезпечення користування навчальними матеріалами. Відповідно технічне забезпечення має відповідати програмним параметрам викладення віртуальної освіти.

Слід відмітити, важливість віртуального бізнес-навчання як підтримки основи створення спільних підприємств, міжкультурного діалогу між усіма учасниками проекту на основі використання віртуальних обмінів інформацією, навиками роботи, синхронної та асинхронної діяльності, використання актуальних для слухачів сучасних цифрових технологій та методів спілкування.

Отже, організаційні заходи інформаційного забезпечення підтримки глобальної віртуальної системи навчання повинні забезпечувати наступні важливі аспекти: нормативне регулювання та визнання цифрових форм освіти, креативний підхід до створення доступної методичної бази, психологічне забезпечення підтримки слухачів з метою адаптації до різних підходів викладення та сприйняття навчальних матеріалів із врахуванням специфіки національних особливостей.

Також організаційні моменти мають враховувати забезпечення підтримку та супровід програмного забезпечення та технічних засобів.

#### Список літератури

1. Бондаренко С. М. Управління віртуальними командами в сучасному бізнес-середовищі / С. М. Бондаренко, К. В. Соколовська // Управління розвитком підприємств в умовах динамічної ринкової кон'юнктури: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 грудня 2019 року. – Київ : ТОВ "ВПО", 2019. – С. 147-149.

2. Касич А. О. Імплементация концепції Університет 4.0 як стратегічне завдання реформування вищої освіти / А. О. Касич // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації" : тези доповідей, м. Київ, 7 жовтня 2022 року. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 5-6.

3. Ольшанська О. В. Діджиталізація економіки: застосування цифрових технологій в економічній політиці / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : збірник наукових праць за результатами Всеукраїнської конференції, м. Київ, 10 травня 2022 р. / за ред. А. М. Вергун та ін. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 251-253.

4. Ольшанська О. В. Сучасні вектори розвитку освітніх процесів у закладах вищої освіти / О. В. Ольшанська, В. М. Павленко // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 8 жовтня 2021 року. – Київ : КНУТД, 2021. – С. 62-64.

УДК 378.4 (477)

О. Ольшанська<sup>1</sup>, З. Шарлович<sup>2</sup>, З. Шацька<sup>1</sup>

shatskaya@ukr.net

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ

<sup>2</sup>Міжнародна академія прикладних наук в м.Ломжа, Республіка Польща

## ТЕХНОЛОГІЇ СМАРТ-ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ

Новим етапом розвитку економічних знань, який базується на широкому впровадженні новітніх технологій є смарт-економіка [2]. В сучасному світі провідною ланкою смарт-економіки стали смарт-технології, що широко використовуються в різних секторах економіки [4], в тому числі і в сфері освіти. З винайденням нових технологій в сфері освіти відбувається трансформація типів освітніх технологій:

1. Традиційні технології – лекція та практичне заняття в аудиторії.
2. Дистанційні (інтерактивні) технології – лекція та практичне заняття поза аудиторією.
3. Електронні технології – дистанційне навчання.
4. Смарт-технології – он-лайн курси, програми штучного інтелекту [6].

Разом зі зміною типів освітніх технологій змінюється місце проведення навчальних занять. Якщо в традиційних освітніх технологіях місцем проведення навчальних занять була аудиторія, то застосування дистанційних та інтерактивних технологій потребує проведення занять в спеціально обладнаних лінгафонних

кабінетах та комп'ютерних класах, а застосування смарт-технологій – доступу до мережі Інтернет. Таким чином, в сфері освіти поступово відбувається «перехід від старої схеми репродуктивної передачі знань до нової, інтерактивної форми навчання» [2], завдяки чому традиційна система освіти трансформується в смарт-освіту (smart-education). Смарт-освіта – це освіта в умовах глобального інформаційного суспільства, «об'єднання навчальних закладів і педагогічних програмних засобів для здійснення спільної діяльності в мережі Інтернет на базі спільних стандартів, угод і технологій» [1].

Перехід до смарт-освіти передбачає трансформацію технологій навчання на смарт-технології навчання, до яких відносяться:

- проведення занять за допомогою мультимедійних презентацій;
- організація навчального процесу за моделями «Smart Classroom», «Flipped Classroom», «Moodle» та ін.;
- застосування спеціального програмного забезпечення: «ActivStudio», «Smart Notebook», «Smart Classroom» та ін.;
- організація навчальних занять з допомогою платформ «Moodle», «Eliademi», «Elearn», соцмережі, сайти, форуми, чати, вебінари, які дозволяють створювати власний контент;
- індивідуальна або групова робота здобувачів з електронними навчальними курсами;
- мережеве навчання за межами програми.

Трансформація освітніх технологій зумовила впровадження в освітній процес нових смарт-пристроїв:

- інтерактивна дошка «Smart Board» – це сенсорна панель, що працює в комплексі з комп'ютером і проєктором;
- інтерактивний дисплей «Symposium»;
- смартфон;
- планшетний комп'ютер;
- електронні книги.

В умовах сьогодення в навчальному процесі значна частина навчального часу здобувача перенесена з аудиторних годин на самостійну роботу. Перехід до смарт-технологій навчання спрощують виконання самостійної роботи здобувачем за рахунок можливості здійснення самостійного або колективного пошуку необхідної інформації, доступ до найсучасніших джерел інформації, виконання індивідуальних або командних дослідницьких проєктів та інше.

Перевагами використання смарт-технологій в освітньому процесі є такі:

1. Зручність. Смарт-технології освіти дають можливість здобувачу одночасного виконання декількох завдань.
2. Цілодобовий доступ. Смарт-технології освіти дають можливість здобувачу навчатися в зручний для нього час та місці, суміщуючи навчання та працю.
3. Мобільність. Смарт-технології освіти надають можливість доступу до процесу навчання з будь-якого місця через смартфон або планшет.
4. Доступ до інформації. Смарт-технології освіти спрощують доступ здобувача до освітніх матеріалів, які розміщуються в Інтернеті, на платформі «Moodle», спеціальних освітніх сайтах, мережевих університетах та інше.
5. Наочність. Смарт-технології освіти дають можливість урізноманітнити подання навчальної інформації: через електронні підручники, відеофільми, презентації, сайти, навчальні платформи та інше.
6. Безпека. Смарт-технології освіти забезпечують авторизований доступ на спеціальні освітні платформи та захист власних даних як здобувача, так і викладача.
7. Економія часу на пошук необхідної навчальної інформації. Смарт-технології освіти за рахунок інтеграції з електронними пошуковими системами прискорюють пошук необхідної навчальної інформації здобувача.
8. Гнучкість процесу навчання. Смарт-технології освіти створюють можливість адаптації навчальної програми під потреби і можливості кожного окремого здобувача.
9. Підвищення ефективності рівня засвоєння знань. Процес навчання є відкритими, здобувач може самостійно перевірити власні результати навчання, побачити і усунути помилки.
10. Самоосвіта – здобувач самостійно обирає індивідуальну траєкторію навчання та темп освіти, прискорюючи чи сповільнюючи виконання завдань [2].

Зі зміною освітніх технологій змінюється роль викладача в умовах смарт-освіти, який поступово перетворюється на смарт-викладача. Смарт-викладач – це «учасник освітнього процесу, що постійно використовує технологічні інновації та Інтернет для досягнення нової якості професійної підготовки, що задовольняє вимоги смарт-суспільства» [3].

Впровадження наступних семи технологічних трендів будуть впливати на майбутній розвиток смарт-освіти:

1. Навчання на основі смарт-пристроїв – смартфон, планшет.
2. Використання в освітньому процесі інтерактивних дошок та 3D проєкторів.
3. Впровадження в освітньому процесі систем оцінки продуктивності здобувача.
4. Впровадження робототехніки в процесі смарт-навчання.
5. Підвищення рівня безпеки в смарт-освіті на основі переходу до розпізнання обличь.

6. Розширення мереж освітнього процесу на основі створення віртуальних класів, груп, спільно, платформ.

7. Смарт-освіт на базі застосування штучного інтелекту.

Прогнозується, що розмір ринку **смарт-освіти**, за оцінками, наведеними у Звіті про аналіз ринку розумної освіти 2023-2027 [7] «зросте на **353,17 мільярдів США або 17,98%** у період між 2022 і 2027 роками». При цьому одним з головних **чинників зростання ринку стане збільшення перспектив працевлаштування здобувачів**. Зростаючий попит на освітні технологічні продукти пов'язаний із зростаючою залежністю від освіти на основі STEM. Ці продукти використовуються для підтримки розширених освітніх потреб. Маючи справу з 3D-друком і навчанням на основі моделювання, здобувачі отримують практичний досвід роботи з різними смарт-технологіями. Отже, збільшення можливостей працевлаштування сприятиме зростанню глобального ринку розумної освіти протягом прогнозованого періоду.

За оцінками [7], «до 2027 року Північна Америка сприятиме зростанню ринку смарт-освіти **на 40%**. Наявність покращеної онлайн-інфраструктури сприяла швидкому впровадженню інтелектуальних систем смарт-освіти та навчання навчальними закладами в цьому регіоні. Програмні рішення, представлені гравцями ринку, стають доступними як через розміщені, так і через хмарні платформи. Заклади вищої освіти переважно використовують хмарні платформи для встановлення різноманітних продуктів та рішень EdTech. Економія коштів, масштабованість і доступність досвіду спонукають ЗВО використовувати хмарні технології».

Також прогнозується зростання частки ринку академічного **сегменту**, який складається з вищої освіти та шкіл. Коледжі та університети впроваджують передові продукти EdTech, щоб спростити процес навчання та бути в курсі останніх технологій. Вони купують смарт-рішення для навчання та загалом зацікавлені в вимірюванні освітніх результатів, досягнутих за допомогою цих інструментів. Крім того, ЗВО експериментують із такими рішеннями, як навчальні програми на основі штучного інтелекту.

На сьогоднішній день США та Німеччина є одними з передових країн-лідерів у впровадженні технологій смарт-освіти.

#### Список літератури

1. Гуревич Р., Кадемія М. Смарт-освіта – нова парадигма сучасної системи освіти. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2016. №4. URL: <https://doi.org/10.20998/%25x>
2. *Інтелектуалізація соціально-економічного розвитку України в перспективі післявоєнного відновлення*: моногр. / за наук. ред. О. В. Ольшанської, А. А. Олешко, З. Я. Шацької. Київ : КНУТД, 2022. С. 80-126.
3. Кушнір А.С. Смарт-технології в освіті, як чинник інформаційного розвитку суспільства. «Young Scientist». 2020. № 3.1 (70.1). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/3.1/10.pdf>
4. Натрошвілі С.Г., Шацька З.Я. Smart-технології, як основа розвитку smart-економіки. Збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку». 10 червня 2022 р. Київ, КНУТД. с. 185-187. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20413/1/IMPER\\_2022\\_V1\\_P185-187.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20413/1/IMPER_2022_V1_P185-187.pdf)
5. Cherniavska, O.V., Cherniavska, O.D., Bayramov, S.V., Magliocca, P., & Pascalau, R. (2023). Sustainability and Innovation: New Roles of Universities in Ensuring Economic Growth and Achieving Global Sustainable Development Goals. In *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (25 квітня 2023 р., м. Київ) (pp. 190)*.
6. Шацька З.Я. Адаптація закладів вищої освіти України в умовах воєнного стану. Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації». 7 жовтня 2022 р. Київ, КНУТД. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20211/1/PIONBUG\\_2022\\_P053-054.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20211/1/PIONBUG_2022_P053-054.pdf)
7. Шацька З.Я., Прима В.С. Трансформація освітніх технологій у XXI столітті. *Вісник КНУТД*. Спецвипуск. 2018. 395 с.
8. Smart Education Market by End-user, Component and Geography - Forecast and Analysis 2023-2027. Tech navio. 2023. URL: <https://www.technavio.com/report/smart-education-market-industry-analysis>

## ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ В ОСВІТІ

Нині технології віртуальної (virtual reality – VR) та доповненої реальності (augmented reality – AR) почали використовуватися у багатьох сферах: галузі моделювання, промисловості, охорони здоров'я, навколишнього середовища, космосу, нерухомості, освіти, туризму та багато чого іншого.

Людина отримує 80% інформації з навколишнього світу за допомогою зору, водночас, люди запам'ятовують 20% того, що вони бачать, 40% того, що вони бачать і чують, і 70% того, що вони бачать, чують і роблять. Технології віртуальної реальності дають змогу повною мірою використовувати ці особливості сприйняття для підвищення ефективності освітнього процесу. Отже, ця технологія може бути дуже дієвим методом навчання в школах і університетах [1, 2].

Наразі технології VR і AR досягли досить просунутого рівня. У характеристиках і ядрі віртуальної реальності є занурення у віртуальний простір, інтерактивність та уява. Поєднання VR та AR освіти може подолати бар'єр, через який учні не можуть брати участь та всебічно взаємодіяти з традиційними методами навчання. Крім того, економія витрат на освіту, стимулювання пізнавального та інноваційного потенціалу учнів, розв'язання багатьох невіршених проблем освіти можуть призвести до безпрецедентних освітніх змін.

Багато експертів вважають, що технології віртуальної та доповненої реальності поряд з BigData, хмарними технологіями, штучним інтелектом тощо стануть ключовими технологіями четвертої промислової революції. Технології доповненої та віртуальної реальності можуть стати основою нової обчислювальної платформи. Сьогодні проекти на їхній основі допомагають не тільки створювати концептуально нові ринки, а і трансформувати наявні. Використання VR у освіті суттєво розширює можливості викладачів. Технологія Varwin Education дає можливість проводити віртуальні досліди з хімії, подорожувати в різні епохи та різні точки планети, вирушити у космос і на власні очі побачити рух планет, моделювати небезпечні ситуації на уроках ОБЖ. У віртуальній реальності немає меж, а отже, її можна використовувати в найрізноманітніших ситуаціях. Varwin Education дає змогу як користуватися готовими бібліотеками та розробками, так і створювати свої власні. Побудова віртуального світу нагадує популярні ігри-пісочниці (Minecraft, Roblox). Викладач може створити віртуальну реальність спеціально під тему уроку, додати в неї фото та відео, а також елементи тестування. З їхньою допомогою учні зможуть перевірити свої знання та навички.

Сьогодні віртуальне навчання є передовим методом навчання сучасності. Учитися можна у зручний час, поєднуючи навчання з роботою. Уся інформація надходить через ваш персональний комп'ютер або окуляри віртуальної реальності напряму, з якого ви можете займатися стільки, скільки вам зручно. Персоніфікованість і анонімність дає VR. Вибравши цей спосіб розвитку, ви вчитеся самостійно вирішувати питання, що склалися, без чієсь допомоги. Навчання завжди цікаве і захоплююче [2, 3].

Віртуальна освіта – це процес і результат комунікативної взаємодії суб'єктів і об'єктів у віртуальній освітній сфері. Віртуальне навчання є доступним для всіх бажаних, а заняття відбуваються в будь-якому місці та у зручний для кожного час. Як наслідок, час занять обирається учнем самостійно.

Розрізняють три основні типи VR:

1. Неімерсивна віртуальна реальність: це найменш імерсивна реалізація технології віртуальної реальності. Зазвичай це комп'ютер з екраном із високою роздільною здатністю, потужним процесором і маніпулятивними пристроями, такими як миша і клавіатура. Авіасимулятори - типовий приклад неімерсивної віртуальної реальності.

2. Напівімерсивна віртуальна реальність: цей тип віртуальної реальності забезпечує більш захопливий досвід, ніж віртуальна реальність без імерсії, але все ж не повністю занурює користувача у віртуальне середовище. Це часто включає в себе великий проєкційний екран або кілька телевізійних моніторів і пристроїв відстеження руху.

3. Повне занурення у віртуальну реальність: це найбільш захоплива форма віртуальної реальності. Зазвичай це гарнітура віртуальної реальності, що забезпечує поле зору на 360 градусів, а також портативні контролери або рукавички з датчиками, які відстежують рухи користувача і дають йому змогу взаємодіяти з віртуальним середовищем.

Розуміння цих типів віртуальної реальності має вирішальне значення, оскільки ми вивчаємо як можна використовувати віртуальну реальність в освіті. Кожен тип пропонує різні можливості та завдання для викладання і навчання, і найкращий вибір залежатиме від конкретних освітніх цілей і доступних ресурсів.

Навчання з використанням технологій віртуальної реальності є абсолютно новим рівнем навчального процесу. Навчання в окулярах дає можливість повністю зануритися в навчальний процес і не відволікатися на зовнішні чинники. Навчання в такий спосіб більш зрозуміле для студента, та й відкладається в пам'яті більше інформації.

Вартість навчання набагато нижча за традиційне навчання у закладі вищої освіти. Після закінчення навчання кожен учень отримує знання, які йому передадуть найкращі викладачі. А найголовніше в учня з'являється можливість пережити досвід, тобто справді набути його.

Сьогодні компанії розробляють віртуальні офіси для віддалених співробітників. А метавсесвіти для розваги вже існують – наприклад, проєкт Second Life, тривимірний віртуальний світ з елементами соціальної мережі, яка має понад мільйон активних користувачів. Або VRChat – ігрова платформа, де гравці створюють власні світи і взаємодіють один з одним через аватари. Найрозвиненіший на сьогодні метавсесвіт представлений на платформі Decentraland. Тут користувачі створюють і продають контент, роблять покупки, розраховуючись криптовалютою. У 2021 році в цьому метавсесвіті було проведено перший музичний фестиваль, а уряд Барбадосу підписав угоду про придбання там земельної ділянки для свого посольства.

У 2022 році схожі технології дісталися і до освіти. Уже в найближчому майбутньому у Флориді, США, розпочне роботу Optima Classical Academy – перша у світі школа, "побудована" в метавсесвіті. Як повідомляється на лендинговій сторінці проєкту, це буде безкоштовний загальноосвітній навчальний заклад на 1300 місць для учнів 3-8-х класів (відповідає українським 2-7-м класам). За задумом засновників школи, навчання в ній допоможе невмотивованим і слабко соціалізованим хлопцям подолати свої труднощі і нарешті захопитися навчанням. Усім учням школа надає VR-обладнання і технічну підтримку протягом усього навчання.

Отже, у світі вже є переконливі надзвичайні приклади використання віртуального навчання в освіті, а саме:

1. Під час вивчення іноземних мов: з використанням застосунку Unimersiv і гарнітури Oculus Rift студенти можуть познайомитися з людьми з будь-якої країни світу та вивчати мови у віртуальній реальності. Додаток Unimersiv можна безкоштовно завантажити в магазині Oculus Store, що робить його доступним для широкого кола студентів. Компанія назвала цей інтерактивний досвід "Зал Мов". Unimersiv пропонує більше, ніж просто можливість вивчити іноземну мову. Користувачі також можуть працювати над своїми соціальними навичками та дізнаватися про різні культури безпосередньо від носіїв мови.

Можливість розмовляти з носіями мови допоможе студентам розвинути кращу вимову в процесі навчання, втратити страх перед розмовою нерідною мовою. Unimersiv дає змогу студентам практикувати свої мовні навички в реальних умовах, що робить його одним із найефективніших методів вивчення мови у віртуальному середовищі.

2. Під час вивчення історії, мистецтва і культури: студенти можуть бути безпосередньо інтегровані в мистецтво і культуру за допомогою VR екскурсій по музею, створених Boulevard. Замість того, щоб вивчати мистецтво за підручниками, студенти можуть побачити ніби наживо всесвітньо відомі шедеври та вивчити ці твори мистецтва. Крім того, цей процес спрямовують відомі художники, куратори та автори, які знають, як утримати увагу слухачів.

3. Розуміння людської біохімії може бути складним завданням для деяких учнів. Наукова VR гра InMind2 допоможе змінити це. За допомогою InMind2 студенти зможуть дізнатися, як працює людська хімія в захопливій і спокійній обстановці. У цій освітній відеогрі студенти досліджують підлітка на ім'я Джон. Вони вивчають вплив людської біохімії на формування "я" Джона. Вони також контролюють його розвиток від підлітка до дорослого.

4. Запам'ятати уроки історії набагато простіше, коли ви є частиною історії, зокрема на прикладі історії США. HistoryMaker VR дає змогу учням стати на місце відомої постаті з історії США та виголосити кілька яскравих історичних монологів зі спеціально підібраного набору.

Джессі Шелл (Jesse Schell), генеральна директорка Schell Games, пояснила місію HistoryMaker VR: "Ми хотіли створити щось таке, що дасть змогу студентам не лише навчатися, а й, що важливіше, пережити слова, надруковані на сторінці. Часто читання про людей і події з минулого здається безглуздом, бо його важко співвіднести з реальністю", - сказала вона. "За допомогою HistoryMaker VR ми сподіваємося виправити цю прогалину і зробити процес вивчення історії інтерактивним і захопливим", - додала Джессі. Деякі з відомих особистостей, на яких студенти можуть перетворитися: Абігейл Адамс, Авраам Лінкольн, Бенджамін Франклін, Джордж Вашингтон, Гарріет Табман, Марк Твен.

5. Спеціальна освіта. Школа Джексона у штаті Вікторія, Австралія, знайшла спосіб зробити навчання для дітей з особливими потребами легшим та інтерактивним. Вони використовували гарнітуру Oculus Rift, щоб візуалізувати певні уроки і дати їм можливість краще зрозуміти те, що вони вивчають. Учні зі спеціальними потребами можуть виконувати свої терапевтичні вправи у VR, що дозволяє їм отримувати більше корисної інформації. За словами інструктора з технологій та спеціальної освіти Мат'є Марунчіна, деякі заняття, наприклад, дослідження планет і зірок, навіть заспокоюють учнів.

6. Лабораторії у віртуальній реальності. Labster забезпечує безпечне середовище для вивчення предметів програми STEM, пропонуючи понад 100 типів віртуальних лабораторій. Викладачі, зокрема, можуть значно виграти від цього нововведення. Завдяки тому, що учні можуть вільно працювати над своїми експериментами, безпечно використовуючи віртуальне середовище, викладачі можуть замість цього зосередити свою увагу на подачі матеріалу. Віртуальні лабораторії VR можуть використовуватися для проведення експериментів з різних предметів, таких як хімія, біологія та фізика. Учні можуть використовувати VR для вивчення принципів атомних структур, генетики тварин, ферментації та багато чого іншого.

Технологія VR, як можна помітити, може застосовуватися в найрізноманітніших галузях освіти. Ця інноваційна технологія може допомогти студентам, викладачам і школам у досягненні більш високого рівня освіти. Можливо, просто завтра технологія віртуальної реальності і не буде використовуватися в кожному класі, але в найближчому майбутньому однозначно.

На основі вищезазначеного, можна сформулювати наступні переваги використання віртуального навчання в освіті:

- прискорення і здешевлення процесів навчання та інструктажу, а також підвищення їхньої ефективності;
- зниження витрат, необхідних для навчання;
- запобігання загрозам здоров'ю, життю персоналу та інших осіб у процесі спеціального навчання (медичні операції та інвазивні методи, евакуація, забезпечення безпеки, порятунк у різних надзвичайних ситуаціях);
- зниження кількості помилок і прискорення процесу при складанні, ремонті та експлуатації спеціального обладнання, знаходження необхідної інформації;
- значне зниження аварійності, а також витрат на експлуатацію устаткування за рахунок своєчасного виявлення несправностей;
- прискорення процесу проектування і прототипування об'єктів, значне зменшення витрат і часу на фізичне моделювання;
- поліпшення якості обслуговування клієнтів, дизайну продуктів і торговельних майданчиків і відповідне збільшення обсягу продажів;
- удосконалення (спрощення) і підвищення ефективності комунікацій.

Існує безліч доведених переваг використання VR-технологій в освіті. Перш за все, VR забезпечує видатну візуалізацію, яку неможливо отримати в традиційному класі. Вона відображає світ, у якому молоде покоління почувається комфортно. Вона інклюзивна, дає змогу всім і всюди, незалежно від статусу, матеріального становища або інвалідності, брати участь в освітньому процесі. VR дає практично необмежений доступ до інформації, наприклад, книжок чи статей. Сучасні технології, що використовуються в класі, підвищують та стимулюють співпрацю та залученість. Він використовується для високоефективного змішаного навчання, заохочуючи самостійне навчання та індивідуальне прагнення до знань. Хоча використання сучасних технологій в освітньому середовищі явно вигідне, воно не позбавлене ризиків і небезпек. Одна з головних проблем - це відсутність гнучкості. Під час традиційних занять студенти можуть ставити запитання, отримувати відповіді, брати участь у цій дискусії. Використовуючи гарнітуру віртуальної реальності зі спеціальним програмним забезпеченням, студенти повинні слідувати правилам і не можуть робити нічого іншого, окрім того, що вони повинні робити в процесі виконання завдань. Деякі педагоги, природно, чинять опір змінам, і їхня активна участь в процесі має вирішальне значення для успішного впровадження технологій у класі. Інші можуть надмірно покладатися на технологічні розробки, що може призвести до зниження рівня взаємодії між учнем і вчителем.

Хоча в нас може виникнути спокуса замінити всі традиційні рішення сучасними цифровими, має бути рівновага між сучасними рішеннями та людською взаємодією, наставництвом і відносинами між вчителем та учнем.

#### Список літератури

1. Вітковський Б., Чоп Т. Віртуальна реальність та нове освітнє середовище [Електронний ресурс] – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286540543.pdf>
2. Гриб'юк О. О. Віртуальне освітнє середовище як інноваційний ресурс для навчання і дослідницької діяльності студентів [Електронний ресурс] – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/1115/1/Grybyuk-tezy.pdf>
3. Cherniavska, O.V., Cherniavska, O.D., Bayramov, S.V., Magliocca, P., & Pascalau, R. (2023). Sustainability and Innovation: New Roles of Universities in Ensuring Economic Growth and Achieving Global Sustainable Development Goals. In Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (25 квітня 2023 р., м. Київ) (pp. 190).
4. Цалко Т. Р. Електронний кампус в інноваційній моделі smart-освіти / Т. Р. Цалко // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 127-130. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24053>
5. Цалко Т. Р. Дослідження проблем і розробка рекомендацій щодо вдосконалення освітнього процесу в умовах пандемії / Т. Р. Цалко, С. М. Невмержицька // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 8 жовтня 2021 року. – Київ : КНУТД, 2021. – С. 67-68.
6. Цалко Т. Р. Особливості побудови індивідуальної траєкторії навчання в умовах воєнного стану / Т. Р. Цалко, С. М. Невмержицька // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації" : тези доповідей, м. Київ, 7 жовтня 2022 року. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 114-115. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20244>
7. Kasych A., Vochozka M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. Revista ESPACIOS. Vol. 40 (N 24) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>



## ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Активне використання інформаційно-комунікаційних технологій для розвитку дистанційного навчання є стратегічним напрямом реформування освіти в Україні, тому платформи дистанційного навчання відіграють важливу роль для організації дистанційного навчання.

Вибір платформ дистанційного навчання є дуже важливим кроком.

Платформа дистанційного навчання – це програмне забезпечення для підтримки дистанційного навчання, метою якого є створення та управління педагогічним змістом, індивідуалізоване навчання та телетьюторат. Воно включає засоби, необхідні для трьох основних користувачів – викладача, студента, адміністратора.

У цій системі, викладач створює загальний курс навчання, використовуючи мультимедійні педагогічні ресурси, індивідуалізує його до потреб та здібностей кожного студента, та здійснює підтримку діяльності студентів [1, с. 27].

Аналіз інформаційних ресурсів Інтернету показав, що найбільший інтерес серед таких систем представляє програмно-інструментальна платформа дистанційного навчання Moodle.

Ця система управління вмістом сайту, спеціально розроблена для створення викладачами якісних онлайн-курсів. Цей програмний продукт використовується більше ніж у 100 країнах світу університетами, школами, компаніями й незалежними викладачами.

Вважається, що абревіатура MOODLE пов'язана з виразом: *Modular Object-Oriented Dynamik Learning Environment* – модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище, яке дозволяє будь-кому дистанційно, за допомогою Інтернету, оволодіти навчальним матеріалом та самому створювати дистанційні курси і проводити навчання на відстані.

Головним розробником системи є Martin Dougiamas з Австралії. Цей проект є відкритим та в ньому бере участь і велика кількість інших розробників.

Moodle – це безкоштовна, відкрита (Open Source) система. Вона не лише безкоштовна сама, а й не потребує для своєї роботи жодного платного програмного забезпечення. Тобто кожний навчальний заклад може впровадити у себе не просто безкоштовну і найбільш досконалу, а ще й абсолютно ліцензійну систему, не витративши жодної копійки на придбання програмного забезпечення. При цьому він може вносити зміни у код у відповідності до своїх потреб.

Інформаційне середовище Moodle надає викладачеві широкі можливості для розміщення навчальних матеріалів: веб-сторінки; інтерактивні елементи курсу; засоби комунікації; електронні книги; тренінги та навчальні програми; посилання на файли; аудіо- та відеоматеріали; каталоги.

Moodle надає можливість проектувати, створювати та керувати інформаційно-навчальними ресурсами навчального закладу.

Moodle є гнучкою системою, тобто викладач може самостійно створювати дистанційний курс та управляти його роботою: власноруч контролювати доступ до своїх курсів, використовувати часові обмеження, створювати власні системи оцінки знань, контролювати запізнення студентів при виконанні завдань, дозволяти або забороняти перездачу тощо [2, с. 64].

Платформа Moodle в мережному варіанті є майданчиком для проведення форумів та чатів окремих груп слухачів курсів. Чат використовується на дистанційному етапі згідно з графіком навчального процесу, який отримує кожний слухач, для «живого» спілкування викладача зі слухачами курсів. Інша можливість, яку надає Moodle в мережному варіанті для спілкування – це форум.

Форум відрізняється від чата тим, що його можна вважати семінаром, який розтягнутий у часі. Крім того форум використовується для проведення консультацій як на дистанційному етапі курсового навчання, так і в міжкурсовий період для обговорення актуальних питань. Ці види спілкування на дистанційному етапі можуть зайняти місце тематичної дискусії чи семінарського заняття [3, с. 47].

Оскільки систему Moodle орієнтовано на застосування у дистанційному навчанні, вона має великий набір засобів комунікації. Можливості, які надає система, дозволяють забезпечити індивідуальну роботу викладача з кожним студентом, налагодити тісну співпрацю.

Система управління навчанням Moodle надає багато функцій, що полегшують процес оцінювання знань студентів. Контроль знань здійснюється в системі за допомогою окремого модуля, який представляє багато видів тестів, можливість перетестування з дозволу викладача, можливість захисту від списування шляхом рандомізації питань та встановлення бази даних питань, для використання у тестах. Система має механізми зберігання поточних оцінок кожного студента за всіма дистанційними курсами, встановлення шкали оцінок, напівавтоматичного перерахунку результатів тощо.

Можливості, які Moodle дає користувачам, можна згрупувати за ролями (рис. 1).

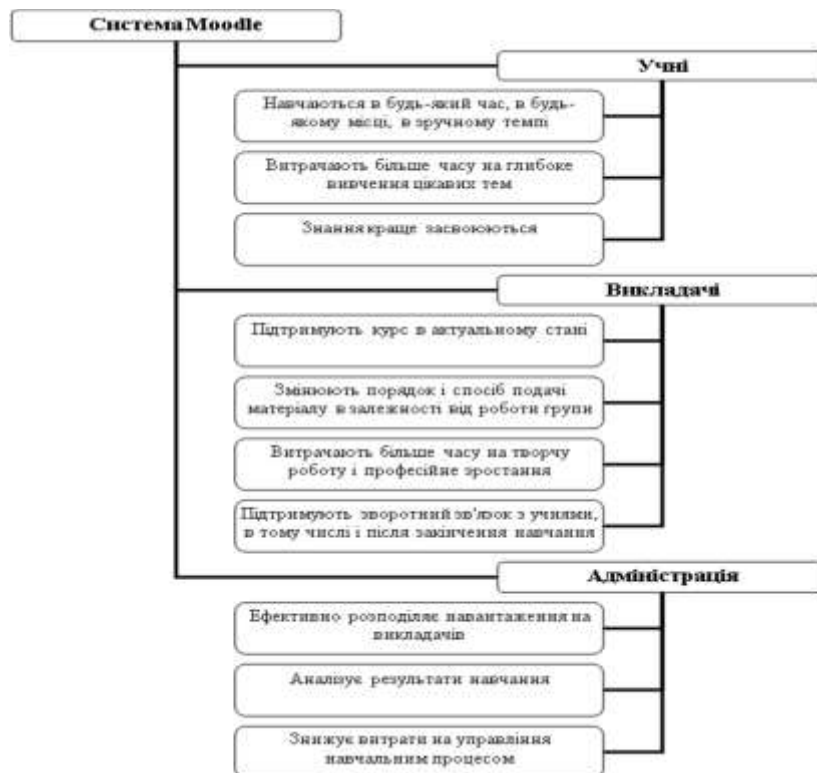


Рис. 1 Схема можливостей системи Moodle для користувачів

У Moodle є рішення для всіх можливих завдань управління навчальним процесу. Якщо ж готового рішення поки немає або воно недосконале, функціонал системи можна легко розширити.

Узагальнюючи наведені характеристики ми структурували основні переваги та недоліки дистанційної платформи Moodle (табл 1).

Таблиця 1

### Переваги та недоліки дистанційної платформи Moodle

Переваги дистанційної платформи Moodle
Можливість користування різних систем управління базами даних
Зрозумілий інтерфейс та просте обслуговування, управління та використання;
Забезпечення безперервного навчального процесу
Спрощення розповсюдження електронних матеріалів серед студентів
Сумісність з усіма форматами електронних матеріалів
Використання навчальних матеріалів, які недоступні під час традиційних занять
Широкий вибір інструментів взаємодії зі студентами
Контроль доступу
Велика кількість завдань
Безкоштовне розповсюдження
Можливість створення різноманітних оформлень вебсайту або окремих дистанційних курсів
Недоліки дистанційної платформи Moodle
Не пристосований для створення складних навчальних робіт
Погано інтегрується із зовнішніми програмами;
Не містить у процесі навчання бібліографії та планування навчання за спеціальністю;
Має дещо обмежені комунікаційні можливості
Відсутність як такої технічної підтримки «від виробника»
Неможливість сортування списку файлів

Отже, основними напрямками використання системи Moodle в навчальному процесі є такі: вивчення теоретичного навчального матеріалу; представлення в електронному вигляді; формування практичних умінь і навичок; структурування результатів навчальної діяльності; автоматизація роботи з навчальною інформацією; забезпечення мережевої комунікації; організація та проведення мережевих інтерактивних групових та

індивідуальних занять у режимі on-line та off-line; контроль та моніторинг навчальної діяльності слухачів дистанційного курсу [4, с. 98].

Використання електронного навчального середовища Moodle дозволяє зберігати індивідуальний підхід до освітнього процесу та організувати групову діяльність студентів за допомогою чатів, форумів та інших комунікативних складових системи.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Дробніца І.П. Педагогічні технології у сучасному загальноосвітньому закладі. *Педагогічне Криворіжжя: педагогічний альманах*: збірник науково-методичних праць. Кривий Ріг: ВЦ КДПУ; Айс Принт. 2018. Вип. 4. с. 55-58.
2. Самолюк Н.М., Швець. Актуальність і проблемність дистанційного навчання. *Нова педагогічна думка*, 2013. № 1.1. с. 193.
3. Вишнівський В.В., Гніденко М.П., Гайдур Г.І., Ільїн О.О. Організація дистанційного навчання. Створення електронних навчальних курсів та електронних тестів. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2014. 140 с.
4. Малярчук О. В. Технологічні характеристики дистанційної форми навчання. О. В. Малярчук. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2015. вип. 2. с. 164-167.

## ЗМІСТ

### ПЛАТФОРМА 1. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В КООРДИНАТАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Т. Iefymenko. UKRAINE'S ECONOMIC SPACE RESILIENCE: GOVERNANCE AND PERFORMANCE.....	3
О. Romanovskyi, Yu. Romanovska, O. Romanovska, M. El Makhdi. MAIN CONCEPTS OF HIGHER EDUCATION AND SCIENCE INNOVATICS.....	4
А. Касич, М. Вохозка, І. Холявко. ПРИВАТНО-ДЕРЖАВНЕ ПАРТНЕРСТВО В ОСВІТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ВІДПОВІДНО ВИМОГ INDUSTRY 5.0.....	8
С. Бондаренко. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	10
Т. Цалко, С. Невмержицька. ЦІЛЬОВІ АСПЕКТИ І ЗАВДАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ОСВІТЯН ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ТА В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	12
О. Вартанова. УПРАВЛІННЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯМ ПЕРСОНАЛУ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	15
О. Тарасенко, О. Батрак. ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ.....	17
Т. Власюк, Н. Фастовець. АНТИКОРУПЦІЙНА ПОЛІТИКА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	19
М. Lebediev. REQUIREMENTS AND PRINCIPLES OF DIGITALIZATION OF THE MANAGEMENT AND EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE.....	21
О. Черниш. ЗНАЧЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТРЕТЬОЇ МІСІЇ УНІВЕРСИТЕТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	23
Л. Городянська. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	25
О. Борисова, Б. Пшеничний. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ СУЧАСНОСТІ.....	27
Н. Бугас, В. Бугас. МІЖНАРОДНА СПІВПРАЦЯ У ПОДОЛАННІ НАСЛІДКІВ ВІЙНИ.....	29
О. Shevchenko, O. Pleshkan. INNOVATIVE DEVELOPMENT DIRECTIONS FOR HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY CHALLENGES.....	30
Л. Городянська, Д. Руденко, О. Сулима. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	32
Д. Коваленко, С. Захарін. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	34
О. Борисова, В. Алексеєнко. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	36
Л. Городянська, Т. Гузь, Д. Вознюк. ЗАХОДИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ..	37
Н. Buntova, K. Novikova. HOSPITALITY INDUSTRY: CURRENT TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT.....	39
Л. Городянська, Д. Сльозкіна, Д. Семикопенко. ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	41
Л. Семенюк, В. Редька. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ КУЛІНАРНИХ ТРЕНДІВ У	

ХАРЧУВАННІ, СТИЛЯХ ПРИГОТУВАННЯ ТА СИРОВИННИХ КОМПОНЕНТАХ.....	43
Л. Городянська, В. Харченко, М. Дубовик. МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	45
О. Степанова, М. Коробкіна. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В СИСТЕМІ КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА ІВАНО- ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	47
 <b>ПЛАТФОРМА 2. АДАПТАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДО ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ</b>	
A. Oleshko, Ye. Saliy. MANAGING THE SHADOW ECONOMY OF UKRAINE IN POST-WAR RECOVERY.....	50
Є. Хаустова. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	52
П. Пузирьова, О. Покальчук. ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО КОНТЕКСТУ.....	54
З. Шацька, Я. Ольшанська, М. Саттаров. НЕОБХІДНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	56
А. Олешко, Р. Рябченко. ВПЛИВ ЕМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ З УКРАЇНИ НА СТАН НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ..	58
С. Бебко, Г. Будяков. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ ТА БІЗНЕСУ В РЕАЛІЯХ ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ.....	60
З. Шацька, О. Стужний. СМАРТ-ЛОГІСТИКА, ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	62
П. Пузирьова, Є. Садовський. СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	64
А. Олешко, Д. Чернаєнко. РОЗБУДОВА СМАРТ МІСТ УКРАЇНИ В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	66
С. Бабенко. СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ ФОНДОВИХ РИНКІВ.....	68
З. Шацька, Г. Ольшанський, Д. Ірназаров. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ.....	70
О. Будякова, А. Тесленко. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗНАНЬ З БІОЕКОНОМІКИ ДО ПОТРЕБ СМАРТЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ.....	72
І. Свергун. ДИНАМІКА ДИДЖІТАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ ДО ТА ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	74
П. Пузирьова, С. Синиця. АКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЧИННИКА РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ СМАРТ-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ.....	76
З. Шацька, А. Когут. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	78
Г. Сосновський, Є. Хаустова. РОЛЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У СТВОРЕННІ НОВИХ ГАЛУЗЕЙ ТА АДАПТАЦІЯ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДО НИХ.....	80

### **ПЛАТФОРМА 3. РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ**

О. Любіч, Є. Драчко-Єрмоленко. ДИНАМІКА КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В ОЩАДНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	82
Н. Радіонова, В. Левченко. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ.....	84
В. Апацький, І. Тарасенко. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТРАХУВАННЯ КІБЕРИЗИКІВ В УКРАЇНІ.....	86
Ю. Русіна. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ.....	88
А. Вакеріна, О. Коваль. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І МАШИННЕ НАВЧАННЯ У ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГАХ.....	90
Н. Радіонова, І. Буланцов. РОЗВИТОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ.....	92
A. Semenog, A. Verhun. THE DIGITALIZATION OF THE FINANCE INDUSTRY: FINTECH BENEFITS AND RISKS.....	94
С. Грищенко. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАСАДАХ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ VBM.....	96
А. Олешко, О. Цєпова. ІННОВАЦІЙНІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	98
І. Тарасенко, К. Олефіренко. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗГЛЯДУ ЗВЕРНЕНЬ ЩОДО ПОРУШЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС.....	100
Т. Нефедова, В. Попик. ДЕРЖАВНІ ПРІОРИТЕТИ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	102
М. Сінковський. ЦИФРОВІЗАЦІЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ.....	104
Н. Радіонова, Д. Фонталін. СИСТЕМА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ.....	106
А. Золковер, А. Віжукткін. ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ.....	108
О. Стешенко, Я. Кравченко. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ НА РИНКАХ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ ТА ФРАНЦІЇ.....	109
І. Тарасенко, О. Козирев. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	111
Б. Обертинський, Л. Обертинський. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАНКІВ.....	113
М. Чернишов, В. Левченко. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ.....	115
О. Черниш, Ю. Радчук. ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ.....	117
Р. Заєць, Д. Коваленко. ФІНАНСУВАННЯ ЗЕЛЕНИХ ПРОЄКТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	119
В. Швецов, А. Люманов. БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ США.....	121
Н. Радіонова, Д. Бондаренко. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ГАЛУЗІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ.....	122
О. Бунда. ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ.....	124

#### **ПЛАТФОРМА 4. ПЕРЕДОВІ ПРАКТИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ОСВІТИ ТА ЇХ РОЛЬ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ**

I. Gryshchenko, D. Shkoda. THE SPECIFICS OF ORGANIZING AN END-TO-END MARKETING INTERNET ANALYTICS SYSTEM.....	127
Т. Беялов. МЕХАНІЗМ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ.....	128
І. Гнатенко, А. Алексеєнко, С. Рабчук. ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....	130
Ю. Бірюкова, Н. Крахмальова. НАПРЯМИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ ЗАРУБІЖНИХ ПРАКТИК.....	132
М. Shkoda, A. Kahramanoğlu. MARKETING DEVELOPMENT OF THE UNIVERSITY ECO-TERRITORY.....	134
М. Черниш, І. Гончаренко. РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЗРОСТАЮЧОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	136
Т. Беялов, Е. Аширов. ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ.....	138
І. Гнатенко, О. Щур, С. Янечко. ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ІННОВАЦІЙ.....	140
М. Шкода, В. Щербаков. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ БІЗНЕС АЛЬЯНСІВ В УКРАЇНІ. ЇХ ВЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ЗАРАЗ І В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД... ..	142
В. Синиця. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	143
Т. Беялов, Я. Гірник. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ.....	145
Р. Яцентюк. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ТА ЇЇ РОЛЬ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ.....	147
І. Гнатенко, О. Хухра, В. Левченко. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ.....	148
М. Шкода, Б. Бурка. ІНТЕГРАЦІЯ БІЗНЕСУ В МЕРЕЖУ WEB3 ТА МЕТАСВІТИ.....	150
І. Гнатенко, М. Земцов, Д. Хорошко. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ У ПЕРІОД КРИЗИ.....	152
С. Лінський, О. Проскура, В. Будник. НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	154
Т. Беялов, В. Кохно. ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ОСВІТІ, НАУЦІ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	155
І. Романенко, Н. Крахмальова. ВПЛИВ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В ВУЗАХ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	157
М. Шкода, Є. Ланін. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	159
Н. Крахмальова, В. Слонопас. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..	161
М. Шкода, М. Мудрий. ПАРТНЕРСТВО ОСВІТИ, НАУКИ, ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ ЯК ПРЕДИКТОР РОЗВИТКУ КРОСС-КЛАСТЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.....	163
М. Шкода, Я. Онофрійчук. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КЛАСТЕРООБ'ЄДНАНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ФАКТОРИ.....	165

## **ПЛАТФОРМА 5. МАРКЕТИНГОВА ОСВІТА В УКРАЇНІ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

О. Євсейцева, О. Мігалатій. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ.....	167
Є. Хаустова, В. Марциновський. КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНІ МОДЕЛІ КОМПЛЕКСУ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРОГРАМИ СУЧАСНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ОСВІТИ.....	169
О. В. Чернявська, Б. Колесник. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІДЖИТАЛ РЕКЛАМИ У МЕРЕЖІ FACEBOOK В РАМКАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ БРЕНДУ.....	171
Г. Квіта, І. Головачов. ЗАСТОСУВАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ.....	173
К. Шіковець, В. Казнодій. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-РІШЕНЬ В МАРКЕТИНГУ.....	175
Ю. Городецький. ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО НЕЙРОМАРКЕТОЛОГА .....	177
О. Yevseitseva, M. Lebediev. REQUIREMENTS AND PRINCIPLES OF DIGITALIZATION OF THE MANAGEMENT AND EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE.....	179
О. D. Cherniavska. VALUE-DRIVEN DIGITAL BRAND MANAGEMENT: THE VALUES ENGRAVED IN VEHUB4YOU'S LOGO AND DIGITAL STYLE.....	181
М. Потехіна. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	183
М. Ніколаєв. ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПІСО.....	185
Л. Семенюк, В. Білич. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	187
М. Галстян. ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ЇХ ПІСЛЯВОЄННИЙ РОЗВИТОК.....	188
В. Харлім. МАРКЕТИНГОВІ ВЕКТОРИ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ ТА КОМУНАЛЬНИМ МАЙНОМ.....	190
В. Власюк, Н. Сапфірова. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ БРЕНДІВ МЕДУ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ.....	193
Є. Гула, Д. Чупенко. ІННОВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ РОЗВИВАЮЧИХ ВІДЕОІГОР.....	195
Н. Сапфірова, М. Малишева. РОЛЬ ЕСТЕТИЧНИХ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В ДИЗАЙНІ 2D ГРАФІКИ ВІДЕОІГОР.....	197

## **ПЛАТФОРМА 6. ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПУ ДО СУЧАСНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ У ПРОЄКТІ ERASMUS+ VEHUB4YOU**

A. Gagliardi, P. Magliocca, R. Canestrino. THE ROLE OF VEHUB4YOU PROJECT IN ACCELERATING DIGITAL TRANSFORMATION IN BUSINESS EDUCATION.....	199
O.V. Cherniavska, Sh. Bayramov, N. Shmygol, M. Jarvis, O. D. Cherniavska, P. Ruto. ADVANCING INNOVATION, GLOBAL EDUCATION AND INTERCONNECTION: VIRTUAL EXCHANGES IN HIGHER EDUCATION AND YOUTH SUPPORTED BY ERASMUS+ VEHUB4YOU PROJECT.....	201



О. Ольшанська, П. Пузирьова. КОНЦЕПЦІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ.....	204
S. Bebko. COOPERATION OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF INTERNATIONAL GRANTS.....	206
O.V. Cherniavska. NETWORKING BASED LEARNING IN HIGHER EDUCATION AND BEYOND: INSIGHTS FROM THE ERASMUS+ VENUB4YOU PROJECT.....	208
М. Матюха. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ У СФЕРІ БІЗНЕС-ОСВІТИ.....	210
О. Ольшанська, З. Шарлович, З. Шацька. ТЕХНОЛОГІЇ СМАРТ-ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ.....	211
Т. Цалко, С. Невмержицька. ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ В ОСВІТІ.....	214
І. Коваленко, Ю. Оніщик. ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	217

*Наукове видання*

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ, НАУКИ  
ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**

6 ЖОВТНЯ 2023 РОКУ

Редактор О. В. Ольшанська  
Відповідальний за поліграфічне виконання Л. Л. Овечкіна

Підп. до друку 08.09.2023 р. Формат 60x84 1/8.  
Ум. друк. арк. 26,25. Облік. вид. арк. 20,54. Наклад 50 пр. Зам. 1934.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.  
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ-11, 01011.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.