

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ



*У рамках реалізації грантового проєкту
ERASMUS-EDU-2021-VIRT-EXCH
«Міжнародна мережа віртуальних
молодіжних бізнес-хабів» VEHUB4YOU*



**Co-funded by
the European Union**



МАТЕРІАЛИ

**V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«ІМПЕРАТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В
КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ»**

23 квітня 2024 року

Київ 2024

УДК 330.366(043.2)

I-54

DOI - 10.30857/123456789.26759

Редакційна колегія:

Ольшанська О.В. – д-р екон. наук, проф., декан факультету управління та бізнес-дизайну КНУТД, голова організаційного комітету;

Олешко А.А. – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри смарт-економіки КНУТД, заступник голови організаційного комітету;

Белялов Т.Е. – д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри підприємництва та бізнесу КНУТД;

Касич А.О. – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри управління та смарт-інновацій КНУТД;

Тарасенко І.О. – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри фінансів та бізнес-консалтингу КНУТД;

Євсейцева О.С. – к-т екон. наук, доц., завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну КНУТД.

I-54 Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (23 квітня 2024 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2024. 700 с.

У збірнику представлені матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку». **За точність викладення матеріалу та достовірність використаних даних відповідальність несуть автори.**

УДК 330.366(043.2)

I-54

© Київський національний університет технологій та дизайну, 2024

З М І С Т

ПЛАТФОРМА 1.

ПЕРЕДОВІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ ТА ЇХ ПОШИРЕННЯ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU

| | |
|--|----|
| Ольшанська О. В. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ ТА НАВЧАННЯ В РАМКАХ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU | 16 |
| Gagliardi, Anna Roberta; Magliocca, Pierpaolo; Canestrino, Rossella ENHANCING VIRTUAL EDUCATION THROUGH HUMAN-MACHINE INTERACTION: LESSONS FROM VENUB4YOU | 19 |
| Ahmadli T. TRENDS IN BUSINESS STUDIES: THE IMPACT OF AI AND METAVERSE APPLICATIONS | 25 |
| Пузирьова П. В., Власюк Т. М. ВІРТУАЛЬНА ОСВІТА: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ | 29 |
| Rasulov Z.Y., Ahmadova S. POSSIBILITIES OF USING EDUCATIONAL TECHNOLOGIES WITHIN THE CONCEPT OF MANAGEMENT 4.0 | 32 |
| Ганущак-Єфіменко Л. М., Пузирьова П. В. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ ТА ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ | 35 |
| Ольшанська О.В., Шацька З.Я. ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАКОРДОННИХ ПРАКТИК ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗВО | 38 |
| Babak Husuyev, Gunel Karimli THE IMPACT OF THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN AZERBAIJAN ON THE INCOME LEVEL OF THE POPULATION AND THE DEMAND | 41 |
| Белялов Т.Е. ВІТЧИЗНЯНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ | 45 |
| Svitlana Vebko THE IMPORTANCE OF THE RECOGNITION PROCEDURE FOR JOINING THE EUROPEAN HIGHER EDUCATION AREA | 48 |
| Гнатенко І.А., Янечко С.В., Василенко С.О. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ | 51 |
| Вартанова О.В., Вартанов С.О. КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО ЗДІЙСНЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ МІЖНАРОДНИХ ОСВІТНІХ ОБМІНІВ | 55 |
| Гнатенко І. А., Пузирьов С.О., Ситник Д.І. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ | 59 |
| Будякова О.Ю. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU | 62 |

| | |
|---|----|
| Будякова О.Ю., Конченко Д.Р. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ БІЗНЕС-ОСВІТИ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUE4YOU В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 66 |
| Мудрий М.С. ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА ПРОГРАМ ІНТЕГРАЦІЇ У ІННОВАЦІЙНУ ЕКОСИСТЕМУ ЄС ЧЕРЕЗ КРОСС-КЛАСТЕРНЕ ПАРТНЕРСТВО | 69 |

ПЛАТФОРМА 2.

SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ ТА БІОЕКОНОМІКА ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

| | |
|--|-----|
| Олешко А. А. ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ НАВИЧОК З БІОЕКОНОМІКИ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ | 73 |
| Шацька З. Я. ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ ДО СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ | 76 |
| Сидоренко С. Г. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА | 79 |
| Шацька З.Я., Тесленко А.В. ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ | 82 |
| Budiakova O., Saratov O. BIOECONOMY FOR SUSTAINABLE AND INCLUSIVE DEVELOPMENT AT THE INTERNATIONAL LEVEL | 85 |
| Петрівський О. О. ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ BNPL-КРЕДИТІВ | 88 |
| Мокроусова О. Р., Охмат О. А. ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІОМАСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ СТАЛОЇ БІОЕКОНОМІКИ | 91 |
| Чернаєнко Д. В. НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ SMART-МІСТ У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ | 93 |
| Svitlana Vebko THE CHALLENGES OF BIOGAS PRODUCTION IN THE CONTEXT OF POST-WAR RECOVERY | 96 |
| Моргулець О.Б., Пилипенко Т.В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОЛТАВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 99 |
| Ткач Л. О. СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ДЕРЖАВНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ | 102 |
| Шацька З. Я., Живко О. В., Зайцев М. Є. ІМПЕРАТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СМАРТ-ЕКОНОМІЦІ | 105 |
| Бакай В. Й. SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ | 108 |
| Nina Petrukha, Serhii Petrukha VETERAN BUSINESS: PARADIGMATIC SHIFT IN AGRICULTURAL ECONOMY AND MANAGEMENT TECHNOLOG | 111 |

| | |
|---|-----|
| Медвідь Г. С. ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 115 |
| Моргулець О. Б., Медведь І. О. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВІЙНИ | 118 |
| Охріменко І. В., Мегеря А. І., Пузирьов С. О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ | 121 |
| Шацька З. Я., Когут А. Л. НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ | 124 |
| Борисова О. В., Панібратченко Я. А. СМАРТ -ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ | 127 |
| Шацька З.Я., Перков С. О. АКТИВІЗАЦІЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ | 129 |
| Пузирьова П. В., Власюк Т. М., Заріцька Н. М. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-ПРОЄКТАМИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 132 |
| Ірناзаров Д. Т., Кириченко В. О., Андрієвський В. В. АРХІТЕКТОНІКА ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ | 135 |
| Швець П. А. SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІЙНО- ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПИТАННЯ | 138 |
| Budiakova O. BIOECONOMY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT THE NATIONAL LEVEL | 141 |
| Шацька З. Я., Потехіна М. П. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ | 145 |
| Сімонов Д. С. SMART ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА | 147 |
| Садовський Є. П., Володченков О. П. МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ІТ-СФЕРИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ | 149 |
| Синиця С. В., Свиридов А. О. КЛЮЧОВІ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ | 152 |
| Пузирьов С. О., Халіляєва В. О. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ СМАРТ-СТРАТЕГІЙ | 155 |
| Рогальчук Д. В., науковий керівник Мельник Л. С. SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У ЛЬВІВСЬКОМУ РЕГІОНІ | 158 |
| Шацька З. Я., Кліменко А. Ю. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СМАРТ- ЕКОНОМІКИ | 160 |

| | |
|--|-----|
| Покальчук О. К., Журавльов Д. В., Кравцова Л. Л. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ З УРАХУВАННЯМ СПЕЦИФІКИ ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ | 163 |
| Макатьора Д. А., Кубанов Р. А. СТАЛЕ БУДІВНИЦТВО ТА КРУГОВА ЕКОНОМІКА: СИМБІОЗ ЕФЕКТИВНОСТІ | 166 |
| Шацька З. Я., Вінер Є. І. СМАРТ-ЕКОНОМІКА, ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 169 |
| Тимкован В. І. СТАН ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ | 171 |
| Заріцька Н. М., Саттаров М. Г., Левченко В. В., Хорошко Д. Р. СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ | 174 |
| Квас В. О. ОСНОВНІ РИЗИКИ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ | 177 |
| Лісняк С. І., Халіляєва О. В., Коваль В. Г. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ | 181 |
| Семенов К. С., Одинець Р. В. УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ СМАРТ-СИСТЕМ | 185 |
| Охріменко І. В., Дренін П. С., Алімов Р. З. СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 188 |
| Заріцька Н. М., Бурмецький В. В., Бубко В. Г. ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СМАРТ-СТРАТЕГІЙ ТНК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ | 192 |

ПЛАТФОРМА 3.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТА ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

| | |
|---|-----|
| Белялов Т. Е., Люманов А. С. ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ | 195 |
| Ладонько Л. С. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА | 198 |
| Белялов Т. Е., Аширов Е. С. ПОКАЗНИКИ ІННОВАЦІЙНОЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ | 202 |
| Реверенда М. С., Смірнов С. Ю. СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ | 206 |
| Гончаренко І. М., Гришина М. Т. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА, ЇЇ РОЗВИТОК ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ | 208 |
| Черниш О.В. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗВО | 210 |

| | |
|---|-----|
| Городянська Л. В. КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ВІДТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ | 215 |
| Олійник А. А., Бурлакова К. О. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ | 218 |
| Гончаренко І. М., Корнієнко Є. В. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА БІЗНЕС- ПРОЦЕСИ | 222 |
| Мягких І. М., Гнатенко І. А., Левченко В. В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ОНОВЛЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ | 225 |
| Демченко Р. В., Гнатенко І. А., Хухра О. І. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 228 |
| Крахмальова Н. А., Алексеєнко А. С., Слонопас В. В. АДАПТАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ | 231 |
| Mykola CHERNYSH SMART SPECIALIZATION IN COMPARISON WITH CLUSTER DEVELOPMENT OF THE REGION | 234 |
| Кажан С. С., Крахмальова Н. А., Литвиненко О. В. ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА | 237 |
| Aliyeva Tarana A., Mustafayev Vugar S. ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AS A TOOL TO ACHIEVE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS | 240 |
| Rostyslav IACENTIUK DIGITAL ENVIRONMENT AS AN IMPERATIVE FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES | 243 |
| Григоревська О.О., Козій Є.А. ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ | 245 |
| Ганущак Р.М. МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ | 248 |
| Молчанов Т. В., Шкода М. С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ | 251 |
| Yehor LANIN ACTIVATION OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM IN THE CONDITIONS OF WAR | 254 |
| Ляхова Д. С., науковий керівник Рижкова Г.А. ОСОБЛИВОСТІ ПРОДАЖІВ ДЖИНСОВИХ ВИРОБІВ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА | 256 |
| Григоревська О.О., Онуфрійчук А.М. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ | 259 |

| | |
|--|-----|
| Teimur A. Kasumov, Mariana S. Shkoda INTERPRETATION OF DIVERSIFICATION OF BUSINESS PROCESSES OF MODERN ENTERPRISES | 262 |
| Поліщук Н. В., Попадюк Я. А. ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ | 265 |
| Valeriy O. Shcherbakov, Mariana S. Shkoda FEATURES OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF BUSINESS ALLIANCES IN ENTREPRENEURSHIP | 267 |
| Григоревська О.О., Сагайдаков М.С. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ | 269 |
| Проскурович О. В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | 272 |
| Белялов Т. Е., Гірник Я. С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ | 275 |
| Rogov V., Levit O. THE ESSENCE AND TRENDS OF CORPORATE LEARNING AND DEVELOPMENT | 278 |
| Григоревська О.О., Клочков Р.Ю. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 281 |

ПЛАТФОРМА 4.

МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

| | |
|--|-----|
| Касич А. О., Касич Р. В. МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 284 |
| Потюк Ю. Б. КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ЗА ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ | 287 |
| Нехай В. А. МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 4.0: ОСВІТНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ | 290 |
| Цалко Т. Р., Невмержицька С. М. СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКРУТИНГУ | 292 |
| Степовий С. М., науковий керівник Світовий О. М. СУЧАСНІ МОДЕЛІ В УПРАЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСВАХ | 296 |
| Білорус Т. В. ВИКОРИСТАННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ | 300 |
| Денисенко М. П., Юринець З. В., Юринець Р. В. ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ | 303 |
| Варганова О. В., Повзун Д. І. ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТІЙКІСТЬ ПЕРСОНАЛУ | 306 |
| Svintsitska N. G. IMPROVEMENT OF EDUCATIONAL MARKETING TECHNOLOGIES IN THE LUXURY FASHION INDUSTRY | 310 |

| | |
|---|-----|
| Проскурович О. В., Пашковська В. Д. УПРАВЛІННЯ ТА ЛІДЕРСТВО В ЦИФРОВІЙ ОСВІТІ | 313 |
| Тарасенко І. О., Олефіренко К. С. ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ЕТАПІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ | 316 |
| Оліх Л. А. ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ПОШТОВХ ДО ЗМІНИ ПАРАДИГМИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ | 321 |
| Солдатенко О. І. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ | 323 |
| Вальков О. Б., Славгородська В. М. ВПРОВАДЖЕННЯ SMART CAMPUS В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ | 325 |
| Гребельник О. П., Максимович С. В. МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МИТНОГО КОНТРОЛЮ | 328 |
| Касич А. О., Касич Р. В. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА | 331 |
| Варганова О. В., Маляренко І. С. СТРУКТУРА СКЛАДОВИХ КОРПОРАТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ПІРСОНАЛУ | 335 |
| Гончаренко І. М., Ахбаш А. С. АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ «МЕНЕДЖМЕНТ 4.0» В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ | 338 |
| Петько С. М. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ | 342 |
| Проскурович О. В., Славгородська В. М. ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ | 348 |
| Рябокін Т. В., Лісняк С. І., Хаустова Є. Б. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В КЛАСИФІКАЦІЇ СКЛАДОВИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ | 351 |
| Кузьменко О. В., Зубов Є. Д. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА | 354 |
| Невмержицька С. М., Цалко Т. Р., ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОШУКУ РОБОТИ | 356 |
| Варганова О. В., Кузнєцов Д. О. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДАННЯ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ПРОТЯГОМ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ МІСІЄЮ МІЖНАРОДНОГО КОМІТЕТУ ЧЕРВОНОГО ХРЕСТА В УКРАЇНІ | 360 |
| Кузьменко О. В., Черпаков Д. О. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ | 363 |
| Chernov A. O. MOTIVATION OF STAFF IN IT COMPANIES | 366 |
| Девтеров І., В., Зінич П. Л., Кукуєва К. І. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ У ВНЗ УКРАЇНИ | 369 |

| | |
|---|-----|
| Bondarenko S. M. MANAGEMENT OF QUALITY AT ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0 | 372 |
| Лебедєв М. К. РОЗВИТОК ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ | 375 |
| Костенко М., науковий керівник Весоловська М. К. ВПРОВАДЖЕННЯ ШІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МЕНЕДЖМЕНТ | 378 |
| Сіньковський М. І. ПОКАЗНИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ | 380 |
| Racheva N. O. INFLUENCE OF MOTIVATION MANAGEMENT ON MAXIMIZING PERSONNEL EFFICIENCY | 383 |
| Шитова С. Б., Миколайчук І. П. ЕФЕКТИВНІ ТЕХНІКИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В КОМАНДНІЙ РОБОТІ | 386 |
| Mnozhynska R. V., Yakovenko D. ECONOMIC THOUGHT OF MEDIEVAL EUROPE (T. MORE'S UTOPIA) | 389 |
| Деняк К. А., Миколайчук І. П. ДИДЖИТАЛ-ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ | 392 |

ПЛАТФОРМА 5.

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

| | |
|---|-----|
| Тарасенко І. О., Попик В. С. КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА | 395 |
| Грищенко С. І. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ | 400 |
| Тарасенко О. С. СИСТЕМНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗВО УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ВПЛИВУ НА ВСТУПНУ КАМПАНІЮ | 405 |
| Радіонова Н. Й. ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 409 |
| Матюха М. М. ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ КОМПЛАЄНСУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ | 412 |
| Мякота Р. М., Куцовський О. В. БОРГОВА ПОЛІТИКА ЄС ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 415 |
| Безверхий К. В. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ЗВІТНОСТІ ПРО СТАЛИЙ РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЕМПІРИЧНИЙ ДОСВІД ФРАНЦІЇ | 418 |
| Шуман В. Ю., Рибіцький О. Л. SMART-МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ СФЕРИ В КООРДИНАТАХ СУЧАСНИХ ІМПЕРАТИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ | 421 |
| Макарчук І. М., Грановська І. В. ФІНАНСОВЕ ВИРІВНЮВАННЯ, ЙОГО НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ | 425 |

| | |
|--|-----|
| Гуденко Б. О., Каращенко В. С. ДОБРОВОЛЬЧІ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ІСТОРІЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ SMART-РОЗВИТКУ | 428 |
| Левченко В. П., Чернишов М. О. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 432 |
| Андрєєв А. О., Барський О. В. ТЕХНОЛОГІЇ SMART-АУДИТУ ПОТРЕБ УКРАЇНИ У ВІДНОВЛЕННІ ТА ВІДБУДОВІ | 436 |
| Ільницький В. С. ЗАХИСТ ВІД КІБЕРЗАГРОЗ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ | 439 |
| Радіонова Н. Й., Очеретяна Н. В. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ПОКАЗНИКІВ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА | 441 |
| Кічурчак М. В. ПРОСТОРОВІ ВИМІРИ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ДЕПОЗИТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ | 444 |
| Русіна Ю. О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ | 447 |
| Фонталін Д.В., науковий керівник Радіонова Н. Й. ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ | 450 |
| Радіонова Н. Й., Холявко І. В. ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИЧНИХ МЕТОДІВ ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ | 453 |
| Василець А. М., Фокіна-Мезенцева К. В. ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ | 456 |
| Батрак О. В. ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ БАНКІВ | 459 |
| Єременко А. В. НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ | 462 |
| Грановська І. В., Мацкевич Д. І., Макарчук І. М., Макарчук І. І. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ | 465 |
| Кlymenko Kateryna, Ukhnal Nataliia GOOD PRACTICE OF TRANSFER PRICING: THE CASE OF TURKEY | 469 |
| Бондаренко Д. В., Черниш О. В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ | 472 |
| Апацький В. В. КІБЕРСТРАХУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ | 475 |
| Весоловська М., Радзієвська Т. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ ТА ІННОВАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ СВІТІ | 479 |

| | |
|--|-----|
| Кушнеренко С. М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ЦИФРОВУ ІНДУСТРІЮ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ | 483 |
| Хохич Д. Г. МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА КРАЇН ЄВРОЗОНИ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД | 486 |
| Іщук Е. В. СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ | 489 |
| Oliinyk Ya. DEVELOPMENT OF REGULATORY AND LEGAL PROVISION FOR AUTOMATIC EXCHANGE OF INFORMATION IN TAX MATTERS IN THE CONTEXT OF FURTHER FORMATION OF THE TRANSPARENT AND FAIR TAXATION SYSTEM | 491 |
| Юрчишена Л. В. ПРОЯВИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ УНІВЕРСИТЕТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ | 494 |
| Ладиченко К. І., Мазур К. В. РОЛЬ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ КРАЇНИ | 497 |
| Проскурович О. В., Меркушин К. Р. АДАПТАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | 500 |
| Бунда О. М., Кирсенко А. С. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ФІНАНСІВ ТА ОБЛІКУ | 503 |
| Іванов Ю. Б., Лаптев В. І. ПОДАТКОВІ ЗАСОБИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД | 506 |
| Волкова В. М. ОГЛЯД НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛІТИК ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТНИХ РИНКІВ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ МІЖНАРОДНОЇ ГРУПИ З ПРОТИДІЇ ВІДМИВАННЮ БРУДНИХ ГРОШЕЙ ТА ФІНАНСУВАННЮ ТЕРОРИЗМУ (FATF) СЕРЕД КРАЇН | 509 |
| Шликова В. О., Полякова О. Ю. ІНВЕСТИЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ: ПОТОЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ | 514 |
| Драчко-Єрмоленко Є. В. ПОЛІТИКА ВИНАГОРОДИ У ДЕРЖАВНИХ БАНКАХ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ | 517 |
| Бунда О. М., Корнієнко Н. І. ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ФІНАНСІВ ТА ОБЛІКУ | 520 |
| Цєпова О. А. ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ГРИВНІ В ФІНАНСОВУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ | 523 |
| Кришталь Р. Б. РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 527 |
| Демків Ю. М. ІНВЕСТИЦІЙНО-ЦІНОВІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ | 529 |

| | |
|---|-----|
| Кучерява М. В. НОВАЦІЇ ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ НАСТАНОВ ОЕСР ЩОДО ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ | 533 |
| Кадиров Е. Е., Швецов В. А. СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА | 536 |
| Сивохіп П. С. ВІДМІННОСТІ МІЖ МИТНИМ РЕЖИМОМ ТА МИТНИМИ ПРОЦЕДУРАМИ | 538 |
| Свірідова К. Є., Олійник А. А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ | 540 |
| Черниш О.В., Нефедова Т. М. ЄВРОПЕЙСЬКІ СТАНДАРТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ | 543 |
| Витвицька У. Я., Боднар О. В. ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФІНАНСОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ | 547 |
| Драчко-Єрмоленко Є. В. ПОЛІТИКА ВИНАГОРОДИ У ДЕРЖАВНИХ БАНКАХ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ | 550 |
| Паньків Н. Е., Васильєв М. К., Гребеножко Р. О. ФЕНОМЕН ЦИФРОВИХ ВАЛЮТ У СУЧАСНІЙ ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ | 553 |
| Швидкий О. В. ФАНДРАЙЗИНГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ | 557 |
| Кузьмінська О. Е., Лагунов К. В. ПАРАМЕТРИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У СФЕРІ ФІНАНСОВОГО МОНИТОРИНГУ | 559 |
| Балацький О. І., Голіонко Н. Г. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ТИПОЛОГІЯ КОРПОРАТИВНИХ ERP-СИСТЕМ | 563 |
| Бублик Є. О. РЕГУЛЯТОРНІ ІННОВАЦІЇ ЄС У СФЕРІ КОНТРОЛЮ ЗА ТРАНСКОРДОННИМИ ПОТОКАМИ КАПІТАЛУ | 566 |
| Віжуктін Д. Г., Золковер А. О. РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ | 570 |
| Радіонова Н. Й., Грищенко О. І. ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ В УКРАЇНІ | 573 |
| Жук А. С., Расюк М. М. СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ | 576 |
| Шевчук С. Є., Худолій В. В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА | 580 |
| Яременко Л. М., Грановський О. С., Гребеножко В. О. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МІСЦЕВИМИ ФІНАНСАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ | 584 |
| Ткачук В. В. ФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ | 587 |
| Боса А. О., науковий керівник Весоловська М.К. ФУНКЦІЇ РИНКУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ | 589 |

| | |
|--|-----|
| Коваленко Д. І. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ | 592 |
|--|-----|

ПЛАТФОРМА 6.

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

| | |
|--|-----|
| Мігалатій О., науковий керівник Євсейцева О.С. DIRECT-МАРКЕТИНГ: НЕВІДДІЛЬНА ЧАСТИНА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА | 595 |
| Завербний А.С., Завербний С.А. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРУВАННЯ | 598 |
| Бакало Н. В. ТУРИЗМ В ЕПОХУ DIGITAL-КОМУНІКАЦІЙ | 601 |
| Баришполь М. Ю., Фокіна-Мезенцева К. В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ТА ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ | 604 |
| Фірсова С. Г. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ | 607 |
| Федорчук О. М., Сторчак К. Л. МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ | 610 |
| Ромarenko I. V. DATA SCIENCE APPLIED TO DIGITAL MARKETING | 613 |
| Дергаль А. О., Пономаренко І. В. ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В INSTAGRAM | 615 |
| Чайка Є. В., Пономаренко І. В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ | 617 |
| Шіковець К. О., Мельник М. О. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ | 619 |
| Dashkovska M., Oliinyk A. MARKETING STRATEGIES OF PRICING ON WORLD MARKETS | 621 |
| Slobodianik A. A. INCLUSIVE SOCIETY AS AN INTEGRAL PART OF WORLD-FAMOUS BRANDS | 624 |
| Тищенко А., Ладонько Л. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ МИСТЕЦЬКИХ БРЕНДІВ | 629 |
| Кочнова І. В., Цимбал Є. С. ОФЛАЙН-РЕКЛАМА В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ | 633 |
| Oksana Briukhno, Academic Supervisor Diana Fayvishenko ADVERTISING OF INSURANCE SERVICES IN THE CONTEXT OF WAR: ANALYSIS AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES | 637 |
| Шкода М. С., Бурка Б. О. ІНТЕГРАЦІЯ БІЗНЕСУ У ВІРТУАЛЬНИЙ МЕТАСВІТ З МЕТОЮ ОТРИМАННЯ ПРИБУТКУ | 641 |

| | |
|---|-----|
| Шіковець К. О., Квіта Г. М. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ СУЧАСНИХ МАРКЕТОЛОГІВ | 647 |
| Галстян М. А. ПРОЦЕС МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-КЕЙСІВ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ У КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ: АНАЛІЗ ROI ТА ROMI | 650 |
| Ткачук А. В., науковий керівник Микитенко Н. В. ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА | 653 |
| Неруш О. Д. МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ | 656 |
| Синиця В. А. ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН НА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ | 659 |
| Лантрат Є. О. СУСПІЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ВІЙНИ | 662 |
| Литвишко Л. О., Смітюх Ю. Є. ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА РОЗШИРЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ | 664 |
| Шевченко Я. С. ДЕРЖАВНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АВІАБУДУВАННЯ | 666 |
| Mozghovyi Yaroslav STRATEGIC MARKETING FOR IT COMPANIES IN RESPONSE TO GEOPOLITICAL AND ECONOMIC CHALLENGES | 669 |
| Щербань А. М. О., Sergio Rossi МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ | 672 |
| Григоревська О.О., Матвієнко М.О. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ | 676 |
| Головачов І., науковий керівник Євсейцева О. С. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ | 679 |
| Казнодій В., науковий керівник Євсейцева О. С. КРЕАТИВ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ТВОРЧОСТІ У ПРЯМИХ КОМУНІКАЦІЯХ | 681 |
| Гушла В. В. МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ | 685 |
| Григоревська О.О., Черемісін М.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ДИЗАЙНУ СТРАВ НА СПОЖИВАЦЬКИЙ ПОПИТ | 688 |
| Сергієнко С. С. ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 690 |
| Біловодська О.А., Руденко М.О. РИНОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: МОНІТОРИНГ З ВИКОРИСТАННЯМ ОНЛАЙН-СЕРВІСУ GOOGLE TRENDS | 693 |
| Білуха М.А. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДИСТРИБУЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ДЛЯ ПРОДАВЦІВ ТА ПОКУПЦІВ | 698 |

ПЛАТФОРМА 1.

**ПЕРЕДОВІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВІРТУАЛЬНОГО
НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ ТА ЇХ ПОШИРЕННЯ В ОСВІТНЬОМУ
ПРОСТОРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ERASMUS+
VENUB4YOU**

УДК 378

Ольшанська О. В., д.е.н., професор
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

**ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВІРТУАЛЬНОГО ОБМІНУ ТА
НАВЧАННЯ В РАМКАХ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU**

Програма Erasmus+ стала символом співпраці та обміну міждисциплінарними знаннями в Європі та за її межами. Однак, з появою віртуальних технологій ця програма отримала новий імпульс, дозволяючи здобувачам освіти, викладачам та фахівцям з усього світу здійснювати обмін досвідом та навчальними можливостями, не виходячи за межі власного комп'ютера. Досвід віртуального обміну та навчання, впроваджений у рамках проекту Erasmus+, став інноваційним кроком у підвищенні доступності освіти та сприяє зміцненню міжнародних зв'язків [1-3].

Один з ключових аспектів віртуального обміну в рамках Erasmus+ - це можливість участі здобувачів освіти з різних країн у спільних навчальних програмах. Завдяки відсутності географічних обмежень, здобувачі освіти можуть спілкуватися з колегами з інших країн, обмінюватися досвідом та вивчати нові підходи та практики у своїй сфері, що створює унікальну можливість для розширення світогляду та підвищення культурного розуміння. Крім того, віртуальний обмін дозволяє учасникам проекту отримувати доступ до різноманітних курсів, семінарів та майстер-класів, які можуть бути недоступні в їхніх домашніх ЗВО чи організаціях, що розширює можливості для професійного розвитку та сприяє обміну найкращими практиками у різних галузях знань [1; 3]. Важливою складовою віртуального обміну є також

можливість співпраці між викладачами та дослідниками з різних країн, що стимулює наукові дослідження та спільні проекти.

Програма Erasmus+ дозволяє також інтегрувати віртуальний обмін у формальну та неформальну освіту, що сприяє розвитку ключових навичок, таких як комунікація, співпраця та проблемне мислення. Це особливо стає важливим в контексті підготовки молоді до успішного входження на ринок праці та адаптації до швидкозмінного суспільства. Завдяки віртуальному обміну та навчанню в рамках проекту Erasmus+, учасники отримують унікальну можливість розвиватися та співпрацювати у міжнародному середовищі, що сприяє розширенню їхніх можливостей та підвищує конкурентоспроможність на світовому ринку праці [2; 3].

Проект Erasmus+ VENUB4YOU – це інноваційна ініціатива, яка спрямована на розвиток віртуального обміну та навчання у Європі, що відображає нові тенденції в освіті, які базуються на використанні віртуальних технологій для сприяння співпраці між університетами, здобувачами освіти та викладачами. Одним з головних аспектів цього проекту є створення віртуальних хабів обміну знаннями та ресурсами (VENUB), які об'єднують ЗВО, школи, коледжі з різних країн і регіонів. Створені хаби формують платформу для спільної роботи, обміну курсами та матеріалами, а також для взаємодії між здобувачами освіти (від 13 до 35 років) та викладачами. Завдяки цьому, учасники отримують можливість вивчати предмети, які можуть бути недоступні в їхньому ЗВО, і спілкуватися з колегами з різних культур та фахових галузей [1-3; 4].

Однією з ключових переваг проекту Erasmus+ VENUB4YOU є можливість доступу до широкого спектру курсів та ресурсів, які сприяють розвитку особистих та професійних навичок учасників. Відкритість та доступність цих ресурсів дозволяють розширити можливості навчання та розвитку кожного учасника, незалежно від їхнього місцезнаходження чи соціального статусу. Крім того, проект Erasmus+ VENUB4YOU стимулює активний обмін ідеями та інноваціями між закладами освіти, що сприяє

створенню нових підходів до навчання та досліджень, що є важливим кроком у напрямку підвищення якості освіти та зміцнення академічного співробітництва в Європі та Україні. Наприклад, здобувач освіти з України може взяти участь у курсі, який веде викладач з Італії, Латвії, Азербайджану, а також співпрацювати зі студентами з інших країн над спільним проектом, що дозволяє збагатити навчальний процес новими перспективами та досвідом [1-3].

Загалом, проект Erasmus+ VENUB4YOU втілює сучасні підходи до освіти та сприяє розвитку міжнародного співробітництва у сфері вищої освіти. Його успіх свідчить про важливість використання віртуальних технологій у навчальному процесі та про актуальність співпраці між закладами освіти з різних країн для досягнення спільних навчальних цілей.

Література

1. Advancing innovation, global education and interconnection: virtual exchanges in higher education and youth supported by Erasmus+ VENUB4YOU project / O. V. Cherniavska, Sh. Bayramov, N. Shmygol, M. Järvis, O. D. Cherniavska, P. Ruto // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 201-203.

2. Gagliardi A. R. The role of VENUB4YOU project in accelerating digital transformation in business education / A. R. Gagliardi, P. Magliocca, R. Canestrino // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 199-200.

3. Transformative innovations, virtual exchange, and collaborative leadership: reshaping higher education for the global digital world Web 4.0 = Трансформаційні інновації, віртуальний обмін та спільне лідерство: переформатування вищої освіти для глобального цифрового світу Web 4.0 [Текст] / O. Cherniavska, I. Gryshchenko, L. M. Hanushchak-Yefimenko, O. Olshanska, O. Cherniavska // Менеджмент. - 2023. - Вип. 1 (37). - С. 106-117.

4. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

Gagliardi, Anna Roberta

Department of Social Sciences, University of Foggia,
ARG, Foggia, Italy

Magliocca, Pierpaolo

Department of Social Sciences, University of Foggia,
PM, Foggia, Italy

Canestrino, Rossella

Department of Business and Quantitative Studies,
Parthenope University of Naples, RC, Napoli, Italy

ENHANCING VIRTUAL EDUCATION THROUGH HUMAN- MACHINE INTERACTION: LESSONS FROM VEHUB4YOU

Keywords: Business education, Management education, Virtual education, Human-machine interaction, Digital transformation, VEHUB4YOU project.

ABSTRACT

RESEARCH POSITIONING

The modern educational environment is experiencing changes due to the progress of technology (Canestrino et al., 2023). The introduction of technologies like Artificial Intelligence (AI), the Internet of Things (IoT), robotics, and data analytics has ushered in an era filled with both opportunities and challenges. At the core of this shift is the idea of interaction between humans and machines blurring the boundaries between actions and technological automation in educational environments (Caputo et al., 2018). While there are advantages to incorporating technology in education, it's crucial not to overlook the complexities and important considerations involved (Caputo, 2024). A major concern revolves around finding a balance between using technology to improve learning outcomes while preserving aspects like creativity, empathy, and critical thinking (Saviano et al., 2023). As educators increasingly rely on AI algorithms for learning experiences and automated grading systems, questions arise about the impacts on human connections and the development of social and emotional skills in students.

Additionally, discussions about integrating technology in education often raise

concerns about fairness and accessibility. While technology offers opportunities to make quality education more accessible to all learners and level the playing field for students, from backgrounds there's also a risk of widening existing inequalities. The digital gap, which shows differences, in technology access and digital skills, poses a risk of widening disparities and leaving communities further behind (Petrolo et al., 2023).

Furthermore, the fast evolution of technology brings about challenges in teaching methods and curriculum planning. Educators are faced with the task of incorporating technologies into their teaching while adapting methods to cater to various learning needs and preferences (Zwerg-Villegas and Martínez-Díaz, 2016; Schobel et al., 2022). There are also concerns regarding aspects of AI driven decision-making processes and data privacy issues, highlighting the importance of thoughtful integration of technology in education (Carayannis et al., 2017; Bogomolova et al., 2022).

Despite these obstacles, the potential benefits of human machine collaboration in education are immense. Technology has the power to transform teaching and learning by offering personalized learning experiences that cater to each student's needs (Khan, 2021) AI tools can provide insights into student performance. Learning progress enabling educators to intervene early on and offer targeted assistance (Ngoasong, 2021). Additionally, immersive technologies like Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) provide engaging learning experiences that go beyond classroom settings, encouraging creativity, collaboration, and hands on learning (O'Connor et al., 2021; Tham et al., 2023).

In summary, the incorporation of technology, in education presents a landscape marked by both opportunities and challenges. By studying how humans and machines interact in different settings, we can gain insights, into the hurdles and possibilities that await us (Carayannis et al., 2024). By implementing teaching methods, ensuring access, to technology, and upholding ethical standards, we can unlock the

revolutionary capabilities of technology to establish inclusive, empowering, and learner focused educational spaces that are equipped for the demands of the modern era (Canestrino and Magliocca, 2018).

The project VEHUB4YOU focuses on using technologies to share business expertise from the European Union with individuals, in Eastern partner countries. This initiative has the potential to address the interaction between humans and machines in the field of education. Through virtual exchange technologies the project aims to improve business training and education quality in learning and developing business skills. One way for the VEHUB4YOU project to adapt to human machine interaction dynamics in education is by incorporating tools and platforms into its educational programs. By utilizing virtual learning environments, simulations and AI based educational resources the project can create captivating learning experiences that encourage meaningful interactions between humans and machines. For instance, AI powered chatbots and virtual mentors can offer personalized guidance and assistance to participants enriching their learning experience and promoting engagement with course materials.

Moreover, the VEHUB4YOU project can encourage collaborative learning opportunities that utilize human machine interaction to drive innovation and creativity.

Through organizing virtual team projects, hackathons and collaborative problem-solving tasks the project can empower participants to use technology as a means, for intelligence sharing and knowledge creation.

By working on projects, like these participants can improve not their technical abilities but also important human skills like communication, teamwork and adaptability all of which are crucial in today's digital world. Furthermore, the VEHUB4YOU initiative aims to tackle issues of fairness and access in the interaction between humans and machines in education. By offering access to up-to-date educational resources and expertise the project aims to bridge the digital gap and

ensure that young people from Eastern partner countries have equal opportunities to gain cutting edge knowledge and skills. Moreover, by updating programs to match trends in virtual learning the project can boost the effectiveness of online education and promote inclusivity for all learners.

In conclusion the VEHUB4YOU initiative offers an approach to addressing human machine interaction in education as discussed here. By using technologies to share business knowledge and skills this project can facilitate interactions between humans and machines encourage collaborative learning experiences and tackle issues of fairness and access, in virtual education. By harnessing technology's transformative power, the VEHUB4YOU project has a chance to empower individuals to succeed in a digital era while contributing to a more inclusive and innovative society.

RESEARCH DESIGN

When we focus on the state of technological interactions it becomes evident that these interactions stem from three key dimensions:

1. The perception of technology potential, which refers to how humans can grasp the opportunities presented by technology for activities, like virtual connections, real time data sharing and product tracking.
2. Human awareness of technology indicating how well individuals understand the tools used (or could be used) in daily tasks to enhance efficiency and effectiveness.
3. Perceptions of technology role reflecting human's attitudes towards the increasing significance of technology in life as a factor influencing conditions, opportunities and limitations in various processes.

By combining these dimensions, we can create a three space to observe how human machine interactions are evolving. As depicted in Figure 1 below we can see that as these identified variables increase there is an expansion of the area under consideration. This expansion provides insights into the evolving role of technology,

in society.

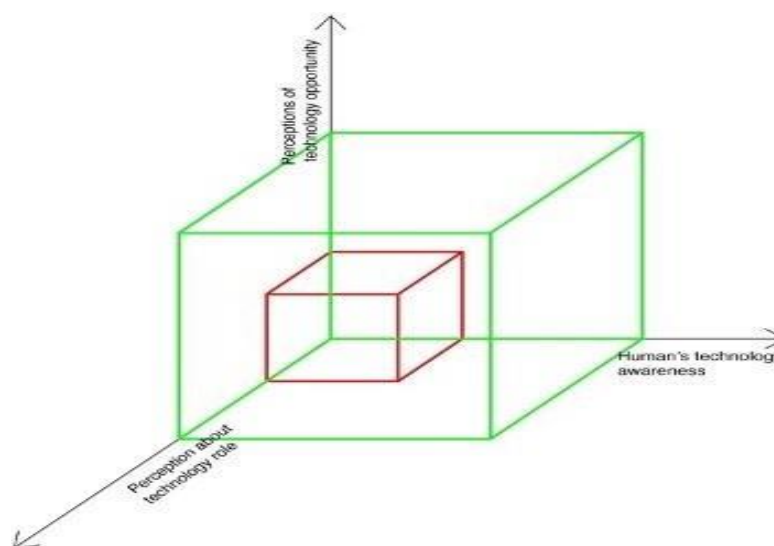


Fig. 1. Three-dimensional model illustrating technology's significance in human evolution.

CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

In conclusion, this article contributes to the ongoing debate on human-technology interaction by providing a comprehensive framework for understanding the complexities within the educational sector. Our model provides valuable insights to researchers, practitioners, and policymakers looking to navigate and leverage the evolving relationship between humans and technology within the VEHUB4YOU project context.

References

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.

Canestrino, R. & Magliocca, P. (2018). Managing business ethics in a global environment: the impact of cultural diversities, in Presenza, A. and Sheehan, L.R. (Eds), *Geopolitics and Strategic Management in the Global Economy*, IGI – Global, pp. 137-169. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2673-5.ch008>

Canestrino, R., Magliocca, P., Ćwiklicki, M. & Pawełek, B. (2023). Toward the emergence of “humane” entrepreneurial ecosystems. Evidence from different cultural contexts. *Journal of Intellectual Capital*, 24(1), 177-204. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2021-0200>

Caputo, F., Walletzky, L., & Štěpánek, P. (2018). Towards a systems thinking based view for the governance of a smart city's ecosystem: A bridge to link Smart Technologies and Big Data. *Kybernetes*, 48(1), 108-123. <https://doi.org/10.1108/K-07-2017-0274>

Caputo, F. (2024). Fostering citizens' engagement in smart city within digital era. *ITM Web of Conferences*, EDP Sciences, 62, 01001. <https://doi.org/10.1051/itmconf/20246201001>

Carayannis E. G., Canestrino, R. & Magliocca, P. (2024), From the Dark Side of Industry 4.0 to Society 5.0: Looking “Beyond the Box” to Developing Human-Centric Innovation Ecosystems, *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol. 71, pp. 6695-6711, doi: 10.1109/TEM.2023.3239552.

Carayannis, E. G., Caputo, F. & Del Giudice, M. (2017), Technology transfer as driver of smart growth: a quadruple/quintuple innovation framework approach, 10th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, September

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

Ngoasong, M. Z. (2021). Curriculum adaptation for blended learning in resource-scarce contexts. *Journal of Management Education*, 10525629211047168. doi: 10.1177/10525629211047168

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

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

Saviano, M., Del Prete, M., Mueller, J. & Caputo, F. (2023). The challenging meet between human and artificial knowledge. A systems-based view of its influences on firms- customers interaction. *Journal of Knowledge Management*, 27(11), pp. 101-111. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2022-0940>

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.

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

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

Ahmadli T.,
Master of Science, MSc,
Mingachevir State University,
Mingachevir, Azerbaijan

TRENDS IN BUSINESS STUDIES: THE IMPACT OF AI AND METAVERSE APPLICATIONS

The prospect of business education is undergoing a deep transformation, catalyzed by the rapid integration of artificial intelligence (AI) into both curriculum and pedagogical methods. AI is now central to the educational narrative, shaping how future business leaders are trained. This transformation pledges to supply students with cutting-edge analytical and decision-making skills, and increasingly complex global markets with agility and foresight. According to OECD AI is less likely to supplant jobs that demand creativity and original thinking. Jobs that involve generating innovative ideas or finding unique solutions to problems are less vulnerable to automation. Also, Bristows survey (2018) shows that while there is a general awareness about AI among the public, suggesting a need for better education and communication about AI technologies, to inform the public about expectations. It does not mean, we are truly and absolutely dependent on AI, but we need to integrate it to upgrade what we have. In addition, the drastic influence of AI might eliminate more jobs, yet it can create many others. Capuzzo's article (2021) highlights critical thinking, planning, various ways of working, communication, and mental flexibility are still indeed important skills for future career success. I also need to state as an HEI faculty member that there is an ongoing paradox in the modern business world: universities are caught up in the daily demands and routines, focusing more on present circumstances rather than future possibilities and needs, where we need to do work on future trends. Otherwise, HEIs that fail to plan prospective activities could end up becoming obsolete.

AI-Driven Curriculum Development

In this rapid AI-driven world students need to be even more creative, and become the change themselves, rather than envision the future. After the rise of AI, even educators were afraid that their students would lose the ability to use their critical thinking skills, however, AI transformation requires more cognitive skills. That means the curriculum needs to be altered and faculty should be ready to adjust their modern-day skills to the courses they teach. Passive absorption of information has no use and building metacognitive thinking strategies can be shaped by active discovery which consists of authentic projects. In business-related courses, educators must consider obtaining case studies and AI integration has wonderful implications for this.

Personalised learning experiences by AI-driven approach

AI can provide customized learning experiences for each learner, creating suggestions based on the learner's previous learning and search data which can make educators work easier. Thus, AI makes educators more of a “mentor” rather than being the main decision maker and responsible for students' learning process. Students become more autonomous in their learning and even can create their own business cases or work on real cases. The digital age opens doors to the new generations in terms of education, specifically business education. Significant changes have been developing in educational institutions, where AI-powered applications are widely used to customise feedback or analyse students' learning improvement. Companies like *Amazon* and *Google* invest in AI technologies that bring educational alterations in methodology. *Carnegie Learning*, *Knewton*, and *Bettermarks* take data from schools and HEIs to develop AI-driven educational tools, by analyzing user data to understand study habits and create predictions. For example, Deakin University in Australia utilizes *IBM's Watson* to provide students with daily feedback, and Arizona State University's *eAdvisor system* uses algorithmic monitoring to assist and track student activities and progress.

Current reality and Future trends

The manufacturing sector is undergoing significant transformation through the integration of IoT technology and the metaverse, with the latter also functioning as an IoT device. Recent studies indicate that 43% of manufacturing companies expect virtual reality (VR) to become a standard tool within their operations in the next two to three years. Additionally, augmented reality (AR) is increasingly being applied to industrial rather than consumer applications. The metaverse envisioned as an advanced iteration of the internet, is being developed with the support of emerging technologies like 5G and 6G, which companies are adopting to enhance their infrastructure. Over the past few decades, the education sector has experienced substantial changes, keeping pace with rapid technological advancements. Educators have evolved from traditional methods like blackboard illustrations to adopting digital, interactive classrooms. Modern teaching focuses on creating engaging and immersive learning environments to help students grasp complex concepts more effectively. This shift includes integrating futuristic agendas and scenarios into educational practices, reflecting a growing interest in using virtual spaces for more realistic and socially engaging learning experiences.

The advent of the Metaverse introduces a new dimension to business education, offering fully immersive multimedia environments that blend physical and digital worlds. For instance, in a business class,

- students could create, manage, and interact with virtual businesses, experiencing firsthand the complexities of running a company, including managing finances, human resources, and marketing strategies within a simulated environment.
- the metaverse can host virtual guest lectures, panels, and networking events with business leaders and experts, providing interactive sessions where students can engage, ask questions, and learn from experienced professionals without geographical limitations.

- Interactive scenarios involving corporate crises, such as ethical dilemmas, technological failures, or public relations issues, where students must come together to strategize and implement solutions rapidly.

This technology not only decentralizes education but also incorporates gaming elements like competition and rewards, making learning more engaging for younger audiences.

References:

1. Alam, A., & Mohanty, A. (2022, November). Business models, business strategies, and innovations in EdTech companies: integration of learning analytics and artificial intelligence in higher education. In *2022 IEEE 6th Conference on Information and Communication Technology (CICT)* (pp. 1-6). IEEE.
2. Bristows. Artificial Intelligence: Public Perception, Attitude and Trust. Available online: <https://www.bristows.com/viewpoint/articles/artificial-intelligence-public-perception-attitude-and-trust/> (accessed on 14 April 2023).
3. Capuzzo, K. Using Active Learning to Develop Skills for the Future of Work. Available online: <https://blog.qwasar.io/blog/using-active-learning-to-develop-skills-for-the-future-of-work> (accessed on 12 April 2023).
4. Mozumder, M. A. I., Athar, A., Armand, T. P. T., Sheeraz, M. M., Uddin, S. M. I., & Kim, H. C. (2023, February). Technological roadmap of the future trend of metaverse based on IoT, blockchain, and AI techniques in metaverse education. In *2023 25th International Conference on Advanced Communication Technology (ICTACT)* (pp. 1414-1423). IEEE.
5. OECD. Future of Education and Skills 2030. Available online: https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/skills/Skills_for_2030_concept_note.pdf (accessed on 12 April 2023).
6. OpenAI. (2024). ChatGPT [Type of AI model]. Retrieved from <https://www.openai.com/chatgpt>
7. Strack, R.; Carrasco, M.; Kolo, P.; Nouri, N.; Priddis, M.; George, R. The Future of Jobs in the Era of AI. Available online: <https://www.bcg.com/publications/2021/impact-of-new-technologies-on-jobs> (accessed on 18 April 2023).
8. Tapalova, O., & Zhiyenbayeva, N. (2022). Artificial intelligence in education: AIED for personalised learning pathways. *Electronic Journal of e-Learning*, 20(5), 639-653.
9. Tominc, P., & Rožman, M. (2023). Artificial Intelligence and Business Studies: Study Cycle Differences Regarding the Perceptions of the Key Future Competences. *Education Sciences*, 13(6), 580.
10. Van der Zwaan, B. *Higher Education in 2040, A Global Approach*; Amsterdam University Press: Amsterdam, The Netherlands, 2017. [[Google Scholar](#)]

УДК 371:378

Пузирьова П. В., д.е.н., доцент,
Власюк Т. М., к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВІРТУАЛЬНА ОСВІТА: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

У сучасному світі, де технології стрімко розвиваються і впливають на всі сфери життя, освіта не залишається осторонь цього процесу. Віртуальна освіта стає все більш актуальною та важливою, привертаючи увагу як здобувачів освіти, так і закладів освіти [1-4]. Віртуальна освіта відкриває нові перспективи та можливості, але разом з тим постає низка викликів, які потребують уважного вирішення. Так, до перспективи віртуальної освіти віднесено:

– глобальний доступ до освіти – де однією з найбільших переваг віртуальної освіти стає можливість отримання навчання в будь-якій точці світу, що робить освіту доступною для тих, хто має обмежені можливості у фізичному доступі до закладів освіти;

– інтерактивність – завдяки використанню спеціалізованих платформ та програмного забезпечення, здобувачі освіти можуть брати участь в інтерактивних навчаннях, взаємодіяти з викладачами та отримувати миттєвий зворотний зв'язок;

– широкі можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії – віртуальна освіта дозволяє адаптувати навчальний процес до потреб кожного окремого здобувача освіти, забезпечуючи індивідуальний підхід та персоналізоване навчання на основі принципу студоцентризму;

– ефективне використання ресурсів – заклади освіти можуть ефективно використовувати віртуальні засоби для зменшення витрат на навчальний процес, такі як оренда аудиторій та покупка навчальних матеріалів;

– використання новітніх технологій – за допомогою віртуальної реальності (VR), розширеної реальності (AR) та інших інноваційних технологій

можна створити іммерсивне навчальне середовище, яке сприяє кращому засвоєнню матеріалу;

– зменшення витрат – для багатьох здобувачів освіти віртуальна освіта може бути більш економічно вигідною, оскільки вона виключає витрати на проїзд, проживання та інші пов'язані витрати [1; 3].

Проте серед переваг існують і виклики у віртуальній освіті, серед яких основними є такі:

– технічні проблеми – не всі здобувачі освіти мають доступ до необхідних технічних засобів та інтернету високої швидкості, що може стати перешкодою для успішного здійснення віртуального навчання;

– відсутність особистого контакту – відсутність фізичної взаємодії може призвести до втрати міжособистісних відносин між здобувачами освіти та викладачами, відчуття ізоляції та втрати мотивації до навчання;

– проблеми з концентрацією – для деяких здобувачів освіти важко зберігати концентрацію під час віртуальних занять через відсутність фізичної присутності та зовнішнього натхнення;

– якість освіти – незважаючи на те, що віртуальна освіта відкриває нові можливості, важливо забезпечити високу якість навчального процесу, включаючи якість викладання та оцінювання здобувачів освіти;

– відсутність моніторингу прогресу – у віртуальній освіті важче відстежувати прогрес здобувачів освіти (оскільки вони зазвичай працюють віддалено), що може призвести до втрати контролю над навчанням та недооцінки успіхів здобувачів освіти;

– психологічні аспекти – довготривала ізоляція та відсутність соціального спілкування можуть негативно позначитися на психологічному стані здобувачів освіти, спричиняючи стрес та депресію [2; 4; 6].

Отже, віртуальна освіта має великий потенціал та переваги, але вона також вимагає ефективного управління та вирішення викликів, щоб забезпечити якісне навчання для всіх учасників. Зростаюча популярність віртуальної освіти вказує на те, що вона стає необхідною складовою сучасного

освітнього потенціалу, але для успішної її імплементації необхідна співпраця всіх зацікавлених сторін, як здобувачів освіти, так і викладачів, керівництва ЗВО та розробників програмного забезпечення [1-4; 5]. Розвиток та впровадження новітніх технологій та методів у навчальний процес може допомогти подолати багато з цих викликів та зробити віртуальну освіту ще більш ефективною та доступною.

Література

1. Бабіна Н. О. Інформатизація закладів вищої освіти як відповідь на виклики сучасного суспільства / Н. О. Бабіна ; наук. кер. Т. Г. Бабіна // Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали I Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (17 листопада 2020 р., м. Київ) / за заг. ред. О. М. Ніфатової. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 43-47.
2. Коржук К. В. Сучасні тенденції фінансового забезпечення закладів вищої освіти / К. В. Коржук, П. В. Пузирьова // 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. 93-94.
3. Пузирьова П. В. Основи забезпечення економічного зростання через інформаційно-маркетингові технології в контексті інтеграції освіти / П. В. Пузирьова, О. Грищенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 168-170.
4. Ходаковська К. Проблеми та перспективи вищої освіти в умовах глобалізації / К. Ходаковська, П. В. Пузирьова // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 174-177.
5. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.
6. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

UDC 378.1

Rasulov Z.Y.

Senior lecturer, Mingachevir State University, Mingachevir, Azerbaijan

Ahmadova S.

Teacher, Mingachevir State University, Mingachevir, Azerbaijan

POSSIBILITIES OF USING EDUCATIONAL TECHNOLOGIES WITHIN THE CONCEPT OF MANAGEMENT 4.0

The rapidly changing working conditions for business, characterized by global changes in the economy as a result of the acceleration of the pace of development of digital technologies, require more adaptation, flexibility and speed of response from the management of organizations. In this regard, the concept of Management 4.0, which includes advanced strategies, innovative approaches and the use of modern information and communication technologies, is being formed and developed.

In the thesis we have presented, the need for improving the management approaches in organizations, as well as educational institutions, and applying innovations and advanced digital technologies in their activities is justified. The main goal is to consider how modern educational technologies act as a management tool.

As we know, from the beginning of the XX century to the modern era, different approaches to the study of management have been formed in different periods and different concepts have been put forward in the direction of improving the management of organizations. Starting from the beginning of the XXI century, it is possible to talk about the transition to the era of innovative management, characterized by the support for innovation and creativity, the development of flexible and adaptive management methods.

Acceleration of technology development, increasing need for competition based innovation, constant development and improvement, adaptation and flexibility of business processes are the main factors contributing to the transition to the new management era. The main features of the Management 4.0 concept, designed to ensure effective management of the organization in a rapidly changing digital

environment, include the following key parameters:

- application of modern technologies such as Internet of Things (IoT), artificial intelligence (AI), cloud platforms for optimization of business processes and management decisions;
- data integration and analytics: collection, analysis and interpretation of large volumes of data to identify trends, predict outcomes and make evidence-based management decisions;
- innovation and flexibility: the organization's ability to adapt to changing conditions and make operational innovations to meet customer requirements and compete in the market;
- mixed reality: use of virtual and augmented reality technologies to improve production processes, employee training and interaction with customers;
- digital culture: creating an organizational culture that encourages digital innovation, development of data and technology management skills at all levels of employees, etc.

Considering that the digital society, supporting the most modern technological fields and innovations, will become the leading force of development in the future through a modern education system, Management 4.0. Due to this advantage offered by the concept, its use in the education sector will be effective [1].

By applying educational technologies available in the digital age, it makes it possible to make use of advantages such as speed, accessibility, cost-effectiveness, constantly increasing productivity, and environmental compatibility. The use of such technologies at all levels of management will support the elimination of problems not only in education, but also in organizational matters: increasing the involvement, motivation and interest of learners in the educational process; activation of independence and cognitive activity; presentation of the material in visual and more entertaining way; to obtain a large amount of information; reduction of paper documentation; feedback, facilitating communication between learners, teachers and parents; the use of remote technologies and the opportunity to study in any part of the world with an Internet connection, etc.

It is no coincidence that in "Azerbaijan 2030: National Priorities for socio-economic development" "Competitive human capital and space for modern innovations" was chosen as one of the 5 important priorities. For the successful realization of this priority, the creation of an educational, creative and innovative society in accordance with the requirements of the XXI century has been set as an important task. Thus, in the conditions of revolutionary technological changes observed in the world economy in recent times, international competition has increased even more. There is no doubt that the current and future life will be characterized by the deepest digitization, active application of new technologies and rapid development of the most modern fields without human participation. Therefore, in order to be ready for the increasing competition in the world in the coming years, the priority of every country includes forming highly competitive human capital. In this regards, the main goal focuses on the modern education and suitable conditions that encourage innovation [2].

We think that the use of educational technologies for the digital age within the framework of the Management 4.0 concept will open wide opportunities for achieving the goals of the above-mentioned program in the Republic of Azerbaijan.

Outcome: The concept of Management 4.0 represents one of the directions of modern management and can be considered the evolution of scientific schools of management. It incorporates the best of the contributions of previous management schools and introduces new aspects related to digital transformation and modern information technologies. The application of Management 4.0 tools will help organizations in various sectors, including the education sector, to significantly react, show flexibility and adapt to new challenges and changes in the environment of uncertainty.

Literature

1. Law of the Republic of Azerbaijan "On Science". Approved by Decree No. 1009 of the President of the Republic of Azerbaijan dated August 9, 2016.
2. Azerbaijan 2030: National Priorities for socio-economic development, approved by the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated February 2, 2021.

УДК 378

Ганущак-Єфіменко Л. М., д.е.н., професор
Пузирьова П. В., д.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ ТА ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

У зв'язку зі стрімким розвитком технологій та поширенням інтернету, віртуальне навчання стає все більш актуальним явищем у сучасному освітньому середовищі. Європейські країни, як лідери у цьому напрямку, розробляють та впроваджують ефективні практики віртуального навчання в бізнес-освіті. Ці практики можуть слугувати важливим зразком для України в контексті модернізації освітнього процесу [1-4]. Однією з ключових практик є використання інтерактивних онлайн-платформ для навчання. У багатьох країнах Європи вже успішно діють платформи, які пропонують доступ до відкритих онлайн-курсів, вебінарів, інтерактивних занять та інших ресурсів, що дозволяє здобувачам освіти отримувати якісну освіту, незалежно від місця проживання та графіку занять [1; 3].

Другою важливою практикою є застосування інтерактивних методів навчання, таких як віртуальні лабораторії, онлайн-дискусії, групові проекти тощо, що допомагає здобувачам освіти активно залучатися до навчального процесу, розвивати критичне мислення, співпрацю та комунікативні навички.

Також, важливою складовою європейських практик є підтримка вчителів у використанні технологій для навчання, що включає в себе навчання вчителів використовувати нові цифрові інструменти, розробку методик викладання для онлайн-формату та підтримку у створенні якісного навчального контенту. Україна може взяти як приклад цих практик для вдосконалення освітнього процесу. Наприклад, розвиток національних онлайн-платформ для навчання, створення сприятливих умов для розвитку інтерактивних методів навчання в

українських навчальних закладах, а також підтримка вчителів у їхній професійній діяльності.

Серед основних практик, які можуть бути імплементовано в освітньому просторі України є наступні [1-4]:

1. Гнучкість та доступність – європейські країни активно розвивають гнучкі форми навчання, такі як дистанційне навчання через онлайн-платформи, вебінари та симуляційні ігри, які дозволяють здобувачам освіти отримувати знання в будь-який зручний для них час і місце, що особливо важливо для людей, які поєднують навчання з роботою або сімейними обов'язками. Україна може впроваджувати подібні практики, розробляючи власні онлайн-курси та платформи для дистанційного навчання, що дозволить зробити освіту більш доступною для різних верств населення та регіонів країни.

2. Колаборативне навчання – у бізнес-освіті Європи все більше акцентується колаборативне навчання, де здобувачі освіти працюють у групах над реальними бізнес-кейсами та проектами, що допомагає розвивати навички комунікації, лідерства та розв'язання проблем. Українські ЗВО можуть впроваджувати подібні практики, організовуючи студентські клуби, майстер-класи та проекти з підприємницькою спрямованістю, що стимулюватиме активну участь здобувачів освіти у процесі навчання та сприятиме їхньому професійному розвитку.

3. Менторство та практика – у бізнес-освіті Європи великий акцент робиться на менторство та практику, де здобувачі освіти мають можливість працювати з досвідченими фахівцями та вивчати практичні аспекти своєї галузі в реальних умовах. Українські ЗВО та бізнес-школи можуть встановлювати партнерські зв'язки з компаніями та організаціями для забезпечення здобувачам освіти можливості отримати практичний досвід та поради від професіоналів у своїй галузі.

4. Емпатія та етика – Європейські програми бізнес-освіти активно включають в свої курси вивчення етики та емпатії, що допомагає здобувачам освіти розвивати свідоме та відповідальне керівництво, яке є ключовим

аспектом сучасного бізнесу. Українські освітні програми також можуть впроваджувати курси з етики та емпатії, які допоможуть майбутнім лідерам розуміти важливість суспільної відповідальності у бізнесі [2; 4; 5].

Отже, європейські практики віртуального навчання в бізнес-освіті є важливим джерелом навчальних методик та стратегій для України, де імплементація подібних практик сприятиме розвитку професійних навичок здобувачів освіти та підвищить якість освіти в країні, сприяючи подальшому економічному та соціальному розвитку.

Література

1. Коржук К. В. Сучасні тенденції фінансового забезпечення закладів вищої освіти / К. В. Коржук, П. В. Пузирьова // 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. 93-94.
2. Кузьміна В. К. Особливості впливу академічного капіталізму на сферу науки і вищої освіти / В. К. Кузьміна, П. В. Пузирьова // 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. 54-55.
3. Пузирьова П. В. Основи забезпечення економічного зростання через інформаційно-маркетингові технології в контексті інтеграції освіти / П. В. Пузирьова, О. Грищенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 168-170.
4. Ходаковська К. Проблеми та перспективи вищої освіти в умовах глобалізації / К. Ходаковська, П. В. Пузирьова // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 174-177.
5. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9.
6. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

УДК 378.4 (477)

Ольшанська О.В., д.е.н., професор
Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАКОРДОННИХ ПРАКТИК ВІРТУАЛЬНОГО НАВЧАННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗВО

З розвитком інформаційних технологій відбувається поступова комп'ютеризація всіх секторів економіки, в тому числі і сфери освіти. Традиційні форми навчання трансформуються у віртуальне навчання, як процес і результат комунікативної взаємодії суб'єктів і об'єктів освіти у віртуальному освітньому або навчальному середовищі. Віртуальне навчальне середовище – це програмна система, створена для підтримки процесу дистанційного навчання з наголосом саме на навчання, на відміну від керованого навчального середовища, для якого властивий акцент на управлінні процесом навчання [1]. До інструментів віртуального навчання відносяться системи, веб-сайти або платформи, які створюють освітні та віртуальні спільноти, де можна ділитися різноманітним контентом, цифровими інструментами, вправами, модулями оцінювання та всіма іншими інструментами, необхідними для навчального курсу.

Основними характеристиками віртуального навчання є: можливість дистанційного доступу до контенту та занять у будь-який час і в будь-якому місці; полегшене спілкування через чати, форуми та інші канали контакту; віртуальні бібліотеки з опціями завантаження; онлайн-оцінки з системною підтримкою; повні профілі студентів доступні на платформі; віртуальні матеріали узгоджені з базовою програмою кожної дисципліни [4].

До найкращих закордонних програм віртуального навчання відносяться такі:

1. Google Classroom – це потужний і простий у використанні веб-додаток для безпроблемної організації повсякденної діяльності студентів.
2. [Kahoot](#) – це ігровий навчальний додаток для покращення взаємодії студентів у віртуальному класі.
3. Zoom – хмарний веб-додаток для відеоконференцій, який допомагає ділитися розкладами, проводити заняття, спілкуватися з кількома студентами тощо.
4. [Seesaw](#) – веб-додаток для онлайн-навчання, що пропонує велику кількість ресурсів для створення успішного середовища цифрового навчання.
5. Photomath – освітній онлайн веб-додаток, що має спеціальну команду математиків, які вивчають ефективні методи навчання математики, розробляють рішення для математичних завдань тощо.
6. Socrative – платформа веб-додатків електронного навчання для покращення залучення студентів. Це дозволяє запускати міні-вікторину, ставити опитування, призначати швидкі завдання для оцінювання тощо.
7. Edmodo – освітній онлайн веб-додаток, що закладає ідеальну комунікативну основу між викладачем та студентами під час дистанційного навчання. Легко створювати онлайн-групи для співпраці, надавати матеріали для уроків, створювати швидкі запитання, ділитися цифровими завданнями [3].

Окрім того, закордоном розроблено ще багато різних типів віртуального навчання, які можна використовувати у вітчизняних ЗВО, а саме:

- онлайн-курси. Онлайн-курси традиційно доставляються через платформу онлайн-навчання, так само як Moodle або Blackboard. Ці курси можуть включати лекційні відео, практичні завдання та віртуальні дискусії;
- змішане навчання. Змішане навчання поєднує в собі елементи онлайн-та очного навчання. Наприклад, студенти можуть переглядати лекційне відео онлайн, а потім зустрічатися з викладачем особисто для обговорення матеріалу та виконання практичних завдань;

– відкриті освітні ресурси (ВОР). ВОР – це безкоштовні та загальнодоступні навчальні матеріали, які можна використовувати для віртуального навчання. ВОР може включати лекційні відео, підручники, статті та інші ресурси.

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 комп'ютерних класах, а застосування смарт-технологій – доступу до мережі Інтернет [2]. Впровадження закордонних практик віртуального навчання у вітчизняних ЗВО знаходиться на початковому етапі, однак воно сприятиме значному підвищенню якості освіти для українських студентів.

Література

1. Думанський Н. Особливості віртуального навчального середовища національного університету “Львівська політехніка”. *Інформаційні технології та Інтернет у навчальному процесі та наукових дослідженнях*. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/22605/128>
2. Шацька З.Я., Шарлович З. Ольшанська О.В. Технологій смарт-освіти, як інструмент сучасної бізнес-освіти. V Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації». 6 жовтня 2023 року. КНУТД. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/25941/1/PIONBUG_2023_P211-213.pdf
3. E-Learning Web Apps for Online Classroom. *ColorWhistle*. 2023. URL: <https://colorwhistle.com/top-e-learning-web-apps/>
4. Virtual Learning Environments: What Are They And Why Use Them? *Digital Transformation*. URL: <https://www.sydle.com/blog/virtual-learning-environments-6446f3ed46c98068e15a2c6f>
5. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

Babak Husuyev
Teacher, Mingachevir State University, Mingachevir, Azerbaijan
Gunel Karimli
Teacher, Mingachevir State University, Mingachevir, Azerbaijan

THE IMPACT OF THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN AZERBAIJAN ON THE INCOME LEVEL OF THE POPULATION AND THE DEMAND

Business primarily refers to activities conducted for the purpose of producing, selling, or exchanging goods or services. Establishing, managing, and expanding a business involves various activities and strategies. Essentially, a business is an organization that endeavors to meet a need by offering required products or services. This encompasses various fields ranging from product manufacturing to sales, marketing strategies to financial management. Businesses can vary in size, ranging from individual ventures to global corporations, covering a wide spectrum. Generally, businesses can be grouped into two main categories: production and service.

There are various types of businesses, including Financial, Manufacturing, Commercial, and Consulting businesses. When we refer to Financial business, it typically involves activities in financial markets, including trading in securities, borrowing, stock purchases, and financial-banking processes. It's a business form commonly utilized for generating long-term returns on investments. Commercial business involves the sale of goods and services with the addition of profit margins. The sale of newly created or existing products through intermediaries to end consumers is envisaged. In the Consulting business type, individuals engaged in the service sector direct their expertise and skills towards writing new projects and receive appropriate remuneration under this activity contract. It's the least risky type of business activity among the various types. The Manufacturing business aims to produce new products or enhance existing ones through manufacturing processes. It is the most revenue-generating and risk-intensive type of business among business

types. Enterprises engaged in manufacturing activities can bring their products to market in two forms. The first form is order-based production: Products are manufactured according to orders received. The second form is competitive product manufacturing: here, products are manufactured and brought to the market, and various campaigns and advertising activities are carried out to ensure continuous competitiveness in the market. The market is segmented, and the product is tailored to target audiences. Both production forms have their advantages and disadvantages. In order-based production, the risk is lower since the product is delivered to a single consumer. However, if there is no inventory of products, the company may not be able to meet the demand when large orders come in, resulting in decreased customer satisfaction and profitability. In the second form, product manufacturing is considered a risky area, because both the product brought to market and the inventory must be fully ensured. The advantage, however, is that during mass purchases, profits increase significantly since there are no delays. Entrepreneurs engaged in business activities choose the form that suits them best.

Small and medium-sized businesses generally refer to companies that are less responsible, less efficient, or carry less liability. Typically, small and medium-sized businesses have fewer employees and turnover than large corporate firms. Businesses in this category offer products and services that address issues and meet customer demands. Small and medium-sized businesses operate more in the local market, but they can also operate regionally or internationally. These organizations are more agile and can adapt more quickly to changing economic conditions. Entrepreneurs engaged in small business activities produce niche products that large corporations are not interested in producing. At the same time, small businesses play the role of suppliers to large corporations. The development of small and medium-sized businesses directly contributes to the creation of social and economic prosperity in the region. Therefore, several state programs and decrees have been developed and implemented by the President of the Republic of Azerbaijan, Ilham Aliyev, for the development of

small and medium-sized businesses. In 2015, Azerbaijan celebrated "Agriculture Year", followed by the adoption of the Strategic Roadmap for the national economy of Azerbaijan in 2016. Additionally, State Programs for the social and economic development of the regions of Azerbaijan were implemented for the years 2004-2008, 2009-2013, 2014-2018, and 2019-2023. Furthermore, on February 2, 2021, the decree "Azerbaijan 2030: National Priorities for Socio-Economic Development" was adopted. These decisions are making their mark. We can refer to the following statistical table to see the results.

The number of business entities providing catering activities 1995-2022

| Indicator | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| The number of business entities providing catering activities (unit) | 5,900 | 3,810 | 4,925 | 8,697 | 15,645 | 21,483 | 22,783 | 23,822 |
| State ownership (unit) | 0 | 0 | 0 | 37 | 12 | 19 | 12 | 14 |
| Non-state ownership (unit) | 0 | 0 | 0 | 8,660 | 15,633 | 21,464 | 22,771 | 23,808 |

<https://www.azstat.gov.az/portal/search/search.do>

In 1995, there were a total of 5,900 catering facilities in operation, whereas in 2022, this figure increased to 23,822 units. The opening of new businesses implies the creation of new job opportunities. Providing employment for newly established enterprises contributes to reducing the number of unemployed individuals.

In the table below we can see the growth of the employed population for the years 2000-2022

| Indicator | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Number of workforce (thousands of people) | 4,370.2 | 4,380.1 | 4,587.4 | 4,915.3 | 5,089.9 | 5,141.6 | 5,194.4 |
| Number of employed (thousands of people) | 3,855.5 | 4,062.3 | 4,329.1 | 4,671.6 | 4,721.2 | 4,831.1 | 4,901.1 |
| Number of unemployed population (thousands of people) | 514.7 | 317.8 | 258.3 | 243.7 | 368.7 | 310.5 | 293.3 |

<https://www.azstat.gov.az/portal/search/search.do>

In the year 2000, the unemployment rate, compared to the labor force, was 11.77%, whereas this ratio decreased to 5.64% in 2022. The increase in the labor force contributes to the growth of household incomes.

Population income and expenses in million manats 2000-2022

| Indicator | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Incomes-total (million manats) | 4,047.3 | 8,063.6 | 25,607.0 | 41,744.8 | 55,754.1 | 57,206.8 | 69,163.0 |
| Labor payments to employees (million manats) | 1,021.1 | 2,954.8 | 7,027.3 | 11,037.3 | 21,438.7 | 22,740.9 | 27,062.6 |
| Incomes from entrepreneurial activities (million manats) | 2,114.4 | 3,432.6 | 14,725.0 | 25,317.1 | 22,984.1 | 23,542.9 | 27,404.0 |
| Costs-total (million manats) | 3,272.2 | 6,508.7 | 19,251.5 | 34,963.4 | 49,826.4 | 55,379.1 | 66,465.7 |
| Per capita income of the population (manats) | 508.9 | 962.2 | 2,866.1 | 4,380.7 | 5,575.4 | 5,695.2 | 6,851.1 |

<https://www.azstat.gov.az/portal/search/search.do>

In the year 2000, total household income was 4,047.3 million manats, whereas in 2022, this figure reached 69,163.0 million manats. The increase in household income has led to changes in consumer spending habits and the formation of new demands. The increase in demand has led to price increases. Price increases, in turn, have led to an increase in supply. As a result, the increase in supply leads to an increase in production volume, which in turn leads to the opening of new businesses. If these periods can be continued consecutively, the country's economy and the welfare of the population can be improved.

Sources

1. Decree of the President of the Republic of Azerbaijan on declaring "Industry Year" in the Republic of Azerbaijan for the year 2014.
2. Decree of the President of the Republic of Azerbaijan on declaring "Agriculture Year" in the Republic of Azerbaijan for the year 2015.
3. Decree No. 1897 of the President of the Republic of Azerbaijan dated March 16, 2016, on the approval of the "Main Directions of the Strategic Roadmap for National Economy and Key Sectors of Economy" and related matters.
4. Presidential Decree of the Republic of Azerbaijan on the approval of the "State Program for the Social and Economic Development of the Regions of the Republic of Azerbaijan for 2019-2023".
5. <https://www.stat.gov.az/source/industry/>
6. <https://president.az/>

УДК 338.124

Белялов Т.Е., д.е.н., професор
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

ВІТЧИЗНЯНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Підприємницький сектор відіграє ключову роль у функціонуванні будь-якої національної економіки. Він забезпечує наявність необхідних товарів та послуг на ринку, сприяє наповненню бюджетів на різних рівнях через оплату податків, а також сприяє формуванню справедливих ринкових відносин у державі. В сучасних умовах глобалізації неможливо уявити розвиток країни без активної участі бізнесу. Проте, стабільність діяльності підприємств неможлива без ефективних інструментів державної підтримки та стимулювання.

Початок війни став надзвичайно важким випробуванням для українського бізнесу. Загалом втрати малого та середнього бізнесу оцінюються на понад 83 мільярди доларів США. При цьому близько 10 мільйонів українців були змушені мігрувати, з яких частина стала внутрішньо переміщеними особами, а більшість залишила країну [1].

Проте, протягом останніх двох років ситуація суттєво змінилась, оскільки велика кількість компаній повернулась на ринок, а разом з ними повернулась й значна частина працівників. Якщо протягом 2022 року бізнес працював у режимі виживання, не маючи можливості планувати навіть на короткі терміни, то сьогодні компанії адаптувалися до нових умов та складають повноцінні 2-3-річні плани розвитку.

Про позитивні зрушення в діяльності вітчизняних підприємств свідчить те, що на початку 2024 року, в Україні вже працювало понад 2 мільйони ФОПів, при цьому, більшість з яких було зареєстровано протягом 2023 року.

Серед усіх галузей економіки найкраще в умовах війни працює ІТ-сектор, оскільки протягом цього часу не спостерігалось жодного закритого українського ІТ-проекту, а навпаки, багато з них змогли залучити додаткові

інвестиції та мають великий попит на українському й міжнародному ринках. Такі проекти, як Skyworker, Trinetix, RevMyWork та інші, здобули широке визнання.

Розширення бізнесу серед ветеранів війни відіграє значну роль у підвищенні економічного стану країни. Вони та члени їх родин запускають багато малих й середніх підприємств у різних галузях, таких як сільське господарство, харчова сфера та ресторанний бізнес. Аналітики прогнозують, що саме ветеранський бізнес стане ключовим фактором для повноцінного відновлення українського бізнесу.

Згідно з даними опитування, проведеного Американською торгівельною палатою в Україні та Citi Україна, найважливішими проблемами для ведення та розвитку бізнесу в Україні наразі є [2] : ракетні атаки на бізнес-активи та об'єкти критичної інфраструктури; здоров'я та психічний стан робітників; зниження економічної та споживчої активності; доступ до електроенергії, водопостачання та тепlopостачання, а також мобільного зв'язку; залучення та збереження топ-кадрів; проблеми з транспортом та логістикою.

Представники малого та середнього бізнесу також свідчать про збільшення тиску з боку державних органів, регуляторні виклики, відсутність або низьку платоспроможність клієнтів та інші подібні проблеми.

Однією з найважливіших потреб для багатьох вітчизняних підприємств стає інвестування. Насьогодні існують різні напрями інвестування в малий та середній бізнес, зокрема до яких можна віднести державні грантові програми, що надають інвестиції новим підприємствам на певних умовах та гроші приватних осіб, що можуть інвестувати, наприклад, через купівлю приватних ветеранських облігацій.

Фінансування бізнесу через гранти є одним з найбільш ефективних способів підтримки. Насьогодні, завдяки грантам в Україні, було реалізовано понад 7000 бізнес-проектів. Одним з найбільших грантових проектів є ініціатива «Власна справа», що надає ветеранам та їхнім родинам фінансову підтримку на відкриття або розвиток бізнесу. Також значну кількість грантів

надала програма «Варто» від Українського ветеранського фонду, у 2023 році яким було виділено понад 7500 грантів на загальну суму понад 1,8 млрд гривень [2].

Іноземні інвестори наразі діють обережно при розгляді можливостей інвестування в український бізнес, проте вони мають амбітні плани на майбутнє, враховуючи великий інвестиційний потенціал країни. Європейська бізнес-асоціація (ЕВА) та асоціація Global Business for Ukraine (GB4U) разом із компанією Ukraine Invest вже впровадили інвестиційну мапу країни для підприємств, що мають намір інвестувати в Україну у майбутньому. Аналітики відзначають, що вже на даний момент важливо знаходити партнерів для співпраці в Україні.

Міжнародна підтримка в фінансуванні грає важливу роль у розвитку українського бізнесу. Найбільша підтримка надійшла від таких організацій, як Європейський банк реконструкції і розвитку, Європейський інвестиційний банк, Міжнародна фінансова корпорація (МФК), KfW – державний банк Німеччини, а також USAID – Агентство США з міжнародного розвитку.

Отже, розвиток бізнесу в Україні відбувається навіть в період повномасштабної війни. Після різкого спаду економіки у 2022 році, вже через рік бізнес почав відновлюватися, з'являються нові компанії, підприємства та існуючі бізнеси повертаються до стабільної роботи.

Нові інвестиції, гранти та фінансування сприяють підтримці ініціатив бізнес-спільноти, проте існують й проблеми, такі як нестабільна державна політика та тиск з боку державних установ.

Література

1. Збитки, завдані українському бізнесу внаслідок російської агресії, оцінюються в \$13 млрд / Kyiv School of Economics, 2023. URL: <https://damaged.in.ua/damage-assessment>

2. Результати опитування Американської торговельної палати в Україні та Citi Україна «Ведення бізнесу в воєнній Україні». URL: <https://chamber.ua/ua/news/rezultaty-opytuvannia-amerykanskoj-torhovelnoi-palaty-v-ukraini-ta-citi-ukraina-vedennia-biznesu-v-voiennyi-ukraini/>

UDC 378:37

Svitlana Bebko,
Doctor of Economics, Associate Professor,
Kyiv National University of Technologies and Design,
Kyiv, Ukraine

THE IMPORTANCE OF THE RECOGNITION PROCEDURE FOR JOINING THE EUROPEAN HIGHER EDUCATION AREA

The modern world is becoming increasingly globalized. With the growth of international relations, the mobility of the population is increasing. This also applies to education, as many people are looking for opportunities to study or work outside their home country. Within the framework of the European Union strategy aimed at creating the most competitive, dynamic and knowledge-intensive economy, it is envisaged to achieve an exemplary educational development according to the world standards. For this purpose, one of the priority tasks is to create a common space of education and training. A European format of education and training based on national diploma or qualification structures is being developed. Such a format will enable to achieve common qualification and competence parameters that will significantly facilitate the solution of problems of recognition and academic mobility of their holders.

According to the current legislation of Ukraine, in order for a foreign educational document to be valid in Ukraine for further employment or further education, it is necessary to undergo a recognition procedure.

That is, to establish the compliance of academic and professional rights, as well as educational and qualification levels of foreign educational documents (qualifications) with the state educational standards of Ukraine [1]. Recognition of educational documents plays an important role in the process of admission to higher education institutions and mobility in society.

In Ukraine, the experience in recognition began with the ratification of the

Lisbon Convention in 1999 and the first decisions on recognition made by the Ministry in early 2000. Over the past 10 years, the Ministry has been relying on the conclusions of the National Information Center for Academic Mobility ENIC Ukraine when making recognition decisions [2].

In 2014, according to the new Law of Ukraine "On Higher Education", the authority to conduct the recognition procedure was granted to higher education institutions, and with it the responsibility for the decisions made. Consequently, the efforts of the competent authorities for recognition: MES, HEIs and ENIC Ukraine on a single platform for experience exchange, training, monitoring, development and improvement of institutional recognition procedures is a timely and logical step in the development of the recognition infrastructure in Ukraine [1, 2].

The procedure for the recognition in Ukraine of educational documents issued by educational institutions of other countries involves three stages. The first stage is to verify the authenticity of foreign educational documents submitted for recognition, i.e. to verify the authenticity of the fact of studying and obtaining an educational document. For this purpose, educational documents must be legalized with an Apostille stamp or consular legalization [3].

The second stage involves checking the official recognition of the educational institution that issued the educational document by the education system of the country to which it belongs. This stage includes checking the availability of a certificate of state accreditation of the educational institution and a license at the time of issuance of the educational document [3].

The third stage involves establishing the equivalence of the qualification specified in a foreign educational document with the requirements for educational qualification levels of the Ukrainian education system [3].

To assess qualifications, a comparison of education systems, international and national qualification frameworks with the National Qualification Framework of Ukraine may be used. Another way is a comparative analysis of a similar program

that does not differ significantly in terms of the period and outcome of learning. Comparative analysis of curricula is a comparison of curricula in terms of content and scope, which is conducted by an educational institution of Ukraine accredited in the same specialty as indicated in the applicant's diploma. If such a specialty is not available in Ukraine, the closest existing specialty is chosen. For countries with which Ukraine has concluded international agreements establishing the equivalence of documents on education and academic titles, the Ministry of Education and Science of Ukraine determines the educational qualification level on the basis of the relevant international agreements [2, 3].

To sum up, facilitation of recognition procedures up to the transition to automatic recognition of diplomas is an essential prerequisite for joining the European Higher Education Area.

Literature

1. Закон України про вищу освіту [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Національний інформаційний центр академічної мобільності ENIC UKRAINE [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://enic.in.ua/index.php/ua/>
3. Порядок визнання здобутих в іноземних закладах вищої освіти ступенів вищої освіти [Електронний ресурс]. Режим доступу: [:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0614-15/para9#n17](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0614-15/para9#n17)

УДК 330.3

Гнатенко І.А., д.е.н., проф.,
Янечко С.В., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна
Василенко С.О., аспірант,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації та
моделювання економіки, м.Київ, Україна

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Інноваційна інфраструктура – це система ресурсів, послуг та умов, яка сприяє розвитку та впровадженню інновацій у суспільстві. Інноваційні інфраструктурні елементи, які можуть сприяти створенню сприятливого середовища для інновацій включають: технологічні парки та інкубатори – місця, де стартапи та інноваційні компанії можуть працювати, співпрацювати та отримувати підтримку у вигляді менторства, навчання та доступу до ресурсів; університетські дослідницькі центри – університети які мають дослідницькі центри, де проводяться дослідження та розробки, що можуть стати основою для нових інноваційних продуктів та послуг; технологічні інкубатори та акселератори – програми, які надають стартапам інтенсивний підтримку та наставництво для прискорення їхнього розвитку та впровадження на ринок; інноваційні центри та хаби – організації, що об'єднують стартапи, підприємства, академічні установи та громадські організації для спільної роботи над інноваційними проектами та ідеями; фінансові донорські установи для стартапів – можуть включати в себе установи, які реалізують ризикові капіталовкладення, гранти, позики та інші форми фінансування для підтримки розвитку та впровадження інновацій. Важливим інноваційним елементом є установи по захисту патентної та інтелектуальної власності, які спрямовані на забезпечення захисту прав інтелектуальної власності і є важливим елементом інноваційної інфраструктури, що стимулює інноваційну діяльність та інвестиції у дослідження та розробки.

Перелічені інноваційні інфраструктурні елементи сприяють створенню екосистеми, яка сприяє розвитку та впровадженню інновацій, що в свою чергу сприяє розвитку економіки та підвищенню конкурентоспроможності країни.

Фінансове забезпечення інноваційних інфраструктурних елементів грає критичну роль у створенні та підтримці сприятливого середовища для розвитку інновацій. Оскільки ці інфраструктурні елементи можуть вимагати значних інвестицій та фінансової підтримки, різноманітні джерела фінансування є важливими. Важливим джерелом фінансової підтримки є державні гранти та субсидії [1-2]. Уряди можуть надавати гранти та субсидії для фінансування інноваційних проектів, інфраструктурних ініціатив та стартапів у сфері інновацій, що може включати програми державної підтримки для технологічних стартапів, дослідницьких програм і т. д. Сприяє розвитку інфраструктури приватний капітал [2]. Інвестори, такі як венчурні капіталісти, можуть надавати фінансову підтримку для інноваційних підприємств, стартапів та проектів, які мають потенціал для високого росту та прибутковості. Венчурна підтримка грає ключову роль у розвитку інноваційних підприємств, особливо в їхніх ранніх стадіях розвитку. Це форма фінансування, яка надається інвесторами, які готові вкладати гроші в стартапи або молоді технологічні компанії з високим потенціалом зростання та успіху. Венчурні капіталісти надають фінансову підтримку інноваційним підприємствам або інфраструктурним елементам бізнесу у вигляді інвестиційного капіталу, який може включати фінансування розробки продукту, масштабування бізнесу, виходу на нові ринки та інше. Венчурні капіталісти можуть надати інноваційним підприємствам доступ до своїх знань, досвіду та контактів. Вони часто виступають як ментори або консультанти для стартапів, допомагаючи їм у вирішенні стратегічних питань та прийнятті важливих рішень [3]. Деякі венчури можуть надати доступ до досвідчених менеджерів або керівних кадрів з великим досвідом роботи у сфері підприємництва та технологій, що може допомогти стартапам впроваджувати кращі практики та оптимізувати

управління бізнесом. Загалом, венчурна підтримка може значно збільшити шанси успіху для інноваційних підприємств та їх інфраструктурних елементів, надаючи їм не лише фінансові ресурси, але й доступ до експертної підтримки, мережевих можливостей та стратегічного керівництва.

Необхідним фінансовим джерелом є університети, які можуть надавати фінансову підтримку для дослідницьких центрів, лабораторій та інфраструктурних проектів через свої бюджети, гранти та інші джерела. Університети відіграють важливу роль у підтримці інноваційної інфраструктури через свої можливості для досліджень, навчання та співпраці з приватними підприємствами та громадськими організаціями. Багато університетів мають технологічні парки та інкубатори, які сприяють комерціалізації наукових досягнень та створенню стартапів на основі досліджень, що проводяться в університеті. Університети можуть мати програми передачі технологій, які допомагають перетворити наукові розробки у комерційно успішні продукти та послуги. Це може включати ліцензування технологій, створення спін-офф компаній та інше. Також вони можуть надавати навчальні програми та курси з підприємництва, інновацій та комерціалізації технологій, які допомагають студентам та випускникам розвивати навички та знання, необхідні для запуску та розвитку власних інноваційних проектів. Університети можуть сприяти створенню мереж та спільнот, які об'єднують студентів, викладачів, дослідників та підприємців для обміну ідеями, ресурсами та досвідом у сфері інновацій.

Фінансову підтримку забезпечують також інкубатори та акселератори. Ці організації можуть надавати фінансову підтримку для стартапів та молодих компаній у вигляді фінансових інвестицій, безпосередньої фінансової допомоги або доступу до менторства та ресурсів [2-4].

Важливим напрямом фінансового забезпечення інноваційних інфраструктурних елементів в системі економіки знань має краудфандінг. Краудфандінг може відігравати важливу роль у підтримці інноваційної

інфраструктури в економіці знань, де інновації та розробки здебільшого базуються на ідеях та знаннях. Краудфандинг може надати фінансову підтримку для дослідницьких проектів та розробок у різних галузях, таких як технології, медицина, енергетика та інші. Він може допомогти залучити кошти для розвитку нових продуктів, технологій та інноваційних рішень та служити засобом для збору коштів на створення або впровадження нових продуктів на ринку. Він дозволяє стартапам та молодим компаніям залучати фінансову підтримку безпосередньо від споживачів та інвесторів. Краудфандинг може стати потужним інструментом для підтримки інновацій та розвитку інноваційної інфраструктури в економіці знань, сприяючи залученню фінансових ресурсів, експертної підтримки та створенню сприятливого середовища для інноваційного росту.

Перелічені різноманітні джерела фінансування можуть сприяти створенню та розвитку інноваційної інфраструктури задля стійкого інноваційного розвитку та економічного зростання в економіці знань.

Література

1. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.
2. Гнатенко, І. А., & Рубежанська, В. О. (2016). Параметри та показники соціальної безпеки населення України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, (1), 242-249.
3. Антипенко, Н. В., Веденіна, Ю. Ю., Гнатенко, І. А., & Пархоменко, О. П. (2021). Фінансовий менеджмент ресурсозбереження інноваційно орієнтованих підприємств у контексті антикризової стратегії розвитку. *Агросвіт*, (23), 10-16.
4. Ковтун, О. А., Мостенська, Т. Г., Остапчук, А. Д., & Гнатенко, І. А. (2021). Моделювання тенденцій розбудови інноваційних кластерів у системі управління соціально-економічною безпекою національної економіки при прийнятті рішень щодо активізації зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів агробізнесу в умовах сталого розвитку. *Агросвіт*, (21-22), 51-56.

УДК 330.1

Вартанова О.В., д.е.н., професор,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Вартанов С.О., здобувач першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО ЗДІЙСНЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ МІЖНАРОДНИХ ОСВІТНІХ ОБМІНІВ

Характерними рисами сучасного бізнес-середовища є крихкість, тривожність, нелінійність та незрозумілість. Ці ознаки характеризують сучасне середовище VANI-середовище: в неспокійному і непередбачуваному світі немає надійних опор і однозначних рішень, усталений порядок може похитнутися в будь-який момент, немає однозначних рішень і відповідного досвіду. Причинно-наслідкові зв'язки неясні, і будь-яка подія може мати несподівані наслідки для майбутнього. Основним дефіцитом VANI-середовища є знання та інформація, відсутність причинно-наслідкових зв'язків та непередбачуваність змін у навколишньому середовищі, що призводить до відсутності ефективних та правильних рішень, які здебільшого приймаються «на дотик». Зміни в бізнес-середовищі відбуваються разом з революційними технологічними перетвореннями, які пов'язані з поступовим переходом до нового, шостого технологічного порядку, постіндустріального суспільства, що докорінно змінює умови конкурентного середовища і зокрема, системи освіти.

Відчутність чітких орієнтирів майбутнього змушує індивідумів та компанії відмовлятися від сталих підходів, зокрема, до освітньої діяльності і активно впроваджувати новітні. Невпинний економічний та технологічний розвиток суспільства вимагає постійного вдосконалення знань, компетенцій та Soft Skills, що може бути забезпечено завдяки вдосконаленню системи бізнес-

освіти відповідно до концепції навчання впродовж життя. Актуальність теми зумовлена необхідністю розроблення сучасної системи бізнес-освіти, заснованої на застосуванні новітніх освітніх підходів, методів і технологій.

Розвиток Soft Skills або компетенцій 21 століття, перелік яких регулярно переосмислюється відповідно до вимог бізнес-середовища, можливий на основі впровадження сучасних освітніх технологій, зокрема, технологій віртуальних освітніх обмінів. В даному контексті компетентнісний підхід є обґрунтованим у визначенні кластерів компетенцій, на яких слід зосередитися у віртуальному освітньому середовищі.

Компетентнісний підхід в освіті – це освітньо-педагогічна концепція, яка акцентує увагу на розвитку компетенцій та Soft Skills, необхідних для успішної професійної діяльності в сучасному суспільстві, на протиположності професійним навичкам або Hard Skills. Основна ідея полягає в тому, щоб формувати у студентів не лише професійні знаннями, а спроможність застосовувати ці знання в різних життєвих або професійних ситуаціях.

Основні принципи компетентнісного підходу в освіті:

- орієнтованість на діяльність: замість пасивного засвоєння інформації, студенти активно залучаються до вирішення практичних завдань і проблем;
- контекстуальність: навчання відбувається у контексті реальних життєвих ситуацій, що допомагає студентам зрозуміти, як застосовувати знання в певних умовах;
- індивідуалізація, що полягає у врахуванні індивідуальних особливостей та потреб студентів, їхніх інтересів та здібностей;
- розвиток критичного мислення – формування у студентів навичок аналізу, оцінки та критичного мислення;
- комунікабельність: розвиток навичок комунікації, співпраці та колективної роботи;
- постійне навчання (life-long learning), що акцентує на постійній

самоосвіті, саморозвитку та адаптації до змін в суспільстві та на ринку праці.

Процеси поступового переходу від індустріальної економіки до економіки сервісного типу, де професії відіграють меншу роль, і попит на конкретні компетенції (Soft Skills), які ще називають "компетенції XXI століття", зростає. Згідно з сучасними освітніми підходами, компетенції XXI століття згруповані в три основні сфери [1]:

- навчання та інноваційні навички: критичне мислення та вирішення проблем, комунікація та співпраця, креативність та інновації;
- цифрові компетенції: інформаційна грамотність, медіаграмотність, грамотність у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ);
- кар'єрні та життєві компетенції: гнучкість і здатність до адаптації, ініціатива та самоспрямування, соціальна та міжкультурна взаємодія, продуктивність і відповідальність.

Сучасні освітні технології, зокрема, міжнародні віртуальні обміни, мають на меті формування і розвиток компетенцій XXI століття. На рис. 1. зображено результати міжнародного опитування "Моніторинг локальних вимог, початкових потреб та очікувань учасників у створенні міжнародної мережі віртуальних молодіжних бізнес-хабів", яке проводилося протягом лютого-травня 2023 року в межах реалізації міжнародної мережі віртуальних молодіжних бізнес-хабів.

Учасники опитування (2294 студентів з різних країн), висловили цікавість щодо формування сучасних компетенцій, таких як: бізнес-компетенції (5,4%); навички створення власної справи (55,2%); навички створення стартапів (23,2%) (рис. 1). Завдяки участі в міжнародних програмах віртуальної мобільності студенти бажають розвивати та вдосконалювати різноманітні комунікативні навички: 70,3% опитаних хочуть покращити свої знання іноземної мови; 30,9% – спілкуватися з іноземними однолітками; 21,6% – бажають здійснювати комунікації через міжнародні віртуальні хаби.

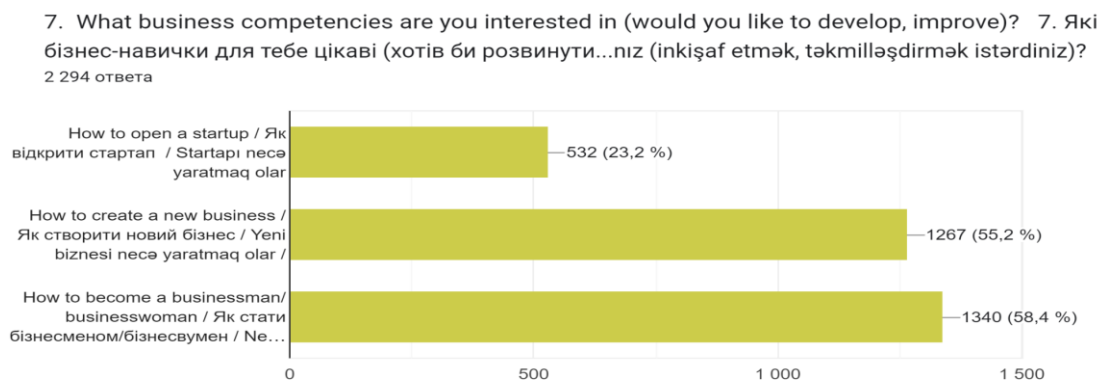


Рис. 1. Напрями розвитку бізнес-компетенцій студентів у програмах міжнародної віртуальної мобільності [2]

В цілому перевагами застосування компетентнісного підходу в міжнародному освітньому середовищі є: забезпечення підготовки студентів до активного життя в сучасному суспільстві; дає змогу розвивати ключові компетенції, критично важливі для професійної діяльності; сприяє розвитку самостійності, ініціативності та креативності студентів; сприяє формуванню у студентів проактивного ставлення до навчання та самоосвіти.

Висновки. Сучасне освітнє і бізнес-середовище є нестабільним, непередбаченим, нелінійним та незрозумілим, що зумовлює необхідність впровадження сучасних освітніх технологій задля розвитку у студентів Soft Skills. Сучасним підходом до розвитку Soft Skills є компетентнісний підхід, який дає змогу встановлювати орієнтири розвитку компетенцій XXI століття, які відповідають вимогам бізнес-середовища. Згідно з результатами опитування щодо розвитку Soft Skills та бізнес-компетенцій, виявлено компетенції, які найбільше цікавлять молодь в програмах міжнародних віртуальних освітніх обмінів: розвиток бізнес-компетенцій; навички створення власної справи; навички створення стартапів.

Література

1. 21st century skills. https://en.wikipedia.org/wiki/21st_century_skills
2. Local requirements, initial needs and expectations of participants (students and facilitators) in creating an international network of VIRTUAL YOUTH BUSINESS HUBS. 2023. <https://www.vehub4you.com/>

УДК 378

Гнатенко І. А., д.е.н., професор,
Пузирьов С.О., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Ситник Д.І., здобувач,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕС-ОСВІТІ

Бізнес-освіта в сучасному світі переживає період інтенсивних трансформацій. Європейські країни вирізняються своїми передовими підходами до навчання, що сприяють розвитку креативності, критичного мислення та підприємницьких навичок серед здобувачів освіти. Зміни в економіці та технологіях вимагають від ЗВО інноваційних підходів до підготовки майбутніх лідерів бізнесу. Європейські країни, завжди відомі своєю передовою освітньою системою, є новаторами у впровадженні інноваційних методик навчання в бізнес-освіті [1-4]. Серед основних практик інноваційного навчання у бізнес-освіті відомі такі:

1. Активне навчання та практичні вправи. Однією з основних принципів європейських програм бізнес-освіти є активне залучення здобувачів освіти до навчального процесу, яке досягається за допомогою різноманітних практичних вправ, таких як кейси, рольові ігри, дебати та проектні завдання. Замість традиційних лекцій здобувачам освіти надається можливість застосовувати свої знання на практиці, спілкуватися та співпрацювати з однодумцями та вирішувати реальні проблеми [1; 3].

2. Міждисциплінарність та інтеграція знань. Ще однією важливою особливістю європейських підходів є підкреслення міждисциплінарності. Програми бізнес-освіти часто поєднують знання з різних галузей, таких як

менеджмент, економіка, психологія, технології та інші, для того щоб здобувачі освіти могли розуміти проблеми бізнесу в комплексі та знаходити комплексні рішення [2; 4].

3. Стимулювання критичного мислення та творчості. В інноваційних програмах бізнес-освіти акцент зроблено на розвиток критичного мислення та творчості. Здобувачі освіти навчаються аналізувати складні ситуації, приймати обґрунтовані рішення та працювати над новаторськими ідеями. Застосовуючи дизайн-мислення та інші техніки творчого мислення, вони готуються до викликів сучасного бізнесу, де інновації відіграють вирішальну роль.

4. Використання технологій у навчальному процесі. Європейські програми бізнес-освіти активно використовують сучасні технології для поліпшення навчання через використання відеоуроків, онлайн-платформ, симуляційних програм та інших інтерактивних інструментів для залучення здобувачів освіти та забезпечення доступу до актуальної інформації та ресурсів [1; 4].

5. Фокус на розвиток soft skills. Освіта в Європі віддає велику увагу розвитку soft skills, таких як комунікація, креативність, критичне мислення, культурна компетентність та лідерські якості. Ці навички є важливими для успішної кар'єри в сучасному бізнес-середовищі, де зміна єдиного головного індикатора успіху впливає на більш різноманітні критерії.

6. Проектно-орієнтоване навчання. Ще однією інноваційною практикою є проектно-орієнтоване навчання, де здобувачі освіти працюють над реальними проектами з бізнесу або соціальних ініціатив, що дозволяє здобувачам освіти отримати практичний досвід у роботі в команді, вирішувати проблеми в реальному часі та розвивати навички проектного менеджменту.

7. Міжнародна співпраця та обмін здобувачами освіти. Європейські університети активно співпрацюють з міжнародними партнерами та забезпечують можливості для обміну здобувачами освіти, що дозволяє останнім

отримувати міжкультурний досвід, розширювати свої горизонти та відкривати нові можливості для майбутньої кар'єри [2; 3; 6].

Незважаючи на численні переваги, інноваційні практики в бізнес-освіті Європи також стикаються з викликами. До них відносяться нестача фінансування для впровадження нових технологій, потреба у постійному оновленні навчальних програм та потреба в підготовці викладачів для роботи з інноваційними методами навчання. Усупереч цим викликам, європейські університети продовжують активно розвивати інноваційні підходи до бізнес-освіти, щоб готувати здобувачів освіти до викликів сучасного бізнес-середовища. Завдяки цьому, вони зберігають своє місце серед провідних освітніх установ у світі і сприяють розвитку інновацій та підприємництва в Європі та по всьому світу [1-4; 5].

Отже, Європейські практики інноваційного навчання в бізнес-освіті відображають високий рівень професіоналізму та гнучкість, необхідні для підготовки здобувачів освіти до викликів сучасного бізнесу. Шляхом активного залучення здобувачів освіти, інтеграції знань, стимулювання творчості та використання сучасних технологій, ці програми формують майбутніх лідерів, здатних до інноваційного мислення та діяльності в глобальному бізнес-середовищі.

Література

1. Коржук К. В. Сучасні тенденції фінансового забезпечення закладів вищої освіти / К. В. Коржук, П. В. Пузирьова // 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. 93-94.
2. Кузьміна В. К. Особливості впливу академічного капіталізму на сферу науки і вищої освіти / В. К. Кузьміна, П. В. Пузирьова // 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. 54-55.
3. Пузирьова П. В. Основи забезпечення економічного зростання через інформаційно-маркетингові технології в контексті інтеграції освіти / П. В.

Пузирьова, О. Грищенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 168-170.

4. Ходаковська К. Проблеми та перспективи вищої освіти в умовах глобалізації / К. Ходаковська, П. В. Пузирьова // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ : КНУТД, 2020. – С. 174-177.

5. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.

6. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

УДК 338.43

Будякова О.Ю.

к.е.н., доцент кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU

Сталий розвиток вищої освіти є одним із пріоритетів кожної держави та передбачає забезпечення безперервного процесу освоєння необхідних знань і навичок учасниками освітнього процесу. Однак такі чинники, як масові пандемії та війни, негативно впливають на систему освіти, пригальмовуючи її розвиток, зокрема обмежують можливості здобувачів освіти повноцінно навчатися. Вагомі негативні наслідки повномасштабного вторгнення росії в Україну завдали набагато більше погіршили навчальний процес у закладах вищої освіти, ніж пандемія COVID-19 в Україні. Для порівняння: у період

пандемії вітчизняна вища освіта випереджала сусідні країни Східної Європи за стійкістю студентів до навчання, а тепер (після 24 лютого 2022 р.) має найнижчі показники навчання, ніж у країнах Європи [1].

Сучасний стан освіти в Україні характеризується надважкими умовами її існування та розвитку: з одного боку, воєнний стан значною мірою впливає на організацію освітнього процесу в усіх закладах освіти, ускладнюючи його, а в деяких регіонах змушуючи повністю перейти на дистанційне навчання; з другого боку, освітній процес повинен продовжуватися, щоб уникнути проблеми «неосвіченості» молодого покоління в післявоєнний період. З огляду на це важливо залучити всі можливі засоби навчання, використати його різноманітні форми й методи, аби освітній процес у закладах освіти продовжувався на належному рівні, забезпечуючи якісну освіту її здобувачам.

Освіта в Україні в умовах воєнного часу істотно відрізняється від дистанційної освіти в умовах пандемії, але має певні збіги в організації навчання.

Воєнний стан на території України став поштовхом до інтенсивного пошуку дистанційних методів і прийомів навчання. Для розв'язання окресленої проблеми в пригоді стає широке впровадження цифрових технологій, що зараз є об'єктивною вимогою сьогодення.

Основним ресурсом здійснення цифрової освіти є інформація. Цифровізація освіти має великий вплив на традиційну систему освіти, змінюючи її та формуючи її нову якість. Це проявляється в таких аспектах:

- збільшення кількості віртуальних освітніх платформ;
- багаторазове та багатоцільове використання того самого електронного ресурсу в освітньому процесі (для надання різних за змістом освітніх послуг);
- впровадження нових освітніх технологій і цифрових освітніх платформ, що надають освітні послуги [2].

Отже, у сучасному світі, який характеризується глобалізацією та цифровізацією, доступ до якісної освіти є одним із ключових факторів успіху. Бізнес-освіта, зокрема, відіграє важливу роль у підготовці кваліфікованих кадрів для сучасного ринку праці.

Проект Erasmus+ VEHUB4YOU, який реалізується у партнерстві з університетами України, Італії, Латвії, Азербайджану, має на меті забезпечити доступ до сучасної європейської бізнес-освіти для учнів шкіл, ліцеїв, коледжів, а також здобувачів вищої освіти. Одним із ключових завдань проєкту є використання технологій віртуального обміну для підвищення ефективності та доступності освітніх послуг.

Технології віртуального обміну (VLE) дозволяють проводити освітні заходи дистанційно, використовуючи Інтернет. Вони мають ряд переваг порівняно з традиційною формою навчання, зокрема: можливість отримання освіти незалежно від місця розташування; зменшення витрат на освіту за рахунок скорочення витрат на проживання та транспорт; широта вибору освітніх курсів: учні, студенти мають доступ до широкого спектру освітніх програм, які проводяться в різних ЗВО, тощо.

Таким чином, технології віртуального обміну є дієвим інструментом забезпечення доступу до сучасної європейської бізнес-освіти. Вони дозволяють підвищити ефективність та доступність освітніх послуг, а також розширити можливості для міжнародного співробітництва. Для підвищення ефективності використання технологій віртуального обміну в освіті необхідно:

1. Використовувати ефективні методики навчання в режимі онлайн.
2. Забезпечити доступ до якісного Інтернету для учасників.
3. Створити умови для ефективного спілкування та взаємодії між фасилітаторами та цільовою аудиторією в режимі онлайн.
4. Розробити сучасне електронне методичне забезпечення, яке сприяє поширенню європейських знань, зокрема навчальні посібники [3; 4].

Реалізація наданих рекомендацій дозволить зробити освіту більш доступною та якісною для всіх учасників освітнього процесу та впливає на прийняття рішення щодо вибору ЗВО майбутніх вступників. Отже, віртуальні бізнес-хаби відіграють важливу роль у процесі профорієнтації. Завдяки акумуляції зусиль ЗВО, міжнародних партнерів та бізнесу з'являється можливість впливати на результати вступної кампанії.

Створення віртуальних бізнес-хабів сприяє сталому розвитку вищої освіти України шляхом забезпечення досягнення Цілей сталого розвитку ООН: №4 – Якість освіти та № 12 – Відповідальне споживання та виробництво. Формування та розвиток бізнес-компетенцій учнів шкіл, коледжів, ліцеїв та студентів на базі Київського національного університету технологій та дизайну дає можливість розвитку hard та soft skills, впливати на якість підготовки здобувачів освіти, а згодом – на якість підготовки майбутніх фахівців сучасного ринку праці, що забезпечує сталість результатів Проекту Erasmus+ VENUB4YOU.

Література

1. Education: Impact of the War in Ukraine (May 2022) / The World Bank. 2022. URL: <https://reliefweb.int/report/ukraine/education-impact-war-ukraine-may-2022>
2. Рябокiнь М.С., Грецька К.Р., Лупаренко С.Є. Особливості цифровізації та євроінтеграції освіти в Україні і умовах воєнного стану. Освіта України в умовах воєнного стану: управління, цифровізація, євроінтеграційні аспекти : IV Міжнар. наук.-практ. конф., 25 жовт. 2022 р. Київ : ДНУ «Інститут освітньої аналітики», 2022. С. 148-150.
3. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с.
4. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

УДК 339.9

Будякова О.Ю., к.е.н., доцент кафедри смарт-економіки,
Конченко Д.Р., магістр кафедри смарт-економіки
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ БІЗНЕС-ОСВІТИ ПРОЄКТУ ERASMUS+ VENUB4YOU В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Однією з передумов досягнення збалансованого (сталого) розвитку суспільства виступають наука і освіта, які водночас є і найважливішими інструментами ефективного управління, обґрунтованого прийняття рішень, розвитку демократії. На всіх стадіях розробки і втілення концепції сталого розвитку – від з'ясування потреби, формулювання ідей до практичної реалізації, вона потребує міцного, глибокого і розгалуженого науково-теоретичного підґрунтя і максимально широкої освітньої та роз'яснювальної роботи [1].

Освіта є однією з передумов досягнення сталого розвитку і найважливішим інструментом ефективного управління та обґрунтованого прийняття рішень [2].

В Проекті Закону «Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року» від 07.08.2018 № 9015 [2] визначено: «Збалансоване суспільство є суспільством знань. Для розв'язання численних проблем розвитку будуть потрібні нові знання, уміння та компетентності, необхідні для глибокого розуміння складних проблем і вирішення взаємопов'язаних питань суспільного життя. Необхідно залучати заклади вищої освіти та інститути НАН України, інші науково-дослідні та інформаційно-аналітичні центри до вивчення та обґрунтування шляхів розв'язання регіональних екологічних, соціальних та економічних проблем.

Необхідно сприяти імплементації Стратегії ЄЕК ООН освіти для сталого розвитку в систему освіти України шляхом запровадження в Стандарти освіти

всіх рівнів і спеціальностей загальних компетентностей з розуміння проблематики переходу суспільства до сталого розвитку. Університети та інші навчальні заклади повинні забезпечувати підготовку кваліфікованих фахівців з необхідними компетентностями для розробки і використання новітніх технологій, які забезпечують перехід суспільства до сталого розвитку».

Проект Erasmus+ VENUB4YOU передбачає передові європейські практики віртуального навчання, які покращать якість бізнес-освіти шляхом забезпечення доступу до сучасної європейської освіти. Передбачено, що проєкт на організаційному рівні сприятиме підприємницькому навчанню та на рівні окремих учасників проєкту очікується отримання навичок планування бізнесу, маркетингу продуктів та отримання інструментів для створення власного бізнесу. Також передбачається вдосконалення освітніх програм шкіл, коледжів та університетів відповідно до нових тенденцій віртуального навчання та підвищення ефективності віртуальної освіти.

У рамках Цілі 9 Молодіжної стратегії ЄС на 2019-2027 роки «Простір і участь для всіх» [3] учасники консорціуму докладатимуть спільних зусиль для організації мережі міжнародних віртуальних бізнес-центрів та навчання ведення бізнесу для учнів старших класів, студентів коледжів та університетів економічних та неекономічних спеціальностей.

Завдання та результати проєкту Erasmus+ VENUB4YOU тісно пов'язані із Глобальними цілями сталого розвитку ООН [4]:

1. Ціль Сталого розвитку №4 – Якість освіти.

Якість освіти впливає на рівень добробуту суспільства, а можливість навчання впродовж усього життя кожної людини оновлює капітал відповідей на виклики нашої сучасності. В свою чергу рівноправний доступ до недорогого професійного навчання, ліквідація гендерних і матеріальних розбіжностей і забезпечення загального доступу до освіти є чіткими орієнтирами для бізнесу на шляху досягнення цілей сталого розвитку [5].

2. Ціль Сталого розвитку № 12 – Відповідальне споживання та виробництво.

Значна частина населення у світі досі споживає настільки мало, що цього недостатньо для задоволення навіть їхніх базових потреб. Скорочення удвічі обсягів харчових відходів на душу населення, на рівні роздрібної торгівлі та споживання, також має важливе значення для створення ефективнішого виробництва та ланцюгів постачання. Це може сприяти досягненню продовольчої безпеки та переходу до більш ресурсоефективної економіки [6].

Київський національний університет технологій та дизайну (КНУТД) в рамках реалізації проєктів Erasmus+ [6] підтримує парадигму: «Лідерство знань для відтворення кращого світу». Таким чином, сталий розвиток є одним із ключових дороговказів виконання місії КНУТД [7].

Отже, Проєкт VENUB4YOU шляхом створення міжнародної мережі віртуальних молодіжних бізнес-хабів дозволяє забезпечити інтеграцію питань сталого розвитку в систему шкільної, позашкільної, середньої, вищої та неформальної освіти, що сприяє реалізації Глобальних цілей сталого розвитку.

Література

1. Сталий розвиток для України. URL: <https://sd4ua.org/golovni-temi-stalogo-rozvitku/osvita/>
2. Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року Проєкт Закон України від 07.08.2018 № 9015. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A?an=332>
3. Youthgoals. URL: <https://youth-goals.eu/youthgoals>
4. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. URL: <https://sdgs.un.org/goals>
5. Дія. Бізнес. Цілі сталого розвитку. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cili-stalogo-rozvitku>
6. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26220>
7. Київський національний університет технологій та дизайну. Лідерство сталого розвитку. URL: <https://knutd.edu.ua/university/stalyi-rozv/>
8. Чернявська О.В., Сененко І.А., Горбунова О.А. (2013). Дистанційна освіта: впровадження і перспективи розвитку в системі вищої економічної освіти в Україні. Якість вищої освіти: методологічні та методичні підходи щодо впровадження дистанційних технологій навчання: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-метод. конф., Полтава: Верстака, 23-24 січ. 2013 р., С. 248-250.

УДК 330

Мудрий М.С., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА ПРОГРАМ ІНТЕГРАЦІЇ У ІННОВАЦІЙНУ ЕКОСИСТЕМУ ЄС ЧЕРЕЗ КРОСС-КЛАСТЕРНЕ ПАРТНЕРСТВО

Україна переживає складний воєнний період, водночас для країни та її інноваційної спільноти постали амбітні та життєво необхідні завдання. Перш за все, швидке проведення реформ та модернізації оборонної галузі, енергетики, фінансових послуг, цифровізація державних послуг, зелені технології, розвиток МСП.

Дякуючи підтримці партнерів, в першу чергу – Європейському Союзу, який скеровує 2,3% ВВП на дослідження та розробки, Україна утримає баланс між руйнацією та швидкою перебудовою.

Станом на листопад 2023 року українські суб'єкти інноваційної спільноти взяли участь у 110 грантових проєктах інноваційно-дослідницької програми HORIZON EUROPE із фактичним фінансуванням з боку ЄС в обсязі 27,6 мільйонів євро [1].

Основні напрями програми HORIZON EUROPE: «передова наука», підтримує передові дослідження та проривні наукові ідеї, об'єднує найкращих дослідників з Європи та інших країн та забезпечує їх навичками та дослідницькою інфраструктурою світового рівня; «глобальні виклики та промислова конкурентоспроможність», формується на основі кластерів досліджень та інноваційної діяльності щоб максимізувати інтеграцію та синергію у відповідних тематичних сферах; «інноваційна Європа», програма зосереджена на підтримці розвитку проривних та ринкових інновацій, а також на покращенні європейських інноваційних екосистем; «місії ЄС», новий спосіб

знайти конкретні рішення для деяких масштабних викликів; «розширення участі та посилення Європейського дослідницького простору», дії щодо розширення участі та поширення передового досвіду в рамках програми HORIZON EUROPE сприяють нарощуванню дослідницького та інноваційного потенціалу, країн, що розвиваються [2].

3 січня 2024 року Асоціація «Підприємств промислової автоматизації України» (АППАУ) спільно з французьким кластером CIMES бере участь в проєкті IDEALIST, який увійшов до програми HORIZON EUROPE. Загальна мета проєкту – підтримка МСП в екосистемах:

- 1) Енергоємні галузі.
- 2) Аерокосмічна промисловість та оборона.
- 3) Мобільність, транспорт і автомобільна промисловість.

Ці три галузі відіграють важливу роль у європейській економіці та не зважаючи на їхню специфіку, вони мають спільні проблеми, які проєкт може допомогти вирішити. Ці виклики включають перехід до практик сталого розвитку, покращення конкурентоспроможності в умовах дефіциту сировини та зростаючої вартості енергії, а також зміни споживчих звичок. Бути більш стійким і сталим означає надати МСП можливість брати участь у цих змінах, а не лише спостерігати за ними чи слідувати їхньому напрямку. Для проєкту IDEALIST розвивають в АППАУ три основні напрямки:

- 1) Стратегічне передбачення (форсайт): працюють над розробкою інструментів і методів, які дозволять краще передбачати зміни і готуватись до них.
- 2) Освоєння передових технологій: вивчають та впроваджують методи і інструменти, які допоможуть подолати перешкоди, які виникають при впровадженні передових технологій, зокрема технологій 4.0.
- 3) Керування ланцюгами постачання: вивчають і керують ланцюгами постачання з метою виявлення критичних залежностей і слабких місць. Такий

підхід дозволить обмежити вплив можливих збоїв на ланцюжки вартості і забезпечить більш ефективне управління цими процесами [3].

Програма HORIZON 2020 фінансувала науку та інновації та передбачала надання індивідуальних стипендій для викладачів. Мета цих стипендій в рамках програми визначалась таким чином:

1) На дослідницькому рівні: підвищення творчого та інноваційного потенціалу досвідчених дослідників, надання можливості здобуття нових знань та здійснення досліджень і інновацій в європейському університеті.

2) На інституційному рівні: розширення співпраці та зміцнення мереж.

3) На системному рівні: ефективне інформування громадськості про результати досліджень та покращення якості досліджень та інновацій [4, с.12].

У програмі HORIZON 2020, яка тривала з 2014 по 2020 рік, Україна взяла участь у 265 проєктах, з яких 22 пов'язані з цифровою економікою. Варто зазначити, що ці проєкти не обмежуються тільки економічним аспектом, але перетинаються з іншими науковими напрямками. Загалом, в рамкових програмах як HORIZON 2020, так і HORIZON EUROPE, відзначаються міждисциплінарні зв'язки, наприклад: економіка-екологія, економіка-інформаційні технології, економіка-виробництво, економіка-соціологія або демократія тощо. Такі проєкти, з одного боку, відображають головні тенденції як в Європі, так і в сучасній Україні, а з іншого боку, вони є основою для фінансової підтримки та можуть дати відповіді на найважливіші питання, з якими зіштовхується Європа.

Україна може запропонувати новаторські рішення, розглядаючи ці проблеми зовсім з іншої точки зору, ніж європейські науковці. Часто такі колаборації призводять до нестандартних та креативних рішень, які є найбільш ефективними. [5, с.180].

Література.

1. Екосистема інновацій: як в регіонах України формують сприятливе середовище для ідей, людей та бізнесу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/01/11/707983/>
2. Міністерство освіти і науки України / Національний портал міжнародного науково-технічного співробітництва / Про програму «Горизонт Європа» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.nauka.gov.ua/pro-portal/gorizont-yevropa/>
3. IDEALIST – новий проєкт АППАУ в HORIZON EUROPE [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://appau.org.ua/news/idealist-appau-horizon-europe/>
4. Ю.Заячук. Освітні програми ЄС та можливості для викладача українського університету / Ю.Заячук // Українській педагогічний журнал. - 2021. -№ 2. -С. 5–19.
5. Нікіфорова Л.О., Азарова А.О., Шиян А.А., Житкевич О.В. Використання міжнародних грантових програм HORIZON 2020 та HORIZON EUROPE в цифровій економіці // Innovation and Sustainability. -2022. -№ 3. -С. 176-185.

ПЛАТФОРМА 2.

**SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ ТА БІОЕКОНОМІКА ДЛЯ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ
РІВНЯХ**

УДК: 001.9(4):338.2(477)

Олешко А. А., д.е.н., професор,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

**ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ НАВИЧОК З БІОЕКОНОМІКИ
У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Поширення кращих практик Європейського Союзу у сфері біоекономіки передбачає розвиток європейських навичок серед студентів, учнів, викладачів та громадськості, використовуючи позитивний досвід ЄС в умовах реалій України.

Біоекономіка – це виробництво, використання, збереження та відновлення біологічних ресурсів, включаючи пов’язані з ними знання, науку, технології та інновації, для забезпечення стійких рішень (інформації, продуктів, процесів та послуг) у всіх секторах економіки та між ними та забезпечення трансформації до сталої економіки. Біоекономіка включає та взаємопов’язує: 1) наземні та водні екосистеми та послуги, які вони надають; 2) первинне виробництво, сектори, які використовують і виробляють біологічні ресурси (сільське господарство, лісове господарство, рибальство та аквакультура); 3) економічні та промислові сектори, які використовують біологічні ресурси та процеси для виробництва харчових продуктів, кормів, біопродуктів, енергії та послуг [1, с.19].

Для української молоді відкрились нові можливості набути передові європейські знання у зв’язку із запровадженням у 2023 – 2024 роках

Європейського року навичок, з метою вирішення проблеми нестачі компетенцій, які відповідають прагненням сучасного покоління та мінливим потребам ринку праці ЄС, та з урахуванням євроінтеграційних прагнень України в частині професійної підготовки й підвищення кваліфікації українців.

Розвиток освіти і науки у сфері біоекономіки на загальноєвропейських цінностях передбачає:

1) посилення наукової дискусії та забезпечення науково-дослідної діяльності у сфері сталої біоекономіки та її впровадження в освітній процес залучення молоді до вирішення екологічних проблем;

2) поширення знань про регіональні можливості застосування біотехнологій та використання біомаси і смарт-спеціалізації регіонів;

У сфері біоекономіки необхідним є опанування наступних навичок молоді:

- використання інформаційно-комунікаційних технологій [2];
- здатність адаптуватися та діяти в новій ситуації;
- здатність діяти соціально та свідомо;
- здатність до навчання та оволодіння сучасними знаннями;
- здійснення безпечної діяльності;
- бажання зберігати навколишнє середовище;
- здатність дотримуватися вимог біобезпеки, біозахисту та біоетики.

Викладання та поширення європейських знань зі сталої біоекономіки та їх популяризація серед викладачів, науковців, молодих дослідників, студентів, учнів та представників бізнесу, громадських організацій й місцевої влади сприятиме формуванню майбутніх компетентних кадрів, здатних відновити країну в майбутньому післявоєнному періоді та розбудувати виробництво, торгівлю, науку та дослідження в європейському просторі.

Підготовлено за підтримки Європейського Союзу в межах проєкту ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH, 101127252 «Просування європейських

навичок та підходів до сталої біоекономіки в умовах сучасних викликів в Україні» / «Promoting of European skills and approaches for sustainable bioeconomy in the conditions of Ukrainian acute challenges» (PESAB).

Фінансується Європейським Союзом. Проте висловлені погляди та думки належать лише авторам і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з освіти та культури. Ні Європейський Союз, ні орган, що надає гранти, не можуть нести за них відповідальності.

This research has been conducted with the support of the European Union within Jean Monnet project [grant number ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH, 101127252 – «Promoting of European skills and approaches for sustainable bioeconomy in the conditions of Ukrainian acute challenges» (PESAB)].

“Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.”

Література

1. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с.
2. Олешко А.А., Усатенко А. О. Формування та розвиток цифрової компетентності персоналу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 23. С. 16 – 19.

УДК 330

Шацька З. Я., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ ДО СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Смарт-спеціалізація – це «концепція та політика інноваційного регіонального розвитку Євросоюзу, що сприяє економічному зростанню в регіонах через краще розкриття їх потенціалу» [2]. Смарт-спеціалізація в сфері сільського господарства отримала назву «Agri-Food 4.0» («сільське господарство 4.0»). «Agri-Food 4.0» базується на використанні сучасної сільськогосподарської техніки з новітнім електронним керуванням, при чому закордонні сільськогосподарські підприємства агропромислового сектору вже давно перейшли в епоху цифрових технологій.

З метою запровадження смарт-спеціалізації в Україні розроблено проект «Інтеграція 4.0», який базується на синергії 3-х компонентів – класичної смарт-спеціалізації (від ЄС), кластерного руху та Індустрії 4.0» [1].

Ключовими перевагами переходу до смарт-спеціалізації в агропромисловому секторі є:

- підвищення продуктивності сільськогосподарського виробництва. Смарт-спеціалізація може допомогти підприємствам агропромислового сектору підвищити продуктивність та врожайність за рахунок використання нових технологій, кращих практик та інновацій в сільському господарстві. Це може призвести до зниження витрат, кращої якості продукції та підвищення прибутку;

- зниження рівня витрат та економія ресурсів, що досягається за рахунок точних даних автоматизованих систем; моніторингу стану посівів та тварин; оптимізації логістичних процесів, таких як транспортування та зберігання

сільськогосподарської продукції;

- підвищення стійкості та адаптації сільськогосподарських підприємств до змін клімату, зменшення запасів води та інших невідновлюваних ресурсів; розповсюдження шкідників та хвороб;

- підвищення конкурентоспроможності підприємств агропромислового сектору. Смарт-спеціалізація може допомогти сільськогосподарським підприємствам стати більш конкурентоспроможними на світовому ринку, що може бути досягнуто за рахунок розвитку нових продуктів та послуг, які відповідають потребам споживачів, а також за рахунок виходу на нові ринки;

- створення нових робочих місць. Смарт-спеціалізація може допомогти створити нові робочі місця в агропромисловому секторі за рахунок переходу до нових технологій ведення сільського господарства;

- сталий розвиток агропромислового сектору. Смарт-спеціалізація може допомогти зробити агропромисловий сектор більш стійким за рахунок використання екологічно чистих смарт-технологій, а також за рахунок зменшення впливу на довкілля.

В Україні впровадження смарт-спеціалізації в економіку триває з 2016 року. В основі цього проєкту є партнерство між представниками бізнесу, влади, науково-технічних установ та громадськості. У 2021 році найкращі результати у впровадженні смарт спеціалізації в Україні мали 5 областей: Київська, Донецька, Луганська, Тернопільська та Львівська [3]. З них Луганська, Тернопільська та Львівська області обрали пріоритетними напрямками смарт-спеціалізації саме сільське господарство [5; 6]. В Україні є кілька прикладів того, як смарт-спеціалізація використовується для розвитку агропромислового сектору. Наприклад, у Вінницькій області сільськогосподарські підприємства фокусуються на розвитку органічного землеробства. Це пов'язано з тим, що в регіоні є сприятливі умови для ведення органічного землеробства, а також з тим, що на світовому ринку зростає попит на органічні продукти. Іншим

прикладом є Одеська область, де сільськогосподарські підприємства спеціалізуються на виноробстві. Клімат Одеської області є сприятливим саме для виноградарства, тому Україна має великий потенціал для розвитку виноробної промисловості.

Основу смарт-спеціалізації в агропромисловому секторі становлять нові смарт-технології, які поділяються на такі групи:

1. Smart-технології для збору і аналізу інформації (GNSS, GIS, RS, Web, Big Data, Yield monitoring, Soil-test та інші.).
2. Smart-технології для управління і прийняття рішень (Crop-, Land-, Livestock-management).
3. Smart-технології для виконання прийнятих рішень (Variable Rate Technology) [4].

Література

1. Звіт проєкту «Інтеграція 4.0» – початок руху на ре-індустріалізацію регіонів. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/integracziya-4-0-yak-pochatok-nacziionalnogo-ruhu-na-re-industrializacziyu-regioniv/>
2. СМАРТ-спеціалізація в Україні: чому не так, як в Європі? Industry4ukraine. 2020. 17 серпня. URL: <https://www.industry4ukraine.net/bez-kategoriyi-uk/smart-speczializacziya-v-ukrayini-chomu-ne-tak-yak-v-yevropi/>
3. Смарт-спеціалізація. Український інститут міжнародної політики. URL: <https://uip.org.ua/uk/napriamy/smart-spetsializatsiia>
4. Ольшанська О. В., Шацька З. Я. Особливості впровадження smart-технологій в агропромисловому секторі України. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: 2022 рік: зб. тез доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (10 червня 2022 р.)*. Київ: КНУТД, 2022. С. 192-194. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20416>
5. Шевченко А.В. Інструменти активізації інноваційного розвитку у промисловості України на засадах смарт-спеціалізації. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2021. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-12/smart-spetsializatsiya.pdf>
6. Чернявська О.В., Лукін О.О., Повстин А.О. Оподаткування сільськогосподарських підприємств: зарубіжний досвід та вітчизняна практик. Фінансова безпека та стратегічний розвиток держави: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 20-21 груд. 2012 р. – Полтава: Верстака, 2012. – С. 170-174.

УДК 336.027

Сидоренко С. Г.
здобувач третього (освітньо-наукового)
рівня вищої освіти доктор філософії (PhD),
Державна навчально-наукова установа
«Академія фінансового управління»
м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність визначена в ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» як діяльність, яка спрямовується на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, а також зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. Як стверджують С. Кравченко та О. Корнева, ефективне використання інтелектуального капіталу підприємств сприяє вирішенню низки задач, таких як: слабкі конкурентні позиції, втрата ринку збуту продукції, удосконалення ділових практик та налагодження інноваційних процесів [2, с. 276]. В той же час, на думку зазначених вище науковців відсутність дієвих форм і методів управління ефективністю використання інтелектуального капіталу уповільнює наведені процеси та обумовлює неповне використання реального потенціалу підприємств відносно інтелектуального капіталу.

«Цілі сталого розвитку» (інша назва – Глобальні цілі, англ. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development; далі - ЦСР) – це план дій для людей, планети та процвітання, мета якого полягає в тому, щоб вивести світ на траєкторію сталого та життєстійкого розвитку. ЦСР затверджені резолюцією Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» [3], і передбачають 17 інтегрованих і неподільних цілей. Ціль 9 за назвою «Промисловість, інновації та інфраструктура» (інша назва – «Розбудова (створення) стійкої

інфраструктури, сприяння інклюзивній (всеохоплюючій) і сталій індустріалізації та інноваціям»; англ. Goal 9. Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation) визначають головними факторами економічного зростання та розвитку інвестиції в інфраструктуру та інновації. Слід зауважити, що пріоритетом державної інноваційної політики має бути формування і сталий розвиток інноваційної інфраструктури. В той же час інноваційна інфраструктура визначається у ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» як сукупність підприємств, установ, організацій, їх об'єднань та асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) [1].

В Україні на національному рівні тривалий час формується законодавче підґрунтя для правового забезпечення інноваційної діяльності. До правових засад в цій сфері слід віднести урядові «Концепцію розвитку національної інноваційної системи» [4], «Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності на період 2030 року» [5], «Державну стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки» [6]. Остання, в свою чергу, є планувальним документом для реалізації секторальних стратегій розвитку, координації державної політики у різних сферах, визначає основний вектор сталого розвитку регіонів та розроблена відповідно до Цілей сталого розвитку України до 2030 року, затверджених Указом Президента України від 30 вересня 2019 р. № 722 [7]. Варто згадати і «Угоду про асоціацію між Україною і ЄС» [8], якою визначається необхідність наближення вітчизняних підходів до формування інноваційної політики до європейських стандартів, зокрема інноваційного розвитку регіонів, що в подальшому втілюється в стратегіях смарт-спеціалізації.

Підсумовуючи наведене, є підстави зауважити, що інвестиції в інновації

та наукові дослідження є важливими факторами, які сприяють сталому розвитку.

Література

1. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 18.04.2024).
2. Інноваційне промислове підприємство в формуванні сталого розвитку: монографія \ ред. кол. О. І. Амоша, Х. Джвігол, Р. Мішкєвіч. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ. 2018. 296 с. URL: <https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/Monography-Kyiv-Amosha-Dzwigol-Miskiewicz2.pdf> (дата звернення: 18.04.2024).
3. A/RES/70/1 - Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda> (дата звернення: 18.04.2024).
4. Концепція розвитку національної інноваційної системи : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.06.2009 р. № 680-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/224444321> (дата звернення: 19.04.2024).
5. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період 2030 року» : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 19.04.2024).
6. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 19.04.2024).
7. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 р. № 722/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення: 19.04.2024).
8. Угода про асоціацію між Україною та ЄС : від № URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu> (дата звернення: 19.04.2024).

УДК 330

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Тесленко А.В., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Смарт-спеціалізація виникла як концепція стратегії Європейського Союзу для покращення регіональних економік та створення конкурентоспроможних підприємств. Відповідно в цьому напрямі сфера економічної діяльності дає можливість зосередитись на конкретній області або країні для досягнення розвитку, впровадження інновацій, створення нових робочих місць. Ключова ідея полягає в тому, щоб проаналізувавши проблемні сектори, створити та реалізувати план розвитку не тільки від ініціативи Європейського Союзу, а й з залученням на урядовому рівні країни. Це може включати в себе створення спеціалізованих інноваційних секторів, розвиток технологічних платформ, підтримку досліджень та залученню інвестицій [1].

Впровадження смарт-спеціалізації в діяльність підприємств в сфері послуг потрібне для визначення перспективної стратегії відповідно до потреб ринку. В Україні вже давно виникла потреба в перегляді підходів до стратегічного управління розвитком регіонів [2]. Ця необхідність обумовлена не лише низьким рівнем економічного розвитку окремих регіонів, але й наростаючою необхідністю інтеграції нашої держави в європейський ринок та активним включенням у глобальні ланцюги створення доданої вартості. Цей процес передбачає пристосування вітчизняної економічної системи до європейських стандартів та тенденцій, з метою забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку. На сьогоднішній день в Україні визначено п'ять пріоритетних напрямів смарт-спеціалізації в сфері послуг:

1. Інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ). Цей напрямок охоплює розробку програмного забезпечення, надання ІТ-послуг, аутсорсинг, електронну комерцію та інші ІТ-рішення.

2. Професійні та ділові послуги. До цього напрямку належать послуги у сфері бухгалтерського обліку, аудиту, консалтингу, юридичних послуг, маркетингу, реклами та інших.

3. Туризм та гостинність. Розвиток цього напрямку може стимулювати економічне зростання та створити нові робочі місця у вітчизняній сфері послуг.

4. Транспортно-логістичні послуги. Україна має вигідне географічне положення та розвинену транспортну інфраструктуру, що робить її основним транспортним хабом. Розвиток цього напрямку може покращити зв'язність країни зі світовим ринком та сприяти зростанню експорту.

5. Послуги у сфері охорони здоров'я. Розвиток цього напрямку сприятиме розвитку медичного туризму та експорту медичних послуг.

Розглянемо впровадження смарт-спеціалізації на прикладі сервісного центру з ремонту побутової техніки. Даний сервіс центр може здійснювати різні види ремонту: від смартфонів до посудомийних машин і вже досяг деяких масштабів, але зупинив свій розвиток на даному етапі. Перспективними напрямками впровадження смарт-спеціалізації в діяльність підприємства є:

- підтримання швидкості зворотного зв'язку з клієнтом, надання консультацій по напрямкам, створення call-центру;

- побудова партнерської мережі може призвести до пришвидшення процесу виконання ремонту, шляхом передачі замовлення на той чи інший сервісний центр з яким підписаний договір, особливо в віддалених регіонах України;

- враховуючи сучасні реалії та попит клієнтів можна визначити, що рекламування підприємства сфери послуг на інтернет-платформах та соціальних мереж дає можливість розширити аудиторію, а брендування

продукції, наприклад наліпка логотипу на упаковці, дозволить збільшити її пізнаваність [3; 5];

- орієнтація на фокус спеціалізованих послуг. Замість надання широкого спектру послуг, підприємства можуть зосередитися на сегментах, де вони мають експертні знання, а також шукати можливості для співпраці з іншими підприємствами, дослідницькими установами або урядовими органами для спільного розвитку інноваційних рішень та вирішення спільних проблем.

Впровадження смарт-спеціалізації в сфері послуг вимагає від підприємств гнучкості, відкритості до інновацій та готовності до співпраці з іншими учасниками ринків членів країн ЄС і має значний потенціал для розвитку української економіки. За умов подолання викликів та ефективної реалізації стратегії смарт-спеціалізації Україна може стати одним із лідерів у сфері надання високоякісних послуг на світовому ринку.

Література

1. Яцюк О. С. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2018. № 2. С. 54-60.

2. Патицька Х. О. Стратегія смарт-спеціалізації в контексті забезпечення конкурентоспроможності регіону: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2019. Вип. №11. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.53

3. Morgan K. Smart specialization for regional innovation: Underpinning effective strategy design (Work package 4). 2014. URL: <http://orca.cf.ac.uk/78221/1/Underpinning%20Effective%20Strategy%20Design.pdf>

4. Родченко В. Б., Белявцева В. В., Хрипунова Д. М. Дослідження доменів в розрізі формування стратегії смарт спеціалізації. *Соціальна економіка*. 2018. Вип. 56. С. 69-77.

5. Чернявська О.В., Рафальська О.М. Методика оцінки ефективності механізму забезпечення фінансової стійкості підприємства споживчої кооперації України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 4. С. 317–321.

УДК 338.262 332.122

Budiakova O., Associate Professor
of the Department of Smart Economics
Saratov O., master
of the Department of Smart Economics
Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

BIOECONOMY FOR SUSTAINABLE AND INCLUSIVE DEVELOPMENT AT THE INTERNATIONAL LEVEL

The bioeconomy is a new economic paradigm and one of the tools and mechanisms for addressing global sustainability challenges [1].

Sustainable development is a general concept based on the need to strike a balance between meeting the current needs of humanity and protecting the interests of future generations, including ensuring a safe and healthy environment. Theorists and supporters of sustainable development consider it to be the most promising ideology of the 21st century, which, with deepening scientific evidence, will replace all existing ideologies as fragmentary and unable to ensure the balanced development of civilisation. At the current stage of development, humanity uses so many resources that it will need 2.6 planets like the Earth to continue to exist in the near future). Recent population forecasts indicate that the world's population will reach 10 billion people in 2057 and 10.4 billion in 2100 [1; 3].

The Global Sustainable Development Report 2023 (GSDR) noted that in 2023, the global situation is much more worrying due to the slow implementation of the Sustainable Development Goals (SDGs) and a confluence of crises. For those goals where progress in 2019 was too slow, countries have not accelerated sufficiently, and for others, including food security, climate change and biodiversity protection, the world is still moving in the wrong direction. The report outlines that the war in Ukraine is causing immense suffering and loss of life as well as destruction to property, while also giving rise to huge movements of people. Besides the large number of military casualties, as of Jan 2023, there have been tens of thousands of civilian casualties, 6,952 killed and 11,144 injured. There are more than 8.1 million refugees, most of them women and children, as well as 5.3 million internally

displaced persons (IDPs) creating one of the largest refugee and internal displacement crises of modern times. The Ukraine war is wreaking havoc on the global economy, leading to food and energy price hikes, and a potent cost of living crisis. Conflict and unrest have surged in many countries creating tangible barriers to SDG progress [2].

The 2023 Global Sustainable Development Report is an urgent call to embrace the transformational changes needed to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs) and secure a better future for the planet, its people and ecosystems. The transformative changes for each entry point from the global scenarios include: human well-being and opportunity; sustainable and equitable economies; sustainable food systems and healthy diets; energy decarbonisation and universal access; urban and peri-urban development; global ecological community:

- human well-being and opportunity – increasing investment in primary health care and ensuring access to life-saving interventions; accelerating secondary education coverage and ensuring that all girls are enrolled; and increasing investment in water and sanitation infrastructure to ensure universal access to piped water and halving untreated wastewater;

- sustainable and equitable economy – promoting inclusive, pro-poor growth, including progressive redistributive measures, doubling social transfers in low-income countries, implementing good climate policy practices and global carbon pricing, promoting sufficiency lifestyles, investing in green innovations, and circular and sharing economy models;

- sustainable food systems and healthy diets – a combination of supply-side measures that increase affordability, sustainably increase yields while reducing costs and negative impacts, and more sustainable and efficient retail, processing and distribution measures, as well as demand-side measures, most importantly a shift to healthier and more diversified diets and a reduction in post-harvest losses and food waste;

- energy decarbonisation and universal access – large-scale deployment of renewable energy sources and best available technologies, appliances and equipment, rapid expansion of investment infrastructure and support for universal access to electricity and clean alternative cooking methods, gradual reduction of fossil fuel use

by 2030 in an equitable manner at national and global levels, significant changes in global consumer behaviour to reduce energy consumption and end-use;

- urban and suburban development – doubling the share of recycled and composted municipal waste by 2030 and increasing the circular waste cycle, increasing the use of electric vehicles, improving public transport with people- and pedestrian-oriented urban infrastructure, and good practice policies for transport, buildings and waste;

- global environmental community – expanding protected areas, abandoning intensive agricultural practices in protected areas, large-scale restoration of all degraded forests, shifting public preferences towards conservation land use, reducing water consumption and meeting environmental flow requirements, and adopting a 1.5°C roadmap for the land sector that combines ambitious measures for protection, conservation, restoration and lifestyle changes.

Achieving Sustainable Development Goals requires building a new economic model, including a circular economy based on the bioeconomy.

This research has been conducted with the support of the European Union within Jean Monnet project [grant number ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH, 101127252 – «Promoting of European skills and approaches for sustainable bioeconomy in the conditions of Ukrainian acute challenges» (PESAB)].

“Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.”

References

1. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні : навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с.
2. Global Sustainable Development Report 2023. URL: <https://sdgs.un.org/sites/default/files/2023-06/Advance%20unedited%20GSDR%2014June2023.pdf>
3. Чернявська О.В. Вітчизняна модель державного управління соціально-економічним розвитком та її основні результати // Управління розвитком соціально-економічних систем у новій економіці [Монографія]. - Полтава: ПУЕТ, 2015. – 358 с. - С. 17-31.

УДК: 330.3:336

Петрівський О. О.,
ПуАТ «КБ «Акордбанк»,
м. Київ, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ BNPL-КРЕДИТІВ

З розвитком фінтех-ринку з'являється велика кількість інноваційних фінансових продуктів і послуг, серед яких і різні форми споживчих кредитів. Одним з найбільш перспективних кредитних продуктів, що останнім часом активно розвиваються на ринку фінтех, являються BNPL-кредити.

BNPL (англ. buy now, pay later - «купуй зараз, плати потім») – це сервіси, які дозволяють купувати товари частинами, без звернення до стандартних кредитних продуктів банків або мікрофінансових установ. Це модель оплати, яка надає покупцеві короткостроковий кредит на невеликі суми, що дозволяє йому придбати товар, оплативши лише початкову частину повної вартості товару. Решта платежів здійснюються частинами, у розстрочку. При цьому продавець одержує гроші за свій товар одразу і в повному обсязі. BNPL-сервіс переказує магазину всю суму на момент продажу, а потім покупець розраховується саме з постачальником сервісу.

BNPL-сервіс бере з продавця комісію за свої послуги, проте покупець при цьому нічого не платить понад вартість товару, якщо вчасно робить всі платежі. Для торговців привабливість цього полягає в простоті схеми – немає потреби укладати кредитні договори або чекати на перевірку кредитоспроможності, і головне – готовність споживачів витратити більше. Продавці готові платити сервісам додаткову комісію, оскільки кредити BNPL в точках продажу збільшують коефіцієнт конверсії у роздрібній торгівлі на 20–30%, а також збільшують середній чек на 30–50% [1].

Пандемія Covid-19 викликала значний спад купівельної спроможності та зміни у настроях споживачів, які почали віддавати перевагу обережнішим витратам коштів, а також, у багатьох країнах суттєво зросла популярність інтернет-магазинів у таких сегментах, як їжа, одяг і товари для дому. Все це

збільшило зацікавленість споживачів у POS-кредитуванні – споживчих кредитах, що надаються безпосередньо в магазинах. BNPL-сервіси є частиною цього фінансового напрямку. Послуги кредитування BNPL менше залежать від традиційних кредитних рейтингів та звітів (або взагалі не беруть їх до уваги). Це робить їх привабливими для людей з обмеженими заощадженнями та низьким кредитним рейтингом. Серед найбільш поширених покупок за схемою BNPL є одяг, взуття, аксесуари, сумки, домашній декор, товари для дому та побутова техніка.

Наразі на ринку лідерами є три сервіси: Klarna, Afterpay і Affirm. У 2023 році на ринок BNPL-сервісів вийшла компанія Apple з новою функцією в Apple Pay, що називається Apple Pay Later [2]. Apple самостійно перевірятиме платоспроможність та кредитну історію клієнтів сервісу. Враховуючи масиви інформації, якими володіє компанія Apple про власників айфонів, очевидно, що компанія матиме мінімальний рівень дефолтів за платежами.

Свою BNPL-платформу також впроваджує Mastercard [3]. Деякі західні банки та фінансові корпорації також почали виходити на ринок BNPL. Наприклад, American Express вводить свій сервіс «Pay it, Plan it», а Morgan Chase – «My Chase Plan». За прогнозами Bank of America, ринок BNPL-сервісів до 2025 року зросте в 10–15 разів, а обсяги його транзакцій досягнуть \$0,65 – 1 трлн. POS-кредитування залишиться популярним, але продовжуватиме еволюціонувати у формат BNPL, заповнюючись цифровими рішеннями для зручних покупок. Згідно зі світовими практиками, BNPL-сервісами найчастіше користується молоде покоління.

Ринок BNPL-кредитування в Україні лише починає свій розвиток. Серед піонерів впровадження даної послуги слід виділити компанію «Нова Пошта» з її послугою «Посилка в кредит», за допомогою якої користувачі можуть придбати товари в Інтернет за кредит. Товар отримується одразу у відділенні, а його вартість сплачується протягом року. Кредит надає компанія НоваПей Кредит, яка входить до складу Нової пошти. Однак, на даний момент, продукт в

Україні не користується популярністю, переважно через помилкову стратегію просування даного продукту на ринку.

У повоєнному відновленні економіки України BNPL може бути надзвичайно важливим, оскільки забезпечить зростання внутрішнього споживання товарів і послуг. Враховуючи прогнозовану низьку купівельну спроможність населення в повоєнний період, BNPL являється саме тим інструментом, який допоможе збільшити споживання, оскільки даний кредитний продукт орієнтований на товари широкого вжитку з невеликим ціником, а також тому, що за такий кредит позичальник не сплачує відсотки, оскільки комісії для сервісу платять точки продажу.

Для населення з низьким рівнем доходів BNPL може послужити грамотною альтернативою мікрокредитам. Мікрокредити беруться на покриття поточних потреб, так само як і BNPL. Також мікрокредити видаються на короткі терміни, як і BNPL, але на відміну від них, мають відсоткові ставки від кількох сотень до більш ніж десять тисяч річних, тоді як BNPL-сервіс є, як правило, безкоштовним для клієнта. Відповідно, замість збагачення кількох фінансових установ за рахунок найбільш вразливих верств населення, останні, використовуючи сервіс BNPL, витратять менше, а також підтримуватимуть внутрішній попит на товари і послуги в країні.

Література

1. Клієнтський сервіс BNPL. URL: <https://www.webitel.ua/post/customer-service-tools-for-bnpl>
2. Apple Launches Apple Pay Later And It's Going To Be A Winner. URL: <https://www.forbes.com/sites/ronshevlina/2023/03/29/apple-launches-apple-pay-later-and-its-going-to-be-a-winner/?sh=f9bad9f14c32>
3. The new Buy Now Pay Later (BNPL) program that meets the needs of lenders, merchants and consumers, offered at scale across the Mastercard network. URL: <https://www.mastercard.us/en-us/business/issuers/manage-your-consumer-needs/installments.html>

УДК 338.45:620.9

Мокроусова О. Р., д.т.н., професор,
Охмат О. А., к.т.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІОМАСИ ДЛЯ РОЗВИТКУ СТАЛОЇ БІОЕКОНОМІКИ

Питання заміни традиційних викопних енергетичних ресурсів на альтернативні стає більш нагальним через стрімке виснаження природних ресурсів, їх високу вартість, створення додаткового навантаження на екологію. Реалізація принципів сталої біоекономіки в контексті забезпечення енергетичними ресурсами передбачає використання біомаси для функціонування енергетичного сектору.

Закон України від 14.01.2000 р. № 1391–XIV «Про альтернативні види палива» визначає біомасу як: «біомаса – невикопна біологічно відновлювана речовина органічного походження, здатна до біологічного розкладу, у вигляді продуктів, відходів та залишків лісового та сільського господарства (рослинництва і тваринництва), рибного господарства і технологічно пов'язаних з ними галузей промисловості, а також складова промислових або побутових відходів, здатна до біологічного розкладу». За даними неприбуткової громадської спілки «Біоенергетична асоціація України» біомаси в Україні достатньо для заміни 10 млрд. м³ газу, 22 млн. тонн вугілля та 1 млн. тонн бензину. Мова може йти про повне заміщення імпорту газу, вугілля та бензину, тобто усунення або зменшення залежності від імпорту викопного палива.

Розрізняють види біопалива, що отримують з біомаси:

- *тверде*: дрова, пелети, брикети;
- *рідке*: біоетанол, біодизель;
- *біогаз*: продукт анаеробного розкладання органічних речовин.

Переробка біомаси в енергосекторі ґрунтується на використанні ряду способів: пряме спалювання; піроліз; газифікація; зброджування; ферментація; переробку олій та жирів з біомаси на біодизель тощо.

Для отримання тепла або електроенергії з твердого біопалива зазвичай застосовують його спалювання. Це джерело для опалювання житлових будинків, промислових виробництв тощо.

Виробництва рідкого біопалива є більш ефективним напрямом переробки біомаси. Слід також зазначити про відсутність необхідності будівництва нових заводів з виробництва біоетанолу через можливість модифікації функціонуючих промислових підприємств. Економічну доцільність вказаного переоснащення забезпечать зниження вартості виробництва біопалива через використання сучасних ефективних технологій виробництва, а зниження собівартості неминуче призведе до падіння ціни на біопаливо і, відповідно, до підвищення його попиту на енергетичному ринку. Біоетанол, отриманий з рослинної сировини, використовують як індивідуально, так і в паливних сумішах для транспорту, включаючи авіаційний. Також використання біоетанолу у сумішах з традиційним паливом поліпшує характеристики останнього та зменшує його негативний вплив на навколишнє середовище. Біодизель так само розглядають як паливо для транспортних засобів. Рідке ж біопаливо пропонують застосовувати для опалення промислових об'єктів.

Використання біогазу для отримання теплової та електричної енергії є доволі перспективним сектором споживання, особливо в умовах дефіциту електроенергії. Біоенергетична асоціація України наголошує на стійкому зростанні ринку біогазу кожного року через збільшення забруднення навколишнього середовища. Але у даному випадку слід зауважити, що стрімкому зростанню ринку біогазу в Україні заважає відсутність правової бази щодо дозволу на експорт вітчизняного біогазу.

Загалом, з економічної точки зору використання біомаси не тільки знизить потребу у викопних ресурсах, а й сприятиме створенню нових робочих місць, у тому числі, в агропромисловому секторі.

УДК 339.9

Чернаєнко Д.В.
аспірант кафедри смарт-економіки
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ SMART-МІСТ У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ

Концепція розумних міст, яка спрямована на підвищення якості міського життя за допомогою інноваційних технологій, набула значного розвитку в останні роки. Оскільки ми наближаємося до ери розумних міст наступного покоління, стає вкрай важливим досліджувати ключові передові технології, які впливатимуть на їхній розвиток.

Розвиток SMART-міст вимагає розробки стратегії та активної участі суспільства. Хоча кожне місто матиме свій власний шлях до вдосконалення, можна виокремити низку найкращих практик. Серед них: пріоритетність інновацій та використання технологій для вирішення проблем, пов'язаних зі змінами; вирішення економічних проблем, таких як інфляція та зростання цін на енергоносії; пошук балансу між економічним зростанням, соціальною справедливістю та сталим розвитком; а також навчання один в одного.

Світовий досвід пропонує ключові технології, які трансформують місто у «розумне місто». Серед них [1; 2]:

-Інтернет речей (ІоТ) дозволяє підключати різноманітні пристрої до мережі, що сприяє автоматизації та оптимізації управління різними аспектами життя міста, від транспорту до водопостачання.

-Використання штучного інтелекту (АІ) дозволяє аналізувати великі обсяги даних та надавати прогнози.

-Створення розумних міст-двійників в інтернеті дозволяє виконувати віртуальні експерименти та тестування нових рішень без впливу на реальне середовище міста.

-Використання розумних камер спостереження забезпечує підвищення рівня безпеки та контролю.

-SMART енергетика сприяє ефективнішому використанню енергії та зменшенню викидів.

-Аналітика даних дозволяє отримувати цінні інсайти з великих обсягів інформації.

-SMART будівлі, завдяки технологічним інноваціям, стають більш енергоефективними, зручнішими для життя та праці мешканців.

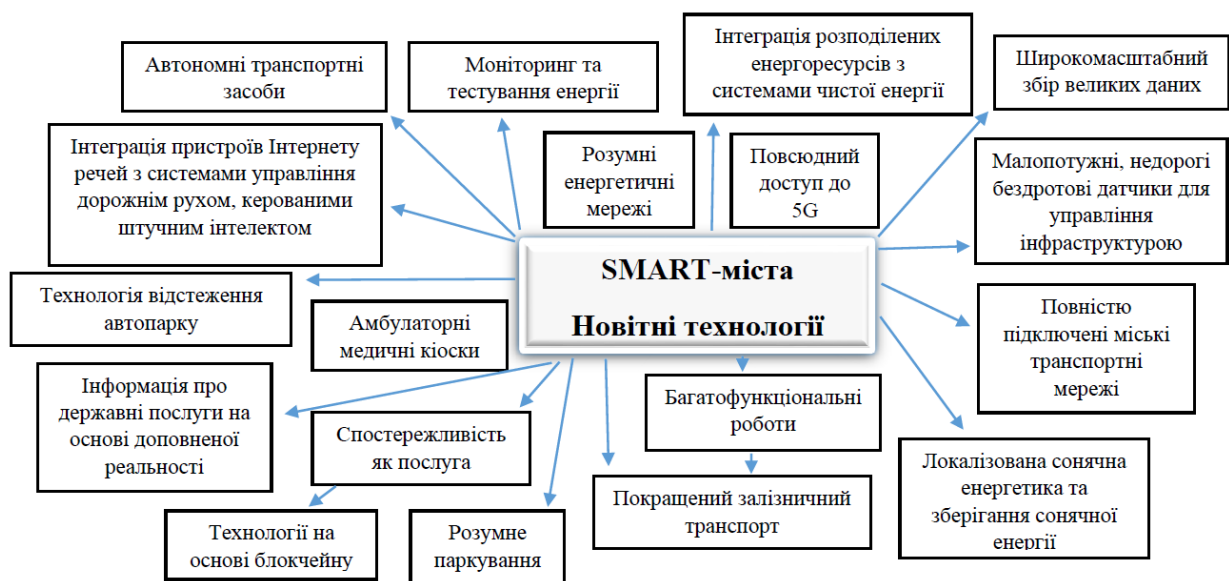


Рис. 1. Світові інноваційні технології SMART-міст

Джерело: подудовано на основі [3].

Міжнародні рейтинги показують, як змінюються сучасні міста за допомогою впровадження розумних технологій. Європейські та Північно Американські міста домінують у рейтингу найкращий SMART-міст, тоді як країни, що розвиваються, намагаються зробити свою присутність відчутною. Проаналізувавши 183 міста, IESE визначив 5 найкращих міст світу [4] (таблиця 1). Однак за межами першої п'ятірки є багато прикладів міст по всьому світу, які впроваджують інновації в унікальний спосіб.

Кейптаун, надає безкоштовний Wi-Fi у міських автобусах і використовує

дані в режимі реального часу для підтримки служб реагування на надзвичайні ситуації та спостереження.

Таблиця 1

5 найкращих SMART-міст світу

| № | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------|----------------|-----------|---------|--------|-----------|
| Місто | Лондон, | Нью-Йорк, | Париж, | Токіо, | Берлін, |
| Країна | Великобританія | США | Франція | Японія | Німеччина |

Единбург посів перше місце в рейтингу за рівнем соціальної згуртованості. IESE підкреслює інноваційні кроки столиці Шотландії, такі як створення операційного центру, який управляє міськими даними в режимі реального часу і сприяє поліпшенню ситуації в таких сферах, як управління дорожнім рухом, реагування на катастрофи та зменшення вуглецевого сліду міста.

Україна тільки розпочинає свій шлях до впровадження новітніх технологій, це розвиваюча країна, яка має нестабільну економічну та політичну ситуацію. Потрібно брати приклад та розробляти свою власну систему впровадження технологій в розбудову розумних міста, завдяки співпраці уряду, бізнесу, інвесторів та громадян. Проте, успішне впровадження та розвиток SMART-міст вимагає не лише технологічних знань, але й уваги до військової ситуації, соціальних та економічних аспектів, фінансової можливості, настроїв громадян, інвестиційної спроможності та міжнародної підтримки партнерів.

Література

1. What is IoT? Oracle. 2022. URL: <https://www.oracle.com/cis/internet-of-things/what-is-iot> (дата звернення: 10.04.2024)
2. Big data analysis of the Internet of Things in the digital twins of smart city based on deep learning / X. Li et al. Future Generation Computer Systems. 2022. Vol. 128. P. 167–177 (дата звернення: 11.04.2024).
3. 18 Smart-City Technologies That Will Genuinely Improve Urban Living. 2023. URL: <https://www.forbes.com/?sh=6690578c2254>.
4. IESE Business School. Ranking of the top smart and sustainable cities for the past nine years. 2023. URL: <https://www.iese.edu/insight/articles/smart-sustainable-cities-in-motion> (дата звернення: 12.04.2024).

UDC 338.43

Svitlana Bebko,
Doctor of Economics, Associate Professor,
Kyiv National University of Technologies and Design,
Kyiv, Ukraine

THE CHALLENGES OF BIOGAS PRODUCTION IN THE CONTEXT OF POST-WAR RECOVERY

Ukraine possesses a significant biomass potential available for the production of biogas and gaseous motor biofuels. The war has dramatically changed the role and place of biogas in the national energy security system. Currently, many experts see an option to use the potential of the agricultural sector to produce alternative types of energy. The state authorities believe that the effective use of the processing industry will allow partial replacement of traditional types of energy both at the local and national levels [1].

Fuel companies and agricultural firms are carefully studying the possibilities of setting up their own plants for the integrated processing of agricultural raw materials, one of the elements of which is biogas.

Thus, biogas production in the post-war period could provide Ukraine with new opportunities, increase its gross domestic product and create additional jobs.

Biofuels offer an alternative to traditional fuels and are derived from processing environmentally friendly waste or raw materials. They can be made from various natural sources like corn, straw, and manure, and come in three main forms: gaseous, liquid, and solid. Biogas is a gas derived from biomass. Potential biogas sources encompass waste from livestock farms, wastewater, and organic materials within landfills. Biogas comprises primarily methane (60-70%), alongside CO₂ and trace gases. It serves as a versatile energy source for electricity generation, heating, and cooking purposes [2].

Biomethane, nearly pure methane, is derived either through biogas refinement or solid biomass gasification. Enriched biomethane mirrors natural gas properties, facilitating its transport and utilization equivalently. This sustains the advantages of natural gas while maintaining carbon neutrality.

Within Europe, Germany emerges as the predominant leader in the biogas industry, while significant potential is also evident in Italy, the UK, France, and Scandinavian nations like Denmark. Despite the rather intensive development of biomethane production in EU countries, this area is not developing properly in Ukraine.

Challenges of biogas production in Ukraine include: problems with connection to district heating, low efficiency of conversion into electricity, heat losses, lack of legislation on biomethane, lack of government support, underdeveloped biofuel market. biomethane-based motor fuel does not compete with the price of natural gas [2]. Although running a biogas facility can pose challenges and may not always be economically viable, there are strategies to enhance the efficiency of organic matter conversion into biogas. This involves shifting the perspective on biogas plants to view them as biochemical industrial facilities requiring effective technological oversight. With adequately trained personnel and a deep understanding of the anaerobic digestion process, these plants can thrive. Owners of biogas facilities are incentivized to optimize biogas production, aiming for the highest methane content possible to maximize its energy potential [3].

There is still no practice of consuming biomethane in transport in Ukraine, so the issue of standardizing the quality of biomethane as a car fuel is not properly regulated. The use of biomethane in compressed form during refueling at automotive gas filling stations connected to the natural gas network will mean that it is subject to the same regulatory requirements as natural gas. When biomethane is supplied to the gas network, it must comply with the requirements of the Gas Transmission System Code or the Gas Distribution System Code [4]

The recommendations of biogas production development in the post-war recovery include the following issues: development of the biomass market, ensuring non-discriminatory third-party access to heating networks, increase of the incentive tariff for heat energy from biogas, overall increase in the investment attractiveness of the bioenergy sector, solving practical problems and lack of experience in the use of agrobiomass as fuel or raw materials, development of a regulatory framework for the production and use of biogas [2, 4]. Moreover, environmental regulations and emissions control play pivotal roles in the functioning of biogas facilities, guaranteeing their eco-friendly operations. Policy frameworks are established to outline rules and principles aimed at minimizing adverse environmental impacts. These regulations encompass key areas such as air emissions, wastewater treatment, odor mitigation, and the conservation of soil and groundwater [3].

Ukraine has many competitive advantages to become a large-scale hydrogen producer for its own needs and for export to the EU. These include the presence of one of the largest gas pipeline networks, sufficient water, wind, and sun to generate hydrogen through electrolysis, and proximity to European consumers. To conclude, Ukraine, as one of the largest agricultural countries in Europe, has a great potential for generating biogas from agricultural waste and energy crops.

Literature

1. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року “Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-p#Text>
2. Біогаз та біометан в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uabio.org/biogas-and-biomethane/>
3. Fundamentals, Operation and Global Prospects for the Development of Biogas Plants—A Review [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://doi.org/10.3390/en17030568>
4. “Перспективи виробництва передових біопалив в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://saf.org.ua/news/1774/>

УДК 379.8

Моргулець О.Б., д.е.н., професор
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна
Пилипенко Т.В., здобувачка вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОЛТАВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Галузь туризму та рекреації грає ключову роль у сталому розвитку регіонів, оскільки її становлення та розвиток залежать від умов і факторів, що впливають на вирішення актуальних організаційно-управлінських проблем у сфері надання якісних туристичних та рекреаційних послуг. Це досягається через раціональне використання природних та культурних ресурсів та створення ефективної інфраструктури для туризму й рекреації. Розвиток інтегрованих туристично-рекреаційних комплексів сприяє формуванню сталого туристичного продукту та забезпечує збалансований розвиток місцевих громад, збереження культурної спадщини та природного середовища. Така ініціатива впливає на соціально-економічний розвиток регіонів, сприяючи сталому зростанню та підвищенню якості життя місцевого населення.

Актуальність вивчення маркетингових стратегій просування туристичного регіону визначається сучасними викликами, з якими стикаються туристичні регіони у змінному світі. Зростаюча конкуренція, зміни у попиті та уподобаннях туристів, швидкість зміни технологій та способів комунікації створюють серйозні виклики для просування туристичних регіонів.

Полтавський туристичний регіон в Україні відомий своєю багатою історією, культурою, природною красою та гостинністю місцевого населення. Регіон розташований у центральній частині країни і має давню історію, пов'язану з Козацькою епохою. Однією з ключових атракцій регіону є Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», який

включає в себе комплекси пам'яток козацької доби та архітектурні перлини XVII-XVIII століть, зокрема, Державний історико-культурний заповідник «Полтавська битва», музей «Кобзаря», палац князів Голіциних. Також у Полтавському регіоні є багато природних красивих місць, таких як заповідники, парки та лісові масиви, які приваблюють прихильників екологічного туризму. Регіон також відомий своєю кулінарною спадщиною, включаючи традиційні гастрономічні особливості [1].

Разом з тим, основними проблемами розвитку Полтавського туристичного регіону є недостатня популярність самого регіону, нерозвинута туристична інфраструктура, відсутність маркетингового позиціонування, реклами та просування, слабка координації зусиль місцевої влади та бізнесу.

Полтавський регіон мало відомий серед населення як туристичний напрямок та не має чіткого образу або іміджу в очах туристів. Недостатня популярність регіону стримує зростання туристичного потоку [2]. Саме маркетингові кампанії можуть допомогти підвищити поінформованість потенційних гостей про туристичні можливості регіону та його унікальність. Для цього необхідно розробити та активно вести регіональні культурно-туристичні веб-сайти, соціальні медіа-акаунти, де буде висвітлюватися унікальність та привабливість регіону, інформація про туристичні визначні місця, культурні події, активний відпочинок та інші атракції регіону.

Деякі об'єкти та послуги туристичної інфраструктури регіону потребують модернізації та покращення. Цю проблему також можуть вирішити правильні маркетингові стратегії направлені на стимулювання притоку інвестиції в розвиток інфраструктури та підвищення її якості. Також для розвитку туристичного регіону важливо встановити співпрацю між місцевими органами влади, бізнесом та громадськістю для спільного розвитку туризму та ефективного маркетингу регіону [3]. Відсутність ефективних маркетингових кампаній та рекламних заходів обмежує можливості регіону залучати нових туристів та розширювати аудиторію. Для підвищення ефективності реклами та просування Полтавського туристичного регіону запропонуємо наступні

креативні маркетингові заходи:

- створення власного туристичного бренду, який відображатиме унікальність та привабливість регіону;
- проведення цілеспрямованих маркетингових кампаній на різних медіаплатформах для залучення уваги туристів;
- представлення регіону на туристичних виставках та ярмарках для привертання уваги та партнерства з іншими туристичними компаніями;
- розвиток туристичної інфраструктури, збільшення кількості та якості готелів, ресторанів, екскурсійних маршрутів та інших туристичних послуг;
- виготовлення та розповсюдження інформаційного контенту та відеоматеріалів про туристичні місця та події у регіоні;
- партнерство з туристичними агентствами для просування туристичних пакетів до Полтавського регіону;
- організація та проведення туристичних заходів, фестивалів та конкурсів для привертання уваги та збільшення відвідуваності.

Отже, маркетингові стратегії стають ключовим інструментом для залучення та утримання туристів, підвищення відомості регіону у середовищі, що переповнене інформацією, а також забезпечення конкурентоспроможності на ринку туризму. Запропоновані маркетингові заходи спрямовані на покращення туристичної інфраструктури, підвищення привабливості Полтавського регіону для відвідувачів, сприятимуть збільшенню туристичного потоку, залученню інвестицій, позитивному впливу на сталий розвиток регіону.

Література

1. Карпенко Н.М., Логвин М.М., Шуканова А.А. Розвиток туризму у Полтавській області: сучасні тенденції та їх актуалізація. *Інтелект XXI*. №4, 2020. С. 22-27.
2. Ширма І.М., Гапоненко Г.І., Левіна М.О. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку Полтавської області. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*. Вип. 12, 2020. С. 252-258.
3. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеєв Я.В. (2024). Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*, (189). С.349-354.

УДК 330

Ткач Л.О., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ДЕРЖАВНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ

Блокчейн-технологія має значний потенціал для трансформації державного сектору в Україні, підвищуючи прозорість, ефективність та підзвітність. Її впровадження може призвести до покращення надання послуг громадянам, скорочення бюрократії та стимулювання інновацій. Існує багато прикладів того, як блокчейн вже використовується або пропонується використовувати в державному секторі України.

Уряд України активно досліджує потенціал блокчейну. У 2017 році було затверджено Концепцію розвитку блокчейн-технологій в Україні до 2025 року [1], яка окреслює плани щодо підтримки створення блокчейн-стартапів, проведення наукових досліджень та створення блокчейн-інфраструктури.

Основними задачами цієї Концепції є створення сприятливого середовища для розвитку блокчейн-технологій в Україні, залучення до України інвестицій саме у блокчейн-проекти, сприяння розвитку українських блокчейн-компаній та застосування блокчейн-технологій в державному секторі.

Для цього було створено робочу групу з розробки законодавства, що регулює використання блокчейн-технологій. Також було проведено ряд семінарів та конференцій з питань блокчейн-технологій [2-4], на яких були визначені досягнення та перспективи розвитку.

Починаючи з 2020 року було запущено кілька пілотних проектів з використання блокчейн-технологій в державному секторі.

Одним із проектів було відстеження тютюнових виробів. Цей проект був запущений Державною митною службою України спільно з компанією IBM. Блокчейн-система дозволяє відстежувати рух тютюнових виробів від виробника

до кінцевого споживача. Це дає можливість митникам відстежувати легальність товарів та виявляти підробки.

Також у 2021 році був запущений проект декларування товарів Державною митною службою України спільно з компанією Deloitte. Блокчейн-система дозволяє автоматизувати багато етапів процесу декларування, що робить його більш швидким та ефективним. Це призвело до збільшення обсягів торгівлі та зростання надходжень до бюджету.

У 2022 році Державною митною службою України спільно з компанією Monobank був запущений проект сплати митних зборів. Завдяки проекту платники митних зборів отримали можливість сплачувати їх онлайн 24/7 без необхідності відвідувати митні органи. Це значно економить час та зусилля, а також зменшує ризик шахрайства.

У 2021 році Міністерство цифрової трансформації України запустило пілотний проект з використання блокчейн-технології для видачі електронних резидентств. А у 2022 році Міністерство цифрової трансформації України оголосило про розробку цифрового паспорта на основі блокчейн-технології. Цифрові паспорти більш зручні у використанні, ніж паперові. Це дозволило українцям отримувати доступ до державних послуг онлайн.

Всі цифрові документи українців (паспорти, посвідчення водія, свідоцтва про народження, дипломи і т.д.) зберігаються у сервісі Дія - це мобільний додаток, веб-портал та бренд цифрової держави в Україні [5]. Це робить їх більш безпечними та стійкими до підробок.

У майбутньому в Україні можна буде голосувати на місцевих виборах за допомогою Дії, використовуючи блокчейн-технологію для забезпечення безпеки та прозорості голосування. Блокчейн використовується для підтвердження вашої особистості при доступі до онлайн-послуг, укладанні угод, опитуваннях. Дія стала одним із найуспішніших проектів цифрової трансформації в Україні.

На сьогодні, на жаль, законодавство, що регулює використання блокчейн-технологій, все ще не розроблено в повному обсязі. Інфраструктура для

розвитку блокчейн-технологій все ще не розвинена. Рівень підготовки кадрів у сфері блокчейн-технологій все ще не достатній.

Не дивлячись на те, що Міністерство цифрової трансформації України створило безкоштовний курс з криптограмотності та блокчейну [6], рівень обізнаності населення про блокчейн-технології все ще низький.

Також на впровадження технології блокчейн має великий вплив війна. Після широкомасштабного вторгнення країни-агресора — Росії, багато компаній та організацій, які працювали над блокчейн-проектами, змушені були зупинити або уповільнити свою діяльність.

Багато людей, які працювали в блокчейн-сфері, були змушені покинути свої домівки та робочі місця через війну. Це призвело до втрати цінних кадрів та ресурсів для блокчейн-проектів. Та і невизначеність щодо майбутнього України робить інвестування в блокчейн-проекти більш ризикованим, що може стримувати розвиток цієї галузі.

Водночас, війна продемонструвала важливість децентралізованих систем, таких як блокчейн. Це може призвести до зростання інтересу до використання блокчейн-технологій для різних цілей, таких як захист даних, забезпечення прозорості та стійкості до цензури.

Блокчейн-технологія використовується для збору коштів на гуманітарні потреби та для відстеження розподілу допомоги. Це робить гуманітарну допомогу більш ефективною та прозорою.

Література

1. <https://ain.ua/2022/12/29/bornjakov-pro-blockchain/>
2. <https://blockchainua.com/en/>
3. <https://kyiv.blockchainforum.com/>
4. <https://blockchainua.com/en/>
5. <https://diia.gov.ua/>
6. <https://thedigital.gov.ua/news/v-ukraini-startuvav-bezoplatniy-kurs-iz-kriptogramotnosti-ta-blokcheynu>

УДК 330.3

Шацька З.Я., к.е.н., доц.
Живко О.В., аспірант,
Київський національний університет технологій та
дизайну, м.Київ, Україна
Зайцев М.Є., аспірант
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м.Черкаси, Україна

ІМПЕРАТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СМАРТ-ЕКОНОМІЦІ

Умови сучасної економіки визначаються швидкими змінами в технологіях, споживацьких уподобаннях, глобалізацією та зростаючим попитом на інновації. У такому контексті концепція смарт-економіки виявляється особливо актуальною, оскільки вона покликана вирішувати складні виклики та використовувати нові можливості. Смарт-економіка базується на інтенсивному використанні інформаційних технологій та даних для покращення ефективності виробництва, споживчого досвіду та управління ресурсами. Розумна економіка активно використовує цифрові технології, такі як штучний інтелект, аналітика даних, блокчейн. Вона вимагає гнучкості та здатності до швидкої адаптації до змін, що характеризує сучасну економіку [1-2].

Ключовим елементом смарт-економіки є постійний пошук інноваційних рішень та стратегій, які дозволяють підприємствам залишатися конкурентоспроможними на ринку. Смарт-економіка вимагає постійного пошуку інноваційних рішень та стратегій, оскільки швидкі технологічні зміни та зростаюча конкуренція вимагають від підприємств постійного удосконалення та адаптації. Інновації можуть стосуватися різних аспектів бізнесу, таких як продукти, процеси, маркетинг, управління та інше. Важливою частиною смарт-економіки є стимулювання творчості та інноваційного мислення серед підприємців, сприяючи виникненню нових ідей та підходів до вирішення проблем. Стратегії інноваційного розвитку можуть включати в себе інвестування в дослідження та розробку нових технологій, продуктів або послуг для виходу на нові ринки або задоволення зростаючих потреб клієнтів.

Важливими є створення стартапів або співпраця з інкубаторами для швидкого випробування та впровадження інноваційних ідей у реальному бізнес-середовищі.

Вагомим чинником розвитку інновацій та підприємництва є партнерство та колаборація – співпраця з іншими компаніями, університетами або дослідницькими організаціями для обміну знаннями та ресурсами та спільного розв'язання складних проблем [3-4]. Особливої ролі набуває цифрова трансформація, а саме використання цифрових технологій для оптимізації процесів, поліпшення клієнтського досвіду та створення нових можливостей для бізнесу. Цифрова трансформація є ключовим аспектом інноваційної економіки, оскільки вона впливає на всі сфери бізнесу та суспільства, змінюючи способи виробництва, споживання, комунікації та управління. Цифрова трансформація сприяє створенню інноваційного середовища, де працівники стимулюються до пошуку нових ідей та експериментів. Цифрові технології дозволяють підприємствам швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах та вимогах клієнтів, забезпечуючи гнучкість у виробництві та управлінні. Вони роблять можливим глобальний доступ до ринків, знань, фінансових ресурсів та талантів, що сприяє розвитку міжнародних зв'язків та співпраці [5]. Постійний пошук інноваційних рішень та стратегій допомагає підприємствам не лише залишатися конкурентоспроможними, але й створювати нові можливості для зростання та розвитку у сучасній економіці [6; 7]. Цифрова трансформація в інноваційній економіці дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними, реагувати на зміни у ринкових умовах та надавати інноваційні рішення для задоволення потреб сучасного суспільства.

Смарт-економіка ставить клієнтський досвід на передній план, забезпечуючи персоналізовані та інтерактивні послуги та продукти. Така економіка прагне до сталого розвитку, зменшуючи вплив на навколишнє середовище та пропонуючи екологічно чисті технології та рішення. Умови сучасної економіки вимагають активної співпраці та партнерства між підприємствами, країнами та регіонами для спільного вирішення викликів та використання можливостей.

Важливою умовою є адаптація інноваційних підприємств до смарт-економіки. Адаптація підприємництва до смарт-економіки включає в себе прийняття стратегій, технологій та підходів, які відповідають вимогам сучасного цифрового та інноваційного середовища. Підприємства повинні мати гнучкі структури, які дозволяють швидко реагувати на зміни у ринкових умовах та технологічному середовищі. Це може включати швидку зміну стратегій, перерозподіл ресурсів та швидке впровадження нових ідей. Адаптація до смарт-економіки вимагає від підприємств гнучкості, інноваційного мислення та швидкого реагування на зміни. Тільки такі підприємства зможуть залишатися конкурентоспроможними та успішними у сучасному цифровому світі.

Література

1. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.

2. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьєва, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки*, 65-72.

3. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121.

4. Антипенко, Н. В., Веденіна, Ю. Ю., Гнатенко, І. А., & Пархоменко, О. П. (2021). Фінансовий менеджмент ресурсозбереження інноваційно орієнтованих підприємств у контексті антикризової стратегії розвитку. *Агросвіт*, (23), 10-16.

5. Prylipko, S., Vasylieva, N., Kovalova, O., Kulayets, M., Bilous, Y., & Hnatenko, I. (2021). Modeling of Regional Management of Innovation Activity: Personnel Policy, Financial and Credit and Foreign Economic Activity. *International journal of computer science and network security: IJCSNS*, 21(11), 43-48.

6. Зось-Кіор, М. В., & Радочин, Ю. Г. (2015). Управління інформаційними логістичними потоками на підприємстві. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*, (13), 247-250.

7. Чернявська О.В., Гнипа-Черневецька Л.В. Стартап як об'єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. - №5 (83).

УДК 332.146:330.341.1

Бакай В.Й., к.е.н., доцент,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Підвищення рівня життя людини є головною задачею для регіональних органів виконавчої влади, і для її реалізації на практиці мають бути створені належні умови, залучені інструменти та використані можливості. Розв'язання такого роду задачі залежить від ефективності функціонування органів регіональної влади та обізнаність її представників стосовно наявних конкурентних переваг регіону та можливостей їх розширення і розвитку, вміння їх вчасно визначати, позиціонувати, розвивати та використовувати на практиці з метою соціально-економічного й інноваційного розвитку регіону. Реалізація такого сценарію можлива винятково на підґрунті тісного взаємовигідного зв'язку між усіма сферами господарювання регіону та учасниками регіональної економіки, що можливо забезпечити через впровадження нового для світової економіки інструменту регіонального управління – смарт (smart) або розумної чи інтелектуальної спеціалізації.

Розумна спеціалізація регіону є ключовим інструментом для стимулювання інноваційного розвитку. Вона дозволяє регіонам визначити свої конкурентні переваги і спрямувати увагу на розвиток певних секторів, де у них є потенціал стати лідерами. Це сприяє залученню інвестицій, розвитку нових технологій, створенню робочих місць і загалом підвищенню економічного потенціалу регіону. У сучасному глобальному світі, де конкуренція дуже висока, така спеціалізація є важливим інструментом для забезпечення стійкого економічного росту і підвищення конкурентоспроможності регіону.

Smart-спеціалізація регіону як інструмент інноваційного розвитку – це концепція, яка фокусується на виявленні та розвитку унікальних сильних і конкурентних переваг відповідного регіону [1]. Цей підхід передбачає

зосередження ресурсів і зусиль у сферах, де регіон має потужний потенціал для зростання та інновацій, а не намагання бути хорошим у всьому. Використання такого підходу у регіональному розвитку повинно [2]:

- 1) розвинути збалансованість регіонального розвитку;
- 2) сформувати основу для створення нових робочих місць;
- 3) вивести адміністративні послуги на новий рівень;
- 4) забезпечити екологічну стабілізацію.

Такий підхід передбачає концентрацію зусиль на вдосконаленні вибраних сфер або галузей, в яких регіон має конкурентні переваги чи потенціал для інноваційного розвитку. Дозволяє ефективно використовувати ресурси та залучати інвестиції для створення сприятливої екосистеми для інновацій. Однією з ключових переваг smart-спеціалізації є можливість створення унікального диференційованого пропозиції для ринку, що сприяє створенню нових ринків та збільшенню конкурентоспроможності регіону. Крім того, дозволяє ефективніше використовувати інноваційні технології та залучати талановиті кадри для розвитку обраної спеціалізації. Проте на шляху до успішної smart-спеціалізації можуть виникати різні проблеми, такі як нестача фінансування, недостатня кваліфікація кадрів, низька науково-технічна база тощо. Для успішного розвитку такої стратегії необхідно створити сприятливі умови для співпраці між галузями, науковими установами та бізнесом, а також постійно вдосконалювати інноваційну інфраструктуру.

Особливо питання розвитку smart-спеціалізації стало більш актуальним в умовах коронавірусної інфекції COVID-19, коли кожен регіон країни зіткнувся з проблемою протистояння такого роду пандемії, а згодом з повномасштабною війною з російською федерацією на значній частині території країни. Особливо російську воєнну агресію на особі відчули такі регіони України, як Київський, Чернігівський, Сумський, Харківський, Херсонський, Запорізький, Луганський та Донецький, які потребуватимуть інвентаризації збереженого бізнесу та побудови нових, інноваційних напрямів регіонального розвитку.

Після закінчення війни, відбудова країни з використанням підходу smart-

спеціалізації, повинно здійснюватися на основі таких заходів:

- формування регіональної економічної політики з врахуванням її стійкості в непередбачених умовах та посиленням безпеки регіонів;
- використання сучасних інструментів регіональної економічної політики за новими стандартами, традиціями довоєнного періоду;
- координації формування програм соціально-економічного розвитку регіонів за підтримки міжнародних інститутів, фондів та організацій, які будуть долучені до їх відбудови на основі інвестицій.

Отже, використовуючи досвід, ресурси та можливості, які вже є в регіоні, smart-спеціалізація спрямована на сприяння інноваціям, створення нових економічних можливостей і стимулювання сталого зростання. Це може включати інвестиції в дослідження та розробки, сприяння підприємництву, побудову партнерства між підприємствами та науково-дослідними установами та підтримку розвитку навичок і талантів у ключових секторах.

Загалом smart-спеціалізація може допомогти регіонам визначити свої порівняльні переваги та розробити цілеспрямовану стратегію соціально-економічного розвитку, яка адаптована до їхніх сильних сторін і можливостей. Завдяки цьому регіони можуть підвищити свою конкурентоспроможність, залучити інвестиції та стимулювати інновації, що зрештою призведе до довгострокового зростання та процвітання, а Україна отримає шанс для відновлення економіки на новому вищому інноваційному рівні.

Література

1. Vakhovych I., Satyvaldieva B., Dooranov A., Slyenko M., Marchenko O., Salivonchuk I. Smart specialization of the region as a tool for modernizing innovative development. *Estudios de Economia Aplicada. Special issue «Innovation in the economy and society of the digital age»*. 2021. Vol. 39. No. 5, article number 4800. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4800/4738> (Scopus).

2. Березіна О. Ю. Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід // *Економіка і організація управління*. – 2018. – № 4 (32). – DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2018.4.4>.

UDC 3333.138

Nina Petrukha

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor

Serhii Petrukha

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor

Kyiv National University of Construction
and Architecture, Kyiv, Ukraine

VETERAN BUSINESS: PARADIGMATIC SHIFT IN AGRICULTURAL ECONOMY AND MANAGEMENT TECHNOLOGY

A key element of the Marshall Plan for Ukraine in the field of economic policy is the development of small and medium-sized enterprises, including the establishment of a veteran business institute as a response to the philosophy of the Ukrainian Peace Formula and the Government's Priority Action Plan for 2024. Ukrainian society is increasingly aware that small business in the countryside is one of the key conditions for post-war recovery, balancing socio-economic development between the countryside and the city, and forming new paradigmatic shifts in the rural economy management system.

Ukraine in the Plan for the Ukraine Facility [5] announced a course for the formation of a socially oriented rural society, which requires titanic shifts in the field of overcoming the monopoly of latifundia [2; 4], the development of competition and prioritization in the system of budgetary support of management technologies for the creation and support of the ontogenesis of veteran business, its integration with chains of formation of local added value. One of the short-term priorities of socio-economic policy in the countryside is comprehensive economic growth, which cannot be achieved without the integration of Ukrainian war veterans who received the status of russian-Ukrainian war veterans, whose number at the end of the armed conflict will potentially vary from 1.2 million to 5 million people [1] with the expansion of the institute of small and medium-sized businesses, imbued with the spirit of patriotism and the best European practices.

In the pre-war period, the development of small and medium-sized businesses

in the countryside was regulated by the Strategy for the development of small and medium-sized businesses in Ukraine for the period until 2020, approved by the Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated May 24, 2017 No. 504-p. and Concept of development of rural areas, approved by the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 23.09.2015 No. 995-p, which were aimed at creating a favorable regulatory environment, expanding access to financing, simplifying tax administration, promoting exports, competitiveness, skill development, and supporting innovation. However, as a result of their implementation, the problems of small and medium-sized businesses have not changed, but on the contrary, they have worsened due to the regulation of business, the lack of access to cheap credit resources, and the low purchasing power of the population, its focus on imported food products or niche food products with a low degree of added value.

At the same time, with the beginning of the full-scale aggression of rf against Ukraine and the operations of the Defense Forces of Ukraine to liberate the occupied rural areas, the environment in which small and medium-sized businesses operate has changed significantly, forming new contours of socio-economic reality, one of the significant manifestations of which is the veteran as a potential bearer of the corresponding military-colored business culture.

Before the full-scale invasion of rf on the territory of Ukraine during the war phase in the east, the Ministry of Veterans Affairs of Ukraine started work on the preparation of the Strategy for the Development of Business Initiatives of War Veterans for the period until 2030 [3]. A successful veteran entrepreneur who actively develops his own business, his community, and the state – this is how the creators defined the goal that should be achieved as a result of the implementation of this strategy. Since its initiation, the relevance of veteran business strategizing under the influence of the duality of the mass of the war-ravaged rural economy and the number of veterans of the russian-Ukrainian war has shifted from a sectoral regulatory act to a comprehensive management system that should harmoniously ensure the use of the entrepreneurial potential of veterans for the post-war recovery of Ukraine.

During the large-scale aggression of rf, support for veteran business is also considered through the prism of the Strategy for the Formation of the System of Transition from Military Service to Civil Life for the Period Until 2032, which was approved by the Government in 2023. One of the directions of which is the formation of an institutional system for the involvement of veterans of russian-Ukrainian war in farming. For this, it is appropriate to use the US experience in creating and ensuring the functioning of specialized regulatory institutions and non-commercial network organizations such as the U.S. Small Business Administration, Institute for Veterans and Military Families, Bunker Labs, Warrior Rising and Dauntless Veteran Foundation, whose activities are aimed at solving the problems of veteran business in general and as an object of the rural economy in particular.

The need to transform the veteran business management system is also conditioned by the need to ensure the implementation of the “negotiation framework” regarding Ukraine’s membership in the EU under Chapter 20 “Entrepreneurship and Production”, namely:

the negotiation process will accelerate legal and political reforms with the aim of harmonizing Ukrainian legislation with the EU regulatory framework, which will mean the need for rapid adaptation to the new regulatory environment, in particular in the part of the architecture of the pro-European model of rural development and the management system for the development of veteran businesses in rural areas;

veteran business in a village will be able to count on expanding access to financial resources and EU support programs, but for this, it is necessary to form effective communication channels for the distribution of this kind of information among veterans of the russian-Ukrainian war;

due to the expansion of access to the domestic food market, competition from entrepreneurs from the EU will increase, due to which the Ukrainian veterans will need to implement innovations, including in terms of “greening” of technological processes, the introduction of environmentally friendly technologies in niche production, in order to remain competitive both in the domestic food market, as well as the markets of EU member states.

In this context, the experience of Croatia [6] is interesting as a country that, on the one hand, was recently in a military conflict, and on the other hand, became a full member of the EU in terms of starting and running a veteran business, creating agricultural cooperatives of war veterans.

For the adaptation of veteran businesses, including those created in rural areas, the European Commission proposed a new mechanism of financial assistance for the Ukraine Facility to provide consistent support to Ukraine from 2024 to 2027. The structure of this mechanism is aimed at meeting both the urgent needs for adaptation to the military economy and the medium-term post-war recovery and modernization of the Ukrainian economy. It consists of three main components: financial assistance in the form of grants and loans; a special investment program aimed at attracting public and private investments; technical support and other consulting and information measures. This strategy will allow to ensure paradigmatic shifts in the rural economy and its management technologies with an emphasis on the gradual reintegration of Ukrainian soldiers who received the status of a veteran of the Russian-Ukrainian war.

References

1. Ветеранам / Міністерство у справах ветеранів України. URL: <https://mva.gov.ua/veteranam>.
2. Петруха Н. М., Петруха С. В. Державне регулювання інтегрованих корпоративних об'єднань в умовах структурно-інституціональної та функціональної трансформації сільської економіки: проблеми методології, теорії, соціально-економічної та секторальної політики : монографія. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Професіонал», 2020. 496 с. + 1 електрон. опт. диск.
3. Про схвалення Стратегії розвитку підприємницьких ініціатив ветеранів війни на період до 2030 року (проект). URL: <http://surl.li/tivkq>.
4. Petrukha N. M., Petrukha S. V., Hudenko B. O., Hudenko O. D. The Policy of Heroes – A New Philosophy of Veteran Business. Business Inform. 2024. № 1. 392–404. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-392-404>.
5. Ukraine Facility / Програма фінансової підтримки України від Європейського Союзу. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua>.
6. War veteran entrepreneurship: veterans' cooperatives in Croatia // Proceedings of the 6th International Conference “An Enterprise Odyssey: Corporate governance and public policy – path to sustainable future”. 2012. URL: https://bib.irb.hr/datoteka/612450.Peorda_Gregov_Vrhovski_2012-_Weterans_entrepreneurship.pdf.

УДК 332.146.2

Медвідь Г.С.,
асистент кафедри регіоналістики і туризму,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Повномасштабне вторгнення РФ на територію України в 2022 році суттєво вплинуло на розвиток регіонів. Окупація частини територій, руйнування інфраструктури та війна загалом створили значні виклики для забезпечення сталого збалансованого та пропорційного розвитку регіонів. Проте водночас відкрилися нові можливості для інноваційного розвитку регіонів, зокрема, у сферах відновлення інфраструктури, реорганізації економіки, та залучення іноземних інвестицій.

Державна регіональна політика в Україні перебуває на етапі активного становлення. Саме тому є необхідність адаптації до нових умов, що виникли внаслідок війни, та впровадження інноваційних підходів стає надзвичайно важливою у цьому контексті. Інтеграція України до ЄС вимагає зосередження всіх внутрішніх трансформацій на відповідності європейським стандартам, це означає, що регіональна політика стає ключовим пріоритетом державної стратегії, охоплюючи всі аспекти життєдіяльності суспільства.

Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки визначає комплексний підхід до розвитку регіонів, з урахуванням їхніх специфічних особливостей та потреб, та покликана забезпечити стале та врівноважене зростання кожного регіону України [1].

Головною метою державної регіональної політики є забезпечення сталого соціально-економічного зростання регіонів, уникнення їх диспропорційного розвитку та підвищення якості життя населення. Заходи для реалізації державної регіональної політики повинні бути спрямовані на підтримку потенційних центрів економічного зростання, які можуть позитивно впливати

на розвиток регіону. Основними напрямками модернізації регіональної політики є – розширення доступу до інвестиційних ресурсів, збільшення можливостей для впровадження інновацій, розвиток міжрегіонального співробітництва, раціональне й ефективне використання природних і рекреаційних ресурсів, вирішення проблем регіональної екологічної політики [3].

Інновації у розвитку регіонів виступають ключовим каталізатором економічного та соціального прогресу на локальному рівні. Одним із ключових аспектів для забезпечення сталого розвитку регіонів є використання наступних інноваційних інструментів:

1. *Смарт-спеціалізація* визначає пріоритетні напрямки розвитку регіону на основі його конкурентних переваг та інноваційного потенціалу. Перевагами смарт-спеціалізації є сфокусоване використання ресурсів, підвищення конкурентоспроможності регіону та створення нових робочих місць. В ЄС концепція смарт-спеціалізації застосовується як інноваційна система розумних рішень, спрямованих на активізацію структурних змін в економіці регіонів, формування та розвитку регіональної спроможності ефективного функціонування на найважливіших світових ринках [2].

2. *Цифрові технології* спрямовані на використання цифрових технологій для покращення управління регіоном, розвитку економіки та підвищення якості життя. Перевагами цифрових технологій є підвищення прозорості та підзвітності влади, удосконалення доступу до інформації та послуг та розвиток нових галузей економіки.

3. *«Зелені» інновації* розробляються для впровадження нових технологій та методів, які мінімізують вплив на довкілля та сприяють сталому розвитку. Перевагами «зелених» інновацій є зменшення забруднення довкілля, збереження природних ресурсів, створення нових робочих місць.

4. *Кругова економіка* передбачає застосування методів переробки, використання вторинних ресурсів, та зменшення відходів для створення більш ефективної економіки. Переваги принципів кругової економіки полягають в

ефективному використанні ресурсів, зменшенні відходів та сприянню екологічній стійкості економіки.

5. *Відновлювана енергетика* полягає у використанні відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна, вітрова, та гідроенергетика, що сприяє зменшенню викидів парникових газів та залежності від нестабільних ресурсів. Перевагами є зменшення забруднення довкілля та ризику від залежності від нестабільних енергетичних ресурсів, сприяючи при цьому збільшенню енергетичної стійкості.

6. *Екологічний дизайн інфраструктури* Розробка інноваційних рішень у будівництві та плануванні міст для максимального збереження природних ресурсів та зменшення впливу на довкілля. Перевагами екологічного дизайну інфраструктури є створення більш ефективних та стійких до змін середовища міст, що забезпечать підвищення рівня життя мешканців та зниження негативного впливу на довкілля.

Отже, використання інноваційних інструментів у регіональній політиці є ключовим фактором у досягненні сталого розвитку. Для успішного впровадження інноваційних інструментів необхідно створити сприятливе політичне та економічне середовище, забезпечити доступ до фінансування, та залучати участь громадськості. Інноваційні інструменти регіональної політики мають значний потенціал для стимулювання економічного зростання та забезпечення сталого розвитку регіонів.

Література

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 09.04.2024)
2. Єрмакова О.А. Сучасні виклики для інноваційного розвитку регіонів України. – Приазовський економічний вісник. – Випуск 1 (18). – 2020. – С. 186 – 190. 36.pdf (kpu.zp.ua)
3. Кравець, А. Ю., & Астахов, І. В. (2024). Регіональна політика України: проблеми та перспективи. Політичне життя, 44-51.

УДК 338.640

Моргулець О.Б., д.е.н., професор,
Медведь І.О., здобувач вищої освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВІЙНИ

Стрімке зростання напруженості та конфліктів у світі та Україні, зокрема, викликає серйозні зміни в економічному геопросторі, а готельно-ресторанний сектор, як важлива галузь індустрії гостинності страждає чи не найбільше. Зростаюча нестабільність, руйнування інфраструктури, зміна туристичних потоків і загальна небезпека створюють виклики, які потребують глибокого аналізу та розуміння. Тому вплив війни на готельно-ресторанний бізнес в Україні є предметом інтересу та досліджень багатьох науковців. Дане дослідження має на меті розкрити виклики та можливості, з якими стикаються підприємства готельно-ресторанного бізнесу та запропонувати потенційні шляхи для зміцнення їх економічної стійкості та сталого розвитку.

В ході дослідження встановлено, що для багатьох закладів гостинності воєнний стан став катастрофічною ситуацією, що призвела до їхнього примусового закриття. Водночас, виявлено, що будь-яка криза відкриває нові можливості для інших, більш гнучких і стійких до стресів підприємств.

Сьогодні відсутність збитків є ключовим показником ефективності готельно-ресторанного бізнесу. Проте відмічаються і позитивні тенденції розвитку українського готельно-ресторанного бізнесу, переважно на заході та у центрі України, де прибуття великої кількості внутрішньопереміщених осіб сприяло відновленню ринку [1].

Основними проблемами закладів гостинності, які спричинила війна стали: фізичне знищення закладів в окупованих районах, порушення логістичних ланцюгів та падіння купівельної спроможності населення, зниження туристичного потоку в країну, руйнування інфраструктури, загроза

безпеці туристів – все це створює серйозні виклики для бізнесу в галузі.

Умови війни змушують готелі та ресторани переглянути свої стратегії розвитку, щоб пристосуватися до нових реалій. Це може включати зміни в ціновій політиці, розширення або скорочення послуг, а також залучення нових ринків та сегментів клієнтів. Найкращою стратегією виживання є гнучкість бізнесу, а також використання позитивного досвіду відновлення економіки після війни у країнах, які пережили подібну кризу. У світі існує безліч прикладів того, як після серйозних конфліктів країни відновлювалися і ставали ще міцнішими, ніж до того. Це також стосується галузі гостинності. З цього погляду важливо для України взяти на озброєння досвід таких країн, як Хорватія, Кіпр, Грузія тощо, які успішно відновили свою галузь гостинності після кризи [2].

Першочерговими кроками виходу з кризи можуть стати: перехід на вітчизняну сировину, гнучке оновлення ресторанного меню, створення власних ланцюгів поставок, релокація бізнесу – перенесення або відкриття нових закладів у безпечних регіонах країни, перехід на гнучкі форми оплати праці. Також можна використати практику багатьох підприємств, які частково переорієнтувалися на обслуговування військових та надають послуги для гуманітарних місій та волонтерських груп [2]. Використання цих кроків може сприяти початком відновлення та нового розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни.

Разом з тим, перш за все, важливо розробити гнучкий план дій, а краще мати декілька планів: оптимістичний, песимістичний, реалістичний та на випадок виникнення найгіршої ситуації. Диверсифікація послуг може забезпечити додаткові джерела прибутку, наприклад, шляхом розширення цільової аудиторії або впровадження нових послуг для місцевих жителів та гуманітарних працівників. Важливо також зберігати ефективний контроль над витратами, шляхом оптимізації процесів та ресурсів. Крім того, підтримка та співпраця з місцевими владами, громадськими організаціями та іншими підприємствами може стати важливим чинником успіху, дозволяючи об'єднати

зусилля для подолання спільних викликів. Нарешті, необхідно приділяти увагу психологічному та емоційному благополуччю персоналу, забезпечуючи їхню підтримку та навчання з управління стресом та кризовими ситуаціями [3; 4; 5].

Отже, протягом останніх двох років Україна стикнулася з надзвичайною загрозою – повномасштабним військовим вторгненням на свою територію, що призвело не лише до величезних людських втрат, але й значних збитків для економіки країни. Проте, незважаючи на економічні виклики, вітчизняний бізнес продовжує демонструвати свою стійкість. Готельно-ресторанна сфера не є винятком, і навіть при прямих фізичних та економічних загрозах її учасники виявляють надзвичайну об'єднаність та взаємну підтримку. Запропоновані рекомендації виходу з кризи готельно-ресторанного бізнесу спрямовані на сприяння сталому розвитку України, відновленню та зміцненню економіки в умовах геополітичної нестабільності.

Література

1. Робота закладів західної частини України в умовах війни: що змінилося? *Ресторатор*. URL: <https://www.restorator.ua/post/west-ukrainian-restaurants-during-war> (дата звернення: 11.04.2024).
2. Робота закладів західної частини України в умовах війни: що змінилося? URL: <https://www.restorator.ua/post/west-ukrainian-restaurants-during-war> (дата звернення 12.04.2024).
3. Моргулець, О. Б., Нищенко, О. В. (2023). Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (8), 88-96.
4. Моргулець О.Б., Шевченко О.О. (2024). Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*, (189). С. 349-354.
5. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. URL: <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primno-zujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867> (дата звернення 12.04.2024).

УДК 330

Охріменко І. В., д.е.н., проф.,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна
Мегеря А. І., здобувач,
Пузирьов С.О., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

В епоху стрімкого технологічного розвитку та зростаючого значення ефективного використання ресурсів, конкурентоспроможність підприємств стає ключовим чинником для їхнього успіху та стійкості, особливо в контексті переходу до смарт-економіки, де інновації, цифрові технології та сталість мають вирішальне значення для забезпечення розвитку та процвітання [1-5].

Конкурентоспроможність підприємств – це їхня здатність ефективно використовувати свої ресурси для створення цінності та задоволення потреб клієнтів у контексті конкурентного середовища, яка визначається не лише вартістю товарів або послуг, але й широким спектром похідних чинників, таких як якість, інновації, гнучкість, швидкість реакції на зміни ринку та здатність адаптуватися до нових умов. Цифрова трансформація перетворює не лише спосіб, яким ведеться бізнес, але й саме поняття конкурентоспроможності. Сучасні підприємства повинні бути готові до швидкої адаптації до змінного оточення, використовуючи передові технології для оптимізації процесів, зменшення витрат та поліпшення якості продукції чи послуг [1; 3; 5].

Смарт-економіка – це економіка, яка базується на інтелектуальних технологіях, високому рівні автоматизації та інтеграції цифрових рішень у всі сфери життя та бізнесу, де основними складовимивиступають Інтернет речей (IoT), штучний інтелект (AI), блокчейн-технології, великі дані (Big Data) та інші

[4; 5].

Конкурентоспроможність в умовах смарт-економіки стає важливішою, ніж коли-небудь, оскільки завдяки впровадженню цифрових інновацій підприємства можуть оптимізувати свої процеси, підвищувати якість продукції та послуг, зменшувати витрати та реагувати на зміни ринку набагато швидше. Конкурентоспроможність допомагає підприємствам привертати талановитих фахівців, інвесторів та партнерів, що є ключовим для їхнього подальшого розвитку та зростання. У контексті смарт-економіки конкурентоспроможність підприємств є драйвером сталого розвитку, що забезпечує ефективне використання ресурсів, сприяє зменшенню відходів та негативного впливу на довкілля [2; 4; 5].

Від так, у смарт-економіці важливою є не лише технологія, але й людський капітал. Підприємства, які інвестують у розвиток своїх працівників, створюють стимули для творчості та інноваційного мислення, мають перевагу в умовах постійної зміни. Запровадження систем навчання та розвитку персоналу допомагає забезпечити постійне оновлення знань та навичок, що є критичним у сучасному бізнес-середовищі. У смарт-економіці, де зміни відбуваються настільки швидко, що стають нормою, сталість конкурентоспроможності виявляється важливим чинником успіху. При цьому важливо не лише зберігати конкурентну перевагу, але й постійно підвищувати її, працюючи над удосконаленням процесів, продуктів та стратегій [1; 4; 6; 7].

Отже, конкурентоспроможність підприємств є важливим драйвером сталого розвитку смарт-економіки, де сучасні підприємства повинні активно використовувати передові технології, інвестувати в інновації та розвиток своїх працівників для забезпечення конкурентної переваги на ринку. Сталість у конкурентному середовищі досягається за рахунок постійного аналізу та адаптації до змін, збереження якості та ефективності бізнес-процесів. В цілому, розвиток смарт-економіки вимагає від підприємств не лише готовності до змін,

але й активної участі у формуванні нового економічного ландшафту.

Література

1. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.
2. 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>
3. 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.
4. Хаустова Є. Б. Розвиток технологій смарт-економіки у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки / Є. Б. Хаустова, А. А. Коломієць // 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. 113-115.
5. Шацька З. Я. Перспективи розвитку транснаціональних корпорацій в умовах смарт-економіки / З. Я. Шацька, М. В. Рuzієв // 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. 112-113.
6. Чернявська О.В., Юрко Т.С. (2012). Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможності малих підприємств. Методологія та практика менеджменту у ХХІ столітті: загальнодержавні галузеві та регіональні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., Полтава: ПУЕТ, 26-27 квіт. 2012 р., С. 237-238.
7. Чернявська О.В., Юрко Т.С. (2011). Аналіз конкурентного середовища аграрного сектору України. Фінансова безпека та економічне зростання: домогосподарство, підприємство, регіон, держава: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Полтава: РВВ ПУЕТ, 6-7 жов. 2011 р., С. 365-368.

УДК 330

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Когут А.Л., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

Станом на початок 2024 року збитки вітчизняної промисловості внаслідок війни вже сягнули понад 45 млрд доларів США [1]. З них збитки промисловості та енергетиці, видобувній галузі становлять 44,7 мільярда доларів та 27,2 мільярда доларів відповідно. Тільки за перші два місяці війни економіка України зазнала більше різноманітних втрат, ніж за два роки пандемії COVID-19 [2]. Однак, незважаючи на війну та постійні обстріли вітчизняні підприємці продовжують створювати та масштабувати бізнес. Загалом станом на вересень 2024 року в Україні офіційно працюють 2 052 326 ФОПів, зареєстровано 400 тисяч відкритих нових ФОПів у «Дії» [1].

З метою активізації інноваційного відновлення промисловості України внаслідок війни Національним інститутом стратегічних досліджень проведено аналіз пріоритетів та завдань з упровадження смарт-спеціалізації промисловості, визначених у регіональних стратегіях розвитку до 2027 року, що вимагає розробки нової державної політики за наступними напрямками:

1. Перегляд завдань та механізмів реалізації пріоритетних напрямів смарт-спеціалізації з урахуванням нових глобальних викликів.
2. Інтегрування цілей та принципів смарт-спеціалізації до інших інструментів державної економічної політики.
3. Створення ефективної системи оцінки та запобігання ризикам, пов'язаним з реалізацією підходу смарт-спеціалізації у регіонах України.
4. Забезпечення узгодженості дій регіонів України у розробленні та імплементації політики смарт-спеціалізації [3; 4].

До ключових напрямів активізації інноваційного відновлення промисловості України на засадах смарт-спеціалізації в умовах післявоєнного відновлення можна віднести:

1. Визначення пріоритетних напрямів смарт-спеціалізації промисловості шляхом:

- проведення аналізу для визначення пріоритетних галузей, в яких Україна має конкурентні переваги та потенціал для інноваційного розвитку;
- залучення до цього процесу широкого кола зацікавлених сторін, включаючи представників влади, наукових установ, бізнесу та громадськості.

2. Розвиток інноваційних промислових кластерів.

- створення інноваційних кластерів у пріоритетних галузях, що сприятиме концентрації ресурсів, співпраці та обміну знаннями між учасниками;
- забезпечення сприятливих умов для функціонування інноваційних кластерів, включаючи надання податкових пільг, фінансування та інфраструктурну підтримку;
- сприяння розвитку кластерних ініціатив та проєктів, спрямованих на комерціалізацію інновацій та створення нових продуктів та послуг.

3. Стимулювання інноваційної активності підприємств для післявоєнного відновлення шляхом:

- надання фінансової підтримки підприємствам, які впроваджують інновації, через гранти, субсидії, пільгові кредити та інші інструменти;
- створення сприятливого регуляторного середовища для інноваційної діяльності, яке мінімізує адміністративні бар'єри та стимулює інвестиції;
- розвиток програм з підтримки інноваційної діяльності підприємств.

4. Розвиток людського капіталу.

- підготовка кваліфікованих кадрів для пріоритетних галузей економіки, що відповідають потребам післявоєнного відновлення та інноваційного розвитку;
- забезпечення доступності безперервного навчання для оновлення знань та навичок фахівців;

– сприяння розвитку культури інновацій та підприємництва серед молоді.

5. Розширення міжнародного співробітництва в рамках:

– активної участі у міжнародних програмах та проєктах, спрямованих на стимулювання інновацій та обміну знаннями;

– сприяння співпраці з провідними світовими науковими центрами та закладами в пріоритетних галузях;

– залучення іноземних інвестицій в інноваційні проєкти в Україні.

6. Удосконалення системи управління інноваційною діяльністю:

– створення ефективної системи управління інноваційною діяльністю на національному, регіональному та локальному рівнях;

– забезпечення координації дій різних органів влади та зацікавлених сторін у сфері інноваційної політики;

– створення системи моніторингу та оцінки результативності активізації інноваційної діяльності.

Впровадження зазначених напрямів активізації інноваційного відновлення промисловості на засадах смарт-спеціалізації дозволить Україні відбудувати економіку, створити нові робочі місця та покращити добробут громадян.

Література

1. Бондар В. Збитки вітчизняної промисловості від війни вже сягнули понад 45 млрд доларів США. 2023. URL: <http://www.golos.com.ua/article/373713>

2. Шацька З. Я. Розвиток підприємницьких структур агропромислової сфери в умовах військового екоциду. *Ефективна економіка*. 2023. №7. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1872/1889>

3. Шевченко А. В. Інструменти активізації інноваційного розвитку промисловості на засадах смарт-спеціалізації. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2023. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-12/smart-spetsializatsiya.pdf>

4. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.

УДК 330.341

Борисова О.В., к.геогр.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Панібратченко Я. А., бакалавр
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СМАРТ -ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Слово «смарт» (переклад з англ. розумний) стало використовуватися не лише в академічній сфері, а й у практиці. Майже все стає смарт. Люди використовують смартфони, живуть у смарт-будинках зі смарт-телевізорами, смарт-холодильниками чи смарт-опаленням. Смарт концепція з'явилася в результаті розвитку інформаційних технологій і потреби в стабільності [2]. В основному вона базується на інформаційних технологіях, які об'єднують апаратне забезпечення, програмне забезпечення та мережеві технології, щоб забезпечити обізнаність про реальний світ у режимі реального часу та розширену аналітику, щоб допомогти людям приймати більш розумні рішення щодо альтернатив, а також дії, які оптимізують бізнес-процеси та бізнес. Ці технології стимулюють інновації та ведуть до підвищення конкурентоспроможності, одночасно забезпечуючи сталий розвиток туризму [4].

Технологічні рішення в туристичній індустрії з'явилися в 1960-х роках, коли були сформовані перші глобальні системи дистрибуції. Сьогодні існують розгалужені онлайн-мережі, які з'єднують постачальників туристичних послуг (готелі, авіакомпанії, круїзні лінії) з посередниками (переважно онлайн-туристичними агентствами) [1]. Отримання постачальниками туристичних послуг доступу до інформації про вільні місця, готельні номери та квитки дало значний поштовх для розвитку інших цифрових інструментів управління.

Наприклад, ринок таких цифрових послуг щорічно зростає і сягнув понад 6 мільярдів доларів у 2021 році. Навіть під час глобальної пандемії ринок ріс і розвивався швидкими темпами [6].

Використання інформаційних технологій робить послуги смарт-туризму більш доступними та гнучкими. Отже, туристичний продукт стає все більш індивідуалізованим та орієнтованим на споживача. Від початку повномасштабного вторгнення українські музеї, заповідники (природні та історичні), зоопарки почали використовувати технології віртуальної реальності, які дозволяють подорожувати з дому. Крім того, багато туроператорів почали пропонувати відвідування знакових місць за допомогою цифрових технологій: набули поширення віртуальні тури, де відвідувача супроводжує особистий гід, який детально розповідає про ті чи інші пам'ятки. Цей вид цифрових подорожей також популярний в європейських країнах, тому поширеність цього виду дозвілля підтверджує думку проте, що віртуальні подорожі можуть бути не менш цікавими, ніж звичайні (реальні) подорожі [3].

Незважаючи на військові виклики, смарт-туризм у менш постраждалих від бойових дій районах також використовує інші сучасні інноваційні технології. Зокрема, AR reality використовується для гнучкої та зручної навігації в незнайомому місті: на екрані смартфона мандрівник може побачити важливі туристичні об'єкти, такі як музеї, церкви, ресторани, муніципальні органи та інші об'єкти. Крім того, зв'язки AR-реальність можуть точно визначити місцезнаходження туриста та показувати дорожні знаки.

Смарт-туризм є невід'ємною частиною майбутнього туризму. Застосування смарт-технологій в українській туристичній індустрії дозволить покращити досвід туристів, залучити нові туристичні потоки та сприяти розвитку економіки країни. Тому запровадження смарт-туризму в Україні є важливим кроком для розвитку туризму в країні та підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному рівні [5].

Література

1. Леоненко Н.А. (2019). Інноваційні технології в державному регулюванні сфери туризму. Публічне упрвління і адміністрування в Україні, 13, 46–49. <https://doi.org/10.32843/2663-5240-2019-13-8>.
2. Aina Y. A. (2017). Achieving smart sustainable cities with GeoICT support: The Saudi evolving smart cities. *Cities*, 71(August 2016), 49–58. DOI:10.1016/j.cities.2017.07.007.
3. Havlovic, S. J. (2020). European works councils in the airline industry. In *Strategic innovative marketing and tourism* (p. 1– 6). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36126-6_1

УДК 338.23

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Перков С.О., здобувач
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

АКТИВІЗАЦІЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

Війна в Україні спричинила величезні збитки промисловості країни. Станом на кінець 2023 року сукупні, економічні, соціальні та інші втрати України становлять майже 499 мільярдів доларів. Найбільше постраждали сектори промисловості, торгівлі, сільське господарство, енергетика і транспорт [2]. Післявоєнне відновлення промисловості стає одним із ключових завдань для української економіки. Важливо, щоб це відновлення відбувалося на засадах смарт-спеціалізації, що дозволяє Україні:

1. Сприяти розвитку найбільш перспективних та конкурентоспроможних галузей промисловості шляхом визначення пріоритетних напрямів розвитку промисловості з урахуванням наявних ресурсів, компетенцій та попиту на світовому ринку та концентрації зусиль та ресурсів на розвиток цих галузей. Підвищити продуктивність та конкурентоспроможність промисловості в напрямі впровадження новітніх смарт-технологій та інновацій, підвищення рівня кваліфікації робочої сили, зменшення бюрократичних бар'єрів та покращення

інвестиційного клімату.

2. Створити нові робочі місця та стимулювати економічне зростання підприємств. Розвиток промисловості на засадах смарт-спеціалізації призведе до створення нових робочих місць та зростання доходів населення, збільшення надходження до бюджету, що дозволить фінансувати інші важливі сектори економіки, такі як освіта та охорона здоров'я.

Ключовими етапами переходу до смарт-спеціалізації в процесі післявоєнного відновлення промисловості є:

1. Аналіз. Проведення глибокого аналізу сильних та слабких сторін вітчизняної промисловості, а також виявлення перспективних напрямів її розвитку.

2. Відбір конкурентних переваг. На основі результатів аналізу визначення пріоритетних галузей національної економіки для розвитку.

3. Розробка стратегії розвитку пріоритетних галузей економіки на засадах смарт-спеціалізації. Розробка стратегії розвитку пріоритетних галузей економіки на засадах смарт-спеціалізації включає в себе конкретні цілі, завдання та заходи післявоєнного відновлення промисловості.

4. Впровадження стратегії розвитку пріоритетних галузей економіки на засадах смарт-спеціалізації. Забезпечення реалізації стратегії розвитку пріоритетних галузей за допомогою державної підтримки, інвестицій та інших стимулів.

5. Моніторинг та оцінка переходу до смарт-спеціалізації в процесі післявоєнного відновлення промисловості. Постійний моніторинг ходу реалізації стратегії та оцінка її ефективності.

Основними напрямками післявоєнного відновлення промисловості України є: відбудова фізичної інфраструктури та відновлення природного середовища; реконструкція житлового фонду; реабілітація постраждалих, відновлення соціальної інфраструктури та сфери соціальних послуг; відродження промислового сектору, створення нових робочих місць та підтримка малих і середніх підприємств; створення виробничих потужностей та формування державних замовлень для посилення обороноздатності країни; підвищення якості державного управління та посилення інститутів ринкової

економіки [1]. В Україні вже зроблено певні кроки, що спрямовані на активізацію післявоєнного відновлення промисловості на засадах смарт-спеціалізації. Урядом затверджено Національну стратегію розвитку промисловості до 2025 року, яка базується на принципах смарт-спеціалізації. Також створено Український фонд розвитку промисловості, який буде надавати кредити та гранти підприємствам для реалізації інвестиційних проєктів. Відновлення ВВП України до докризового рівня потребуватиме залучення міжнародного фінансування фондів з відбудови економіки України та активізації фіскального та монетарного інструментарію з метою відновлення інвестиційних процесів в Україні [3; 5].

Таким чином, одним з напрямів післявоєнного відновлення промисловості є перехід до смарт-спеціалізації, що потребує формування відповідної стратегії. Стратегія смарт-спеціалізації промисловості та регіонів має передбачати розробку та впровадження комплексу конкретних заходів у секторах економіки та регіонах країни [4], що сприятиме активізації їх післявоєнного відновлення.

Література

1. Богдан Т. Відбудова економіки: напрями, важелі, інститути. *Економічна правда*. 2022. 25 квітня. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/25/686208/>
2. Втрати від війни – майже 500 мільярдів доларів: Шмигаль назвав найбільш постраждалі сектори економіки. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3827525-vtrati-vid-vijni-majze-500-milardiv-smigal-nazvav-najbils-postrazdali-sektori-ekonomiki.html>
3. Пузирьова П. В., Шацька З. Я. Фінансова стабілізація, як механізм поствоєнного відновлення. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку* : 2023 : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. 25 квітня 2023. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24025/1/IMPER_2023_P042-045.pdf
4. Шацька З. Я., Когут А. Л. Інноваційне відновлення промислового комплексу України на засадах стратегії смарт-спеціалізації. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. №6. С. 12-17. URL: <http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/09/6-2023.pdf> DOI: 10.5281/zenodo.8245904
5. Чернявська О.В., Чернявський В.В. (2004). Роль ринку праці в системі забезпечення соціально-економічного розвитку регіону. Управління розвитком соціально-економічних систем: стан проблеми перспективи: матеріали міжвуз. наук.-практ. конф., Полтава: ПІБ МНТУ, С. 61-64.

УДК 330

Пузирьова П.В., д.е.н., доцент,
Власюк Т. М., к.е.н., доцент,
Заріцька Н. М., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-ПРОЄКТАМИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У сучасному світі, де технології швидко розвиваються, а проблеми сталого розвитку стають все більш актуальними, важливо звернути увагу на інноваційні підходи до управління смарт-проектами [1; 4]. Смарт-проекти спрямовані на використання передових технологій та методів з метою досягнення ефективності, економічного розвитку та покращення якості життя людей, при цьому мінімізуючи негативний вплив на навколишнє середовище [2; 6]. Одним з ключових аспектів управління смарт-проектами є інноваційність. Технологічні новації, стратегічне мислення та гнучкість – основні складові успішного впровадження смарт-проектів. Серед основних інноваційних підходів до управління смарт-проектами відносять:

1. Використання штучного інтелекту (ШІ) – штучний інтелект надає можливості для аналізу великих обсягів даних та прогнозування майбутніх тенденцій. Впровадження ШІ у смарт-проекти дозволяє автоматизувати багато процесів, знижуючи час і витрати на вирішення завдань [2-5].

2. Інтернет речей (ІоТ) – дозволяє збирати дані з різних датчиків та пристроїв, що дозволяє розумно керувати ресурсами та оптимізувати їх використання. Управління смарт-проектами з використанням ІоТ може покращити ефективність енергозбереження, транспортні системи та багато інших сфер [3-4].

3. Блокчейн-технології – забезпечує безпеку та надійність даних шляхом децентралізованої системи збереження інформації. Впровадження блокчейну в

смарт-проекти може покращити прозорість та надійність управління ресурсами, фінансами та іншими аспектами проекту [1-6].

4. Залучення громадськості та співпраця зі стейкхолдерами – важливим елементом смарт-проектів є врахування потреб та думок громадськості та інших зацікавлених сторін. Використання інноваційних методів комунікації та залучення громадськості в процес управління проектом дозволяє забезпечити більшу підтримку та успішне впровадження проекту [5; 6].

5. Управління ризиками та адаптація до змін – сталий розвиток вимагає гнучкості та готовності до змін, де інноваційні методи управління ризиками дозволяють ідентифікувати потенційні проблеми та швидко реагувати на них, забезпечуючи стабільність та успішне завершення проекту [3; 4; 7; 8].

6. Інтеграція зелених технологій – управління смарт-проектами в умовах сталого розвитку також передбачає інтеграцію зелених технологій, де використання відновлюваних джерел енергії, енергоефективних технологій та зменшення викидів CO₂ може стати не лише стратегічним кроком у напрямку екологічної відповідальності, але й забезпечити значні економічні вигоди [1-4].

Отже, впровадження передових технологій та стратегій управління смарт-проектами в умовах сталого розвитку дозволяє досягти ефективних результатів, сприяючи сталому розвитку суспільства та забезпеченню його потреб у майбутньому. Таким чином, нами встановлено, що інноваційні підходи до управління смарт-проектами в умовах сталого розвитку мають великий потенціал для поліпшення ефективності, економічної прибутковості та соціальної відповідальності. Інтеграція новітніх технологій, спрямованих на оптимізацію процесів управління, дозволяє створювати стабільні та успішні смарт-проекти, сприяючи здійсненню сталого розвитку суспільства.

Література

1. Ольшанська О. В. Технології смарт-освіти як інструмент сучасної бізнес-освіти / О. В. Ольшанська, З. Шарлович, З. Я. Шацька // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V

Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 211-213.

2. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.

3. Пузирьова П. В. Актуалізація інформаційних технологій як чинника розвитку та підтримки смарт-економічних процесів в інноваційній сфері / П. В. Пузирьова, С. Синиця // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 76-78.

4. Хаустова Є. Б. Розвиток технологій смарт-економіки у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки / Є. Б. Хаустова, А. А. Коломієць // 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. 113-115.

5. Financial strategy of management for marketing and communication design in smart economy conditions [Electronic resource] / O. Lozhachevska, A. Taranenko, I. Raikovska, O. Pleskach, O. Kupchyshyna, Z. Shatskaya, P. Puzyrova // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2023. – Vol. 45, No. 4. – P. 314-333.

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. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9.

8. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.

УДК 330

Ірназаров Д. Т., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Кириченко В.О., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

Андрієвський В. В., здобувач,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна

АРХІТЕКТОНІКА ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Штучний інтелект (ШІ) – це технологічна революція, яка перетворює уявлення про те, як підприємства функціонують і взаємодіють зі своїми клієнтами, партнерами та співробітниками. Штучний інтелект перетворює бізнес-ландшафт, надаючи підприємствам здатність до аналізу даних, автоматизації процесів та узагальнення великого обсягу інформації. Впровадження ШІ на підприємстві вимагає не лише технологічних знань, а й виваженого підходу до архітекtonіки системи. Такий підхід визначає структуру, компоненти та взаємозв'язки ШІ з існуючими процесами на підприємстві [1; 3].

Архітекtonіка, як ключова складова впровадження ШІ на підприємствах, визначає величезний успіх чи фіаско цього процесу. Архітекtonіка в цьому контексті відноситься до структурованого планування, дизайну та організації всієї системи ШІ на підприємстві, що включає в себе визначення мети впровадження ШІ, вибір відповідних технологій та інструментів, розробку алгоритмів та моделей, інтеграцію з існуючими системами та процесами підприємства, а також оцінку результатів і постійне вдосконалення [2; 5].

До ключових аспектів архітекtonіки впровадження ШІ на підприємствах відносять такі (табл.1).

Таблиця 1

Ключові аспекти архітекtonіки впровадження ІІІ на підприємствах [1-5]

| № | Чинник | Опис |
|----|------------------------------------|--|
| 1. | Стратегічне планування | Перед впровадженням ІІІ необхідно ретельно продумати стратегічний план, що включає аналіз бізнес-потреб, визначення цілей впровадження, оцінку технологічних можливостей та ресурсів. Адаптація стратегічного плану під конкретні потреби підприємства є ключовим етапом архітекtonіки впровадження ІІІ. |
| 2. | Інтеграція з існуючими системами | Інтеграція ІІІ з існуючими системами є важливим кроком у забезпеченні їхньої взаємодії та сумісності, що може включати інтеграцію з управлінням виробництвом, електронною комерцією, а також системами управління відносинами з клієнтами. |
| 3. | Доступ до даних та їхнє очищення | Доступ до якісних даних є вирішальним для ефективного функціонування систем ІІІ, де архітекtonіка системи повинна передбачати механізми збору, очищення та структурування даних з різних джерел. |
| 4. | Моделювання та навчання моделей | Адаптивна архітекtonіка системи ІІІ передбачає постійне моделювання та навчання моделей на основі накопичених даних, що дозволяє системі адаптуватися до змінних умов та покращувати свою ефективність з часом. |
| 5. | Забезпечення етичного використання | Архітекtonіка системи ІІІ повинна враховувати етичні аспекти використання даних та прийняття прийнятних рішень, що включає захист конфіденційності даних, уникнення дискримінації та забезпечення прозорості у прийнятті рішень. |

Серед основних переваг архітекtonіки впровадження ІІІ на підприємствах існують такі: ефективність (адекватно розроблена архітекtonіка забезпечує оптимальне використання ресурсів ІІІ, що призводить до збільшення продуктивності та ефективності підприємства); складність керування (правильна архітекtonіка спрощує процес впровадження та управління ІІІ на підприємстві, зменшуючи ризики і помилки); гнучкість (добре розроблена архітекtonіка дозволяє легко адаптувати систему ІІІ до змін у бізнес-середовищі та потребах клієнтів) [4; 6; 7].

Отже, архітекtonіка впровадження ІІІ на підприємствах визначає успіх цього процесу. Її правильне планування та реалізація дозволяють

підприємствам отримати максимальну вигоду від використання ШІ, забезпечуючи конкурентну перевагу, ефективність та інноваційність. Розуміння цієї важливості допомагає підприємствам успішно впроваджувати та використовувати штучний інтелект у своїй діяльності.

Література

1. 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.
2. Пузирьова П. В. Засади використання штучного інтелекту в інвестиційно-фінансовій сфері / П. В. Пузирьова, Д. Ірناзаров, О. Халіляева // Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 2. – Київ : НТУ, 2023. – С. 136-139.
3. 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. – VoScience Publisher, Chicago, USA, 2022. – P. 504-513.
4. Пузирьова П. В. Сутність діджиталізації та її значення для бізнес-процесів в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова, С. Синиця // Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 1. – Київ : НТУ, 2023. – С. 204-207.
5. Шацька З. Я. Особливості використання штучного інтелекту у системі управління міжнародними компаніями / З. Я. Шацька, Г. В. Ольшанський, Д. Ірназаров // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 70-71.
6. Бондар І.К., Сологуб О.П., Чернявська О.В., та інші (2008). Інтелектуалізація людського капіталу. Київ: Видавничий дім “Корпорація”, 226с.
7. Чернявська О.В., Бондар І.К., Сологуб О.П., та інші (2009). Соціальні аспекти інтелектуальної економіки. Київ: Видавничий дім “Корпорація”, 165 с.

УДК 338.25:332.146

Швець П.А., к.е.н., с.н.с.,
Інститут демографії та проблем
якості життя НАН України,
м. Київ, Україна

SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІЙНО- ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПИТАННЯ

Введення концепції smart-спеціалізації в українську практику має на меті підвищення рівня сталого розвитку та конкурентоспроможності країни шляхом збільшення частки високотехнологічних галузей у експорті. Це передбачає не лише активне впровадження науково-дослідних та інноваційних розробок у виробництво, а й перегляд загальних підходів до регіонального управління з метою ефективного впровадження цих ідей [1]. Після підписання Угоди про асоціацію з ЄС в Україні запроваджено перехід на європейську модель управління регіональним розвитком, що передбачає приведення законодавства країни у відповідність до стандартів ЄС до кінця 2025 року. Використання технології smart-спеціалізації в стратегічному плануванні регіонального розвитку в Україні дозволить визначити пріоритетні галузі для інвестування на рівні регіонів, що сприятиме ефективнішому використанню власних та залучених фінансових ресурсів за рахунок їх зосередження на інноваціях у перспективних сферах економіки.

Згідно з Наказом Мінрегіону «Про затвердження Методики розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів з їх реалізації» [2] та Постановою Кабінету Міністрів України «Деякі питання розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації та проведення моніторингу реалізації зазначених стратегій і планів заходів» [3] в Україні усіма регіонами розроблено регіональні стратегії розвитку. Однак, аналіз цих стратегій показує, що імплементація засад smart-спеціалізації у вітчизняну практику розпочалась без глибокого осмислення її суті та методів реалізації, без з'ясування доцільності її

застосування та можливостей “вбудовування” цієї концепції в існуючу регіональну інноваційну політику та в процес стратегування розвитку регіонів загалом, без розуміння потенційного впливу на регіони з різною економічною структурою, без визначення чітких критеріїв моніторингу ефектів смарт-спеціалізації в регіонах України [4, С. 12-13].

На даний час в Україні основними перешкодами для практичного втілення концепції смарт-спеціалізації є низька якість вітчизняних інституцій, що призводить до взаємної недовіри між усіма учасниками цього процесу. Також відсутній розвинений механізм управління регіональним розвитком в Україні й катастрофічна нестача прямих фінансових інструментів для фінансування проектів смарт-спеціалізації в регіонах. До того ж, бізнес не має достатньої інформації про доступність фінансових ресурсів, включаючи гранти та програми технічної допомоги в сфері інновацій. Така ситуація призводить до низької активності малих та середніх підприємств у здобутті такого виду фінансування.

Важливим є активна участь всіх зацікавлених сторін у процесі впровадження смарт-спеціалізації. Це включає урядові органи, бізнес-середовище, наукові установи, громадські організації та інші зацікавлені сторони. На жаль, на даний момент в країні спостерігається відсутність довіри між всіма учасниками процесу. Ця недовіра перешкоджає спільним діям і досягненню спільних результатів, оскільки кожна сторона не впевнена у партнерах й уникає спільних проектів. Необхідно також змінити підходи до управління регіонами (із підходів врядування «зверху-вниз» на інклюзивні), що стимулюватиме на активну участь у смарт-стратегуванні усіх учасників процесу. Нарешті, визначення пріоритетів смарт-спеціалізації у регіональних стратегіях розвитку стимулюватиме співпрацю між дослідниками та фінансово-економічними структурами, сприятиме створенню регіональних інноваційних систем й розвитку стартапів. А отже, смарт-стратегування сприятиме інституційним змінам, які в свою чергу впливатимуть на соціально-економічний розвиток регіонів та їх конкурентоспроможність.

Україна має можливість підняти свою економіку на новий рівень завдяки інноваціям. У рамках концепції smart-спеціалізації важливо поліпшити планування міст, розвивати соціальну та транспортну інфраструктуру. Це передбачає об'єднання компаній, банків, наукових установ та громадських організацій для зміни спеціалізації регіонів. Ключовим фактором є відповідність поточних робіт відновленню зруйнованих систем та довгостроковим цілям інноваційного розвитку за підтримки держави та міжнародним партнерам. Це відкриє можливості для впровадження міжсекторальних інновацій та технологій у різних сферах, включаючи агропромисловість, промисловість, транспорт і цифрові технології, що в свою чергу сприятиме сталому розвитку країни [5].

Література

1. Прасолова К.І., Данилишин Б.М. (2022) Основні детермінанти концепції smart-спеціалізації регіонів. *Економіка та суспільство*. Вип. 46. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-73>
2. Наказ Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 31.03.2016 № 79 «Про затвердження Методики розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16#Text>
3. Постанова КМУ від 04.08.2023 № 816 «Деякі питання розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації та проведення моніторингу реалізації зазначених стратегій і планів заходів». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/816-2023-%D0%BF#n11>
4. Територіальний розвиток і регіональна політика. Стимулювання розвитку регіонів на засадах smart-спеціалізації: бар'єри та механізми імплементації: наукова доповідь / наук. ред. д.е.н., проф. Сторонянська І.З. Львів, ІРД НАНУ, 2021. 155 с. <https://ird.gov.ua/irdp/p20210034.pdf>
5. Олешко А.А., Шацька З.Я., Ровнягін О.В. (2022) Smart-спеціалізація України в перспективі післявоєнного відновлення економіки. *Ефективна економіка*. № 5. [10.32702/2307-2105-2022.5.9](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.9)

УДК 338.262 332

Budiakova O., Associate Professor
of the Department of Smart Economics
Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

BIOECONOMY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT THE NATIONAL LEVEL

On 22 December 2023, at a meeting of the Board of the Ministry of Education and Science of Ukraine, the Roadmap for the Use of Science, Technology and Innovation to Achieve the Sustainable Development Goals (SDGs) was approved, developed according to the UN methodology, taking into account the recommendations for preparing roadmaps for the use of science, technology and innovation to achieve the Sustainable Development Goals provided by the Joint Research Centre of the European Commission (JRC/EC) [1].

The Roadmap states that the war has further exacerbated environmental problems. The lack of access to protected areas and facilities, the destruction of infrastructure, and the suspension of control measures have had a negative impact on the environment. The scale of environmental crimes committed by the Russian occupiers is growing. Some ecosystems and unique natural sites are no longer restorable. The full extent of the damage is still unknown, as monitoring systems have been disrupted or destroyed, and access to forests and other natural areas is currently restricted.

According to the Ministry of Environmental Protection and Natural Resources of Ukraine, published at COP27 (the 27th UN Climate Change Conference, held from 6 to 20 November 2022 in Sharm el-Sheikh, Egypt), more than 2,200 environmental crimes committed by the Russian Federation in Ukraine have been registered, and environmental damage has already amounted to more than €38 billion, with each day of war increasing this amount. And the direct damage to the climate as a result of Russian aggression is at least 33 million tonnes of CO₂ emissions [2].

According to the approximate estimates of the State Environmental Inspectorate of Ukraine, as of 20.07.2023, the damage caused by the hostilities and the environmental impact totalled UAH 2,071 billion, including air pollution – UAH 1,068 billion, soil pollution - UAH 13 billion, land pollution with waste – UAH 931 billion, and water pollution – UAH 60 billion (including water pollution – UAH 4.5 billion). The estimated amount of damage caused to the environment by Russia's undermining of the Kakhovka hydroelectric power station dam is UAH 146.4 billion [3].

The scale of the environmental problems caused by the war is growing every day, which will have catastrophic consequences both in Ukraine and abroad. Prior to the full-scale war in Ukraine, the main problems in the field of environmental protection and natural resources related to the C&T that negatively affect human health and ecosystem sustainability were the following:

- unsustainable use of key natural resources and their depletion;
- pollution of surface, ground and sea waters;
- lack of a proper technical base for conducting the necessary measurements and monitoring of environmental, including hydrometeorological, conditions and indicators;
- lack of a financial and economic mechanism for implementing climate change adaptation measures [4].

The main technological risks of failing to meet the targets of SDGs 6, 11, 12 and 14 are: insufficient funding for innovation; insignificant technological potential of the scientific sector; inconsistency of the topics of scientific environmental research with the needs of the economy; insufficient educational, scientific and technical support to address environmental challenges in terms of reducing impact, mitigation and adaptation to climate change; lack of qualified personnel and a growing trend of shortage of qualified personnel, which will affect innovation, as many Ukrainian experts and workers were displaced abroad, some of them

permanently; low capacity to assess the scale of the negative impact of military operations on the environment; the need to adapt the timing of achieving certain environmental goals due to the effects of the war; risks caused by the war: lack of access to funding for environmental modernisation and decarbonisation projects, inability to plan and implement medium- and long-term investment projects; low capacity of public administration in the environmental sector that deepened in wartime [5; 8].

The main overall concern since the beginning of the war is that economic and environmental progress is under attack, which is destroying hopes for a green and sustainable economy in Ukraine [6].

The bioeconomy is a new economic paradigm and one of the tools and mechanisms for addressing global sustainability challenges [7].

Thus, the tectonic geopolitical shifts caused by Russia's military aggression against Ukraine have become a catalyst for transformation, revision of policies and programmes to achieve the Sustainable Development Goals and build a new economic model rather than an obstacle. In order to overcome the economic crisis caused by the economic decline over the past decades and Russia's military invasion, Ukraine's post-war recovery requires transformational changes, including the formation and development of a new model of circular economy based on the bioeconomy.

This research has been conducted with the support of the European Union within Jean Monnet project [grant number ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH, 101127252 – «Promoting of European skills and approaches for sustainable bioeconomy in the conditions of Ukrainian acute challenges» (PESAB)].

“Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.”

Література

1. ДОРОЖНЯ КАРТА ВИКОРИСТАННЯ НАУКИ, ТЕХНОЛОГІЙ, ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. URL: [Dorozhnya.karta.vykoryst.nauky.tekhnolohiy.ta.innovatsiy-03.01.2024-1.1.pdf](https://dorozhnya.karta.vykoryst.nauky.tekhnolohiy.ta.innovatsiy-03.01.2024-1.1.pdf)
2. Аналітична доповідь до щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України». НІСД. URL: <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/poslannya-prezydenta-ukrayiny/analitichna-dopovid-doshchorichnoho-poslannya-0>
3. ЕкоЗагроза. Офіційний ресурс Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://ecozagroza.gov.ua/>
4. Стратегія екологічної безпеки та адаптації до зміни клімату на період до 2030 року. Схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20 жовтня 2021 р. № 1363-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1363-2021-%D1%80#Text>
5. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Екологічна безпека». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/environmental-safetyassembly.pdf>
6. Національна доповідь про якість питної води та стан питного водопостачання в Україні у 2021 році. Міністерство розвитку громад та територій України.
7. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні : навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с.
8. Чернявська О.В., Абдрахманова А.О., Андрос С.В. та інші (2012). Фінансова безпека соціально-економічного розвитку держави: сучасні проблеми та стратегічні орієнтири. Полтава: РВВ ПУЕТ, 456 с.

УДК 339.137

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Потехіна М.П., магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

Смарт-економіка – це сучасний етап розвитку економіки, що характеризується бурхливим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, Інтернету речей, штучного інтелекту, Big Data та інших інновацій, яка висуває перед підприємствами нові виклики та можливості. Зазначені технології поступово впроваджуються на підприємствах при виготовленні продукції та впливають на його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як його унікальна перевага відносно інших підприємств цієї ж галузі як в середині національної економіки, так за її межами [1]. В умовах смарт-економіки впровадження інформаційно-комунікаційних технологій стає додатковою конкурентною перевагою підприємства. Щоб залишитися конкурентоспроможним в умовах смарт-економіки вітчизняним підприємствам необхідно:

1. Впроваджувати цифрові технології. Такими технологіями є використання хмарних сервісів для зберігання та обробки даних; застосування штучного інтелекту для автоматизації бізнес-процесів; впровадження Big Data-аналітики для прийняття обґрунтованих управлінських рішень; створення онлайн-платформ та мобільних додатків для взаємодії з клієнтами.

2. Змінювати підходи до управління підприємством шляхом переходу до гнучкого та адаптивного управління, яке дозволяє швидко реагувати на зміни ринку; розвивати культуру інновацій та сприяти творчому мисленню працівників; підвищувати рівень орієнтації на потреби клієнтів.

3. Співпрацювати з іншими компаніями та партнерами на засадах ко-брендингу зі створення екосистем та альянсів для спільного розвитку нових

продуктів та послуг; використання краудсорсингу та відкритих інновацій для залучення нових ідей та рішень. Також чинниками, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств в умовах смарт-економіки є:

- формування кваліфікованих кадрів шляхом інвестиції в освіту та розвиток навичок співробітників; залучення та утримання креативних фахівців;
- створення потужного відомого бренду, що може бути здійснено за рахунок створення чіткої та пізнаваної візуальної ідентичності; розвитку емоційного зв'язку з клієнтами; забезпечення високої якості продукції та послуг.
- посилення стійкості підприємства до ринкових змін шляхом адаптації до нових технологій та управління ризиками.

Врахуванню зазначених напрямів управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах смарт-економіки сприятиме розробка програм підвищення конкурентоспроможності. Програма підвищення конкурентоспроможності підприємства – це організований комплекс робіт, спрямованих на вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності підприємства, реалізація якого обмежена в часі, а також пов'язана з витратою спеціальних фінансових, матеріально-трудових ресурсів [2]. Підприємства, які успішно адаптуються до умов смарт-економіки, можуть отримати значні конкурентні переваги та досягти стійкого конкурентного успіху за умови здійснення ефективного управління цим процесом.

Література

1. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
2. Шацька З.Я., Кошельник Ю.С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації. *Держава та регіони*. №4(103). 2018. 225 с. с. 145-151.
3. Чернявська О.В., Юрко Т.С. (2012). Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможності малих підприємств. *Методологія та практика менеджменту у ХХІ столітті: загальнодержавні галузеві та регіональні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф.*, Полтава: ПУЕТ, 26-27 квіт. 2012 р., С. 237-238.

УДК 330

Сімонов Д. С., аспірант,
Університет імені Альфреда Нобеля,
м. Дніпро, Україна

SMART ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

Шлях до успіху в сучасному бізнесі вимагає не лише амбіційних цілей, але й ретельно спланованих та ефективно виконаних стратегій. Ключовими інструментами у досягненні сталого розвитку підприємництва стають концепції SMART. Їх інтеграція в бізнес-процеси створює надійну основу для досягнення цілей з мінімальними витратами ресурсів та максимізацією результатів. У цьому контексті розглянемо, як впровадження принципів SMART та підходів до сталого розвитку сприяє розкриттю потенціалу підприємства та забезпечує його тривале успішне функціонування у динамічному бізнес-середовищі.

SMART - це аббревіатура, що означає "специфічні, вимірювані, досяжні, реалістичні та часові" цілі. В контексті спеціалізації та сталого розвитку підприємництва, використання принципів SMART може бути корисним для визначення конкретних цілей, які підприємство хоче досягти у цих областях.

SMART спеціалізація – це підхід, розроблений Європейською Комісією в рамках ініціативи «Інноваційний союз». Підхід дозволяє ідентифікувати ті галузі економіки, які мають інноваційний потенціал та побудувати взаємовигідне партнерство для їх розвитку дозволяючи регіону посилити власну конкурентоспроможність [1]. Спеціалізація може вказувати на фокусування підприємства на конкретній галузі або виді діяльності, де воно має конкурентні переваги або досвід. Це може включати розвиток спеціалізованих навичок, технологій або продуктів, спрямованих на певний сегмент ринку або розв'язання конкретних проблем.

Сталий розвиток — це баланс між задоволенням існуючих потреб бізнесу та захистом інтересів майбутніх поколінь. Це може означати забезпечення

ефективного використання ресурсів, зменшення викидів та впливу на навколишнє середовище, покращення умов праці та відносин зі співробітниками, а також створення стабільних і прибуткових бізнес-моделей.

Розглянемо приклади того, як це може відбуватися:

Таблиця 1

Використання підходу SMART

| | Споживання енергії | Управління відходами |
|----------------|--|--|
| Специфічність | Зменшення споживання електроенергії на 20% впродовж наступного року. | Зменшення обсягу відходів на 25% за наступні три роки. |
| Вимірюваність | Встановлення моніторингової системи, щоб виміряти щомісячне споживання енергії. | Введення системи моніторингу та обліку відходів. |
| Досяжність | Використання енергоефективних технологій та процесів для зменшення витрат. | Використання переробних технологій та програм вторинного використання матеріалів. |
| Реалістичність | Оцінка інвестицій у нові технології та очікувані економічні вигоди. | Оцінка вартості впровадження нових систем та їх потенційних економічних вигод. |
| Часові рамки | Здійснення перших кроків у впровадженні нових технологій протягом наступного кварталу. | Початок впровадження програм зменшення відходів найближчим часом і досягнення поставленої цілі протягом трьох років. |

Ці приклади демонструють, як застосування принципів SMART дозволяє встановлювати конкретні цілі, які можна виміряти та досягнути в області сталого розвитку. Вони допомагають підприємствам орієнтуватися на досяжні цілі, враховуючи реальні обмеження та можливості.

Література

1. Смарт спеціалізація: синергія розвитку країни на основі відмінностей регіонів. URL: <https://rozvytok.in.ua/4536-smart-spetsializatsiia-synerhiia-rozvytku-krainy-na-osnovi-vidminnostei-rehioniv>

УДК 330

Садовський Є. П., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Володченко О. П., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ІТ-СФЕРИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі, що стрімко розвивається, цифровізація стала ключовим чинником для забезпечення конкурентоспроможності різних галузей економіки. У цьому контексті, інформаційні технології стають не лише інструментом оптимізації, а й важливим каталізатором інноваційного розвитку. Особливе значення у цьому процесі мають інноваційні кластери в сфері ІТ. Процес формування і розвитку таких кластерів потребує ретельного аналізу мотиваційних механізмів, що спонукають компанії та фахівців до співпраці та інновацій [1; 4; 8].

Інноваційні кластери у ІТ-сфері створюють сприятливе середовище для обміну знань, досвіду та ресурсів між підприємствами, дослідницькими установами та університетами, що дозволяє збільшити швидкість розробки нових продуктів і послуг, а також знижує ризики для інвесторів [2; 5; 6].

Основні види мотивацій, які спонукають компанії до участі в інноваційних кластерах, можна умовно поділити на кілька аспектів (табл. 1).

Таким чином, інноваційні кластери ІТ-сфери є особливими екосистемами, де компанії, стартапи, університети, дослідницькі центри та владні органи співпрацюють для створення та впровадження передових технологій та інноваційних продуктів [3; 7; 8; 9].

Види мотивацій, що спонукають компанії до участі в інноваційних
кластерах [1-8]

| № | Мотивація | Сутність |
|----|--|---|
| 1. | Мотивація створення інноваційних продуктів | Одним з основних мотивів для компаній учасниць інноваційних кластерів є можливість спільно розробляти та впроваджувати нові технології та продукти. В такому спільному середовищі компанії мають доступ до новітніх досліджень і розробок, що сприяє створенню конкурентоспроможних рішень на ринку |
| 2. | Зменшення витрат та ризиків | Участь у кластері дозволяє компаніям розподіляти витрати на дослідження та розробку з іншими учасниками, що допомагає зменшити фінансові ризики, пов'язані з інноваційною діяльністю, а також забезпечує більший доступ до інвестицій та грантів для досліджень |
| 3. | Доступ до талановитих фахівців | Інноваційні кластери привертають талановитих фахівців, які бажають брати участь у передових проектах та співпрацювати зі світовими лідерами в галузі, що створює умови для обміну досвідом і знаннями, а також сприяє виникненню нових ідей та підходів |
| 4. | Сприяння екосистемі стартапів | Участь у інноваційних кластерах надає стартапам можливість отримати доступ до необхідних ресурсів, зокрема капіталу, експертизи та клієнтської бази, що сприяє швидкому розвитку та масштабуванню молодих компаній |

Отже, умови цифровізації створюють нові виклики та можливості для розвитку інноваційних кластерів в ІТ-сфері, де ефективне використання мотиваційних механізмів сприяє створенню сприятливого середовища для інноваційного розвитку. Розвиток інноваційних кластерів в ІТ-сфері в умовах цифровізації є стратегічним завданням, яке вимагає комплексного підходу та активної взаємодії всіх зацікавлених сторін.

Література

1. 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.

2. Пузирьова П. В. Інноваційні кластери як механізм забезпечення конкурентоспроможності країни в умовах післявоєнного розвитку / П. В. Пузирьова, Є. Садовський // Управління бізнес-процесами та технологічними

інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 1. – Київ : НТУ, 2023. – С. 198-200.

3. Пузирьова П. В. Кластерне підприємництво: формування кластерів підприємств як запорука їх ефективного розвитку / П. В. Пузирьова // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва : матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 6 грудня 2019 року. – Харків : ХНАДУ, 2019. – С. 28-30.

4. Пузирьова П. В. Особливості концепції формування кластерного підходу сучасного підприємництва в Україні / П. В. Пузирьова // Наукові теорії сьогодення та перспективи розвитку наукової думки : матеріали міжнародної наукової конференції, м. Київ, 11 жовтня 2019 року. – Т. 1. – Київ : МЦНД, 2019. – С. 41-45.

5. Пузирьова П. В. Сучасний менеджмент в підприємницькому кластері / П. В. Пузирьова // Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків : матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Черкаси, 25 жовтня 2019 року. – Черкаси : ЧННІ ДВНЗ "Університет банківської справи", 2019. – С. 183-186.

6. Пузирьова П. В. Теоретичні основи забезпечення фінансової складової підприємницьких кластерів / П. В. Пузирьова // Економіка, облік, фінанси та право: аналіз тенденцій та перспектив розвитку : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 24 жовтня 2019 року. – У 7 ч. – Ч. 3. – Полтава : ЦФЕНД, 2019. – С. 36-38.

7. Сінілкіна А. В. Виклики, тренди та перспективи розвитку кластерного підприємництва в Україні / А. В. Сінілкіна ; наук. кер. П. В. Пузирьова // Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 12 липня 2019 року. – У 2 ч. – Ч. 1. – Полтава : ЦФЕНД, 2019. – С. 65-67.

8. Puzyrova P. Concept of management and formation of financial potential of cluster unions = Концепція управління та формування фінансовим потенціалом кластерних утворень [Текст] / P. Puzyrova // Менеджмент. - 2019. - Вип. 1 (29). - С. 109-119.

9. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.

УДК 330

Синиця С. В., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Свиридов А. О., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

КЛЮЧОВІ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ

В епоху стрімкого технологічного розвитку ІТ-підприємства перебувають у постійному пошуку інновацій, оскільки конкурентоспроможність на ринку вимагає постійного удосконалення бізнес-процесів. Висока динаміка змін у галузі інформаційних технологій вимагає від компаній не лише швидкого реагування на зміни, але й активного впровадження інноваційних стратегій у свою діяльність [1; 4; 6]. Серед основних ключових стратегій, які допоможуть ІТ-підприємствам досягти успіху в інноваційному розвитку своїх бізнес-процесів виділяють наступні [2; 3; 5]:

1. Культура інновацій. Створення культури інновацій є основною передумовою для успішного впровадження інноваційних рішень. Так, ІТ-підприємства створюють сприятливе середовище для творчості та експериментів, де співробітники вільно можуть висловлювати свої ідеї та запропоновувати нові підходи до вирішення проблем. При цьому важливо надати підтримку та стимулювання працівникам щодо інноваційної активності через впровадження програм навчання, мотиваційних заходів та системи винагород [1-4].

2. Активне відстеження технологічних трендів. ІТ-галузь швидко змінюється, тому важливо для підприємств постійно відстежувати нові технологічні тренди і аналізувати їх вплив на бізнес-процеси, що дозволяє компаніям своєчасно реагувати на зміни, а також впроваджувати передові

технології для оптимізації процесів та покращення продуктів і послуг [2-5].

3. Партнерство та співпраця. Співпраця з іншими компаніями, стартапами, академічними установами та дослідницькими центрами може стати джерелом нових ідей та інноваційних рішень. Спільні проекти та обмін досвідом дозволяють ІТ-підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність та швидше впроваджувати нові технології.

4. Фокус на користувача. Врахування потреб користувачів є ключовим аспектом успішної інноваційної стратегії, де ІТ-підприємства активно залучають клієнтів до процесу розробки продуктів та послуг, вивчають їхні вимоги та пропозиції, а також швидко реагують на зміни в їхніх потребах.

5. Безперервний процес вдосконалення. Інноваційний розвиток бізнес-процесів – це постійний процес, який потребує систематичного аналізу, експериментів та вдосконалення. ІТ-підприємства постійно займаються оновленням своїх процесів, впроваджують нові методи та технології, щоб залишатися конкурентоздатними [3-6].

Отже, інноваційний розвиток бізнес-процесів є ключовим чинником успіху для ІТ-підприємств у сучасному світі. Створення культури інновацій, відстеження технологічних трендів, партнерство з іншими компаніями, фокус на користувача та безперервний процес вдосконалення – це основні стратегії, які допоможуть компаніям забезпечити свою конкурентоспроможність та досягти успіху в інноваційному розвитку.

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. Puzyrova // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.

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. Крамар М. С. Застосування маркетингового інструментарію впровадження інновацій у підприємницьку діяльність / М. С. Крамар ; наук. кер. П. В. Пузирьова // Економіка, облік, фінанси та право: аналіз тенденцій та перспектив розвитку : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 24 жовтня 2019 року. – У 7 ч. – Ч. 3. – Полтава : ЦФЕНД, 2019. – С. 58-59.

4. 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.

5. Пузирьова П. В. Сутність діджиталізації та її значення для бізнес-процесів в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова, С. Синиця // Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 1. – Київ : НТУ, 2023. – С. 204-207.

6. Пузирьова П. В. Сучасний стан та напрями активізації розвитку ІТ-сфери України в умовах сталого розвитку / П. В. Пузирьова, Є. Садовський // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 64-66.

7. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.

УДК 330

Пузирьов С. О., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Халіляєва В. О., здобувачка,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ СМАРТ-СТРАТЕГІЙ

У сучасних умовах ринкового середовища антикризове управління стає невід'ємною складовою стратегічного розвитку підприємств. Особливо важливим стає впровадження смарт-стратегій, які поєднують в собі передові технології та глибоке розуміння ринкових та внутрішніх процесів. Смарт-стратегії – це стратегії управління, які базуються на використанні передових технологій, аналітики даних та штучного інтелекту для прийняття обґрунтованих та стратегічних рішень, які дозволяють підприємствам швидко реагувати на зміни на ринку та ефективно управляти кризовими ситуаціями [1-5]. Переваги смарт-стратегій в антикризовому управлінні:

- швидкість реакції – завдяки використанню технологій штучного інтелекту та аналітики даних, підприємства можуть швидко виявляти проблемні ситуації та реагувати на них до того, як вони переростуть у кризу;
- прогнозування – смарт-стратегії дозволяють аналізувати великі обсяги даних та передбачати майбутні тенденції, що дозволяє підприємствам планувати свої дії заздалегідь та уникати потенційних кризових ситуацій;
- оптимізація ресурсів – використання смарт-стратегій дозволяє оптимізувати внутрішні процеси підприємства, ефективно використовуючи ресурси та знижуючи витрати [1; 3; 5].

Серед прикладів успішного впровадження смарт-стратегій можна навести наступні: автоматизація виробництва (впровадження системи «індустрії 4.0»

дозволяє підприємствам підвищити ефективність виробництва, знизити витрати та уникнути перерв у постачанні продукції); аналіз даних (використання аналітики даних дозволяє підприємствам отримувати цінні інсайти щодо ринкових тенденцій, споживчого попиту та конкурентної ситуації). Таким чином, антикризове управління підприємствами за допомогою смарт-стратегій – це підхід до управління, спрямований на запобігання та подолання кризових ситуацій, використовуючи розумні стратегії, основані на аналізі даних, інноваціях та ефективному використанні ресурсів [2; 4; 5; 6]. Основними принципами антикризового управління підприємствами за допомогою смарт-стратегій визначено:

- аналіз ситуації – ретельне вивчення внутрішніх та зовнішніх чинників, які можуть викликати кризову ситуацію для підприємства;
- реагування на зміни – швидка реакція на зміни в економічному, соціальному та політичному середовищі, з метою адаптації стратегій та дій до нових умов;
- інновації – використання новаторських підходів у управлінні, продукції та маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності підприємства;
- ефективне використання ресурсів – оптимізація витрат та максимізація результативності використання ресурсів, що допомагає зменшити ризики кризових ситуацій;
- гнучкість – здатність до швидкої зміни стратегій і тактик у відповідь на непередбачувані обставини;
- комунікація – відкрита та ефективна комунікація як внутрішньо в організації, так і зовні зі зацікавленими стейкхолдерами для підтримки довіри та співпраці в кризових ситуаціях.

Отже, смарт-стратегії стають необхідним елементом антикризового управління в сучасному бізнесі, де їх застосування дозволяє підприємствам не

лише вижити в кризових умовах, але й використовувати ці ситуації як можливості для зростання та розвитку. Також, смарт-стратегії дозволяють підприємствам ефективно реагувати на зміни на ринку та уникати потенційних кризових ситуацій через впровадження інвестицій у технології та розвиток кадрів, які призводить до підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища.

Література

1. Комарецька П. В. Реструктуризація промислових підприємств в системі антикризового фінансового управління / П. В. Комарецька // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6 (73). – С. 61-64.
2. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.
3. 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.
4. Хаустова Є. Б. Розвиток технологій смарт-економіки у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки / Є. Б. Хаустова, А. А. Коломієць // 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. 113-115.
5. Шацька З. Я. Перспективи розвитку транснаціональних корпорацій в умовах смарт-економіки / З. Я. Шацька, М. В. Рузієв // 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. 112-113.
6. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.

УДК 338.32

Рогальчук Д.В., студентка
Науковий керівник **Мельник Л.С.**, доктор філософії
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У ЛЬВІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

В сучасному світі все більше використовуються цифрові технології та інноваційні методи, які впливають та вдосконалюють різні види діяльності та галузі. Ця трансформація присутня і зараз в багатьох регіонах України, завдяки сучасним тенденціям.

Smart Specialisation Strategy (S3) дає змогу країнам отримати доступ до джерел інформації, які допоможуть створити та промоніторити стратегії. S3 допомагає розставити переваги у галузях держави, в яких вони є конкурентоспроможними або мають перспективу до вдосконалення. Завдяки імплементації інтелектуальної економіки можна створити smart-системи управління у різних галузях, від сфери агропромислового комплексу, різнохарактерної промисловості до міського розвитку для розв'язання соціально-екологічних питань.

Smart-спеціалізація, як проєкт, остаточно розпочала свій шлях на теренах України у 2016 році, коли країна взяла на себе зобов'язання прийняти хоча б одну інновацію до 2020 року. В період розвитку smart-спеціалізацій в нашій країні 5 регіонів зареєструвалися на платформі Smart Specialization Platform (S3P). Загалом 15 регіонів долучилися до проєкту та використовували можливості для розвитку, серед них і Львівська область[1].

Стратегія розвитку Львівщини на період 2021-2027 років розроблена за європейською методикою та за допомоги європейських експертів. Юргіті Петраускієне на прикладі успішних стратегій у Литві поділився досвідом, адже пріоритети регіонів досить схожі[2]. Основні переваги розвитку Львівського регіону поділили на певні категорії, такі як: Біоекономіка: сільське господарство, харчова та деревообробна промисловості, поліграфія,

біоенергетика. Креативні індустрії: IT, мода та дизайн, мистецтво та архітектура. Медичний туризм: біотехнології, фармація, охорона здоров'я.

Агропромисловий комплекс у Львівському регіоні має великий потенціал, адже для цього є сприятливий клімат та родючі ґрунти. Завдяки розвитку цифрових технологій та інноваційних методів зростає у попиті поліграфія у зв'язку з рекламними та маркетинговими потребами. Інвестування у виробництво біопалива та альтернативні джерела енергії може стати важливим напрямком для зменшення залежності від традиційних джерел енергії та зниження викидів парникових газів.

Не секрет, що Львів є осередком талановитих людей у креативних індустріях, тому якщо держава підтримуватиме молодих дизайнерів та IT-спеціалістів, то ці галузі вийдуть на вищий рівень у нашій державі.

Щодо медичного туризму для Львівщини це нова галузь розвитку, проте досить перспективна. Хоча Львів є містом культури та відпочинку, медицина теж не стоїть на місці. Якщо розглядати ситуацію загалом, то в нас є якісна медична допомога, досвідчені фахівці (деякі лікарі здобули освіту закордоном), перевагою стане те, що послуги у Львові будуть доступніші порівняно з іншими європейськими країнами. Розбудова сучасних медичних закладів та впровадження новітніх методів лікування може зробити місто привабливим місцем для медичного туризму.

Для будь-якого регіону важливо розвиватися та примножувати свої ресурси, тому, не зважаючи на політичну ситуацію в нашій державі, Україна продовжує брати участь в різних європейських проєктах, підіймати свою економіку та не залишатися осторонь від світових проблем.

Література

1. <https://uiip.org.ua/uk/napriamy/stratehiia-yes-dlia-dunaiskohorehionu/realizatsiia-v-ukraini>
2. <https://old.loda.gov.ua/news?id=47723>

УДК 338.23

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Кліменко А.Ю., магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

Під інвестиціями розуміють довгострокове вкладення ресурсів (фінансових чи матеріальних) у промисловість, сільське господарство та інші галузі економіки всередині держави і за кордоном з метою отримання прибутку. Його здійснюють у виробничі або інші проекти, цінні папери, нерухомість, статутні фонди інших підприємств, колекції, дорогоцінні метали та інші об'єкти, ринкова вартість яких постійно зростає і дає власникові дохід у вигляді відсотків, дивідендів, прибутків від перепродажу тощо [2]. Ринкові умови господарювання роблять актуальною проблему інвестування для будь-якого підприємства. Оскільки підприємство, яке використовує інвестиційні ресурси, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку [3].

В умовах смарт-економіки інвестиційна діяльність підприємств спрямовується на впровадження нових смарт-технологій, які потребують значних обсягів інвестування. Особливості інвестиційної діяльності в умовах смарт-економіки полягають у:

1. Зростанні ролі інновацій на підприємствах. Інвестиції в нові технології, продукти та послуги залишаються ключовим фактором успіху підприємства; підвищується значення дослідницько-дослідних та конструкторських робіт.

2. Зміні структури інвестицій. В умовах смарт-економіки зростають обсяги інвестиції в нематеріальні активи, такі як програмне забезпечення, інтелектуальна власність та бренд.

3. Пошуку нових джерел фінансування. Крім традиційних джерел фінансування, таких як кредити та емісійні акції, з'являються нові напрями, такі як краудфандінг, венчурне капіталовкладення та гранти.

4. Зміні інвестиційних стратегій підприємства, які стають більш диверсифікованими та гнучкими.

5. Зростання значення короткострокових інвестицій та інвестицій в активи підприємства з високим ступенем ризику.

Для того, щоб успішно реалізувати інвестиційну діяльність в умовах смарт-економіки, підприємствам необхідно: проводити ретельний аналіз інвестиційних проєктів шляхом оцінки ризиків та прибутковості інвестицій; використовувати сучасні методи аналізу даних та прогнозування; розробити чітку інвестиційну стратегію, яка надасть змогу визначити цілі та пріоритетні напрями інвестування; розробити план реалізації інвестиційної стратегії; співпрацювати з інвесторами в напрямі об'єднання ресурсів для реалізації великих інвестиційних проєктів; обміну знаннями та досвідом; використовувати новітні смарт-технології шляхом використання штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу інвестиційних даних, блокчейну для забезпечення прозорості та безпеки інвестиційних операцій.

Підвищенню ефективності інвестиційної діяльності підприємств в умовах смарт-економіки сприяє наявність кваліфікованої команди інвестиційних фахівців; корпоративна культура; можливість залучати кошти з різних джерел.

Глобальними тенденціями інвестування, які прямо чи опосередковано впливають на цифровізацію та розвиток смарт-економіки є: активізації інвестування у електронну торгівлю (E-commerce), технології розподіленого реєстру (Blockchain), розумних мереж електропостачання (Smart Grid) і комп'ютерного зору (Computer Vision); залучення інвестицій в підприємницьку сферу; появу нових продуктів і нових ринків; скорочення витрат на ведення підприємницької діяльності; виникнення нових професій і робочих місць;

зростання продуктивності, ефективності виконання процесів; збільшення податків; посилення дифузії інновацій та ін. [3; 5; 6].

В сучасних умовах процес інвестування в Україну ускладнений через тривалість отримання різного роду погоджень, адміністративні перешкоди, складну систему ліцензування, високий рівень оподаткування та відсутність системи та механізмів гарантування та страхування інвестицій [1]. Однак підприємства, які успішно адаптують свою інвестиційну діяльність до умов смарт-економіки, отримують значні конкурентні переваги та досягнуть стійкого зростання.

Література

1. Заяць В. В., Пузирьова П. В. Інструменти залучення іноземних інвестицій та фінансування інвестиційних проєктів в Україні. II Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості». 2021 р. 106-114. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19586/1/Innovatyka2021_V2_P106-114.pdf
2. Спільник І., Шупа Л. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2012 рік. Випуск 10. Частина 4. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/15246/1/ecan_2012_10%284%29_87.pdf
3. Федулова Л. І., Ємельяненко Л. М. Інвестування в цифрову економіку: глобальні тенденції та практика України. *Економіка та держава*. 2020. № 4. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2020/3.pdf
4. Шацька З. Я., Качан Н. В. Особливості формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні», м. Київ, 12 квітня. Київ: КНУТД, 2018. 396 с. с.383-386.
5. Чернявська О.В. (2002). Вдосконалення системи фінансового вирівнювання як чинник інвестиційного та інноваційного розвитку регіонів. Динаміка наукових досліджень, матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, Т. 20. Економіка, С. 16-17.
6. Чернявська О.В., Василенко В.М., Дубіщев В.П., Чернявський В.В. (2003). Проблеми та напрями вдосконалення системи фінансового забезпечення реалізації інвестиційної політики регіонів. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка „Економіка і регіон”, Полтава: ПолтНТУ, № 1, С. 10-14.

УДК 330

Покальчук О. К., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Журавльов Д.В., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

Кравцова Л.Л., здобувачка,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ З УРАХУВАННЯМ СПЕЦИФІКИ ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Післявоєнний період в історії людства завжди характеризувався значними викликами та можливостями для різних галузей економіки. Страховий сектор не є винятком, інноваційні стратегії для розвитку страхових компаній у цей період вимагають особливої уваги та аналізу. Серед основних чинників, що впливають на формування інноваційних стратегій з урахуванням контексту післявоєнного періоду належать[1; 2; 3; 5]:

1. Підвищення ризику та нестабільності. Після воєнних конфліктів економіка та суспільство перебувають у фазі відновлення, що призводить до збільшення ризику та нестабільності. Саме тут інноваційні стратегії повинні спрямовуватися на розробку нових продуктів та послуг, які відповідають зростаючим потребам ринку в умовах нестабільності.

2. Цифрова трансформація та технологічні інновації. У післявоєнний період, цифрові технології стають ключовими чинниками, що визначають конкурентоспроможність. Страхові компанії повинні активно впроваджувати цифрові інновації, такі як штучний інтелект, аналітика даних та блокчейн, для оптимізації процесів, зменшення ризиків та поліпшення обслуговування клієнтів.

3. Нові види страхування. Зміна соціально-економічних умов після війни може призвести до зміни попиту на різні види страхування. Наприклад, зростання інтересу до страхування життя, медичного страхування та страхування майна. Інноваційні стратегії повинні передбачати розвиток нових продуктів, які відповідають змінам у потребах клієнтів [4; 5; 6].

4. Глобальна інтеграція та міжнародні ринки. Післявоєнний період часто супроводжується процесами глобалізації та міжнародної інтеграції, тому інноваційні стратегії повинні включати розширення на нові ринки, а також адаптацію до міжнародних стандартів та регуляцій.

5. Співпраця та партнерство. У післявоєнний період важливою складовою успішної стратегії є співпраця та партнерство з іншими компаніями та організаціями, що може включати спільні проекти з фінансовими установами, державними органами та іншими галузями економіки.

Таким чином, формування інноваційних стратегій розвитку страхових компаній у післявоєнний період вимагає глибокого аналізу змін у соціально-економічному середовищі, а також розуміння специфіки цього періоду, де ключовими кроками визначено: аналіз ринку (врахування змін в попиті на страхові продукти, змін в структурі ризиків та перспектив розвитку ринку); технологічні інновації (можливості використання сучасних технологій для покращення процесів підписання полісів, розрахунку, врегулювання збитків); диверсифікація продуктів (можливість розширення асортименту страхових продуктів, які відповідають новим потребам у післявоєнний період); фокус на клієнтському досвіді (поліпшення клієнтського досвіду через використання новітніх технологій, автоматизацію процесів та розробку зручних мобільних додатків для клієнтів) [7; 8].

Отже, післявоєнний період є важливим етапом для страхового сектора, який вимагає активного відгуку та інноваційних стратегій. Розвиток нових продуктів, впровадження цифрових технологій, а також розширення на

міжнародні ринки є ключовими при формуванні інноваційних стратегій розвитку страхових компаній з у післявоєнному періоді [1-6].

Література

1. Крамар М. С. Застосування маркетингового інструментарію впровадження інновацій у підприємницьку діяльність / М. С. Крамар ; наук. кер. П. В. Пузирьова // Економіка, облік, фінанси та право: аналіз тенденцій та перспектив розвитку : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 24 жовтня 2019 року. – У 7 ч. – Ч. 3. – Полтава : ЦФЕНД, 2019. – С. 58-59.

2. 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.

3. Пузирьова П. В. Інноваційні стратегії формування та розвитку конкурентоспроможної діяльності страхових компаній у сфері міжнародного та національного контексту / П. В. Пузирьова, О. Покальчук // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 54-55.

4. Пузирьова П. В. Сучасні аспекти управління ризиками в інноваційній діяльності підприємства / П. В. Пузирьова // Сучасні проблеми менеджменту : матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 жовтня 2019 року. – Київ : НАУ, 2019. – С. 127-128.

5. Olshanska O. The strategic innovative development of integrated business models / O. Olshanska, P. Puzyrova // Modern directions of scientific research development : proceedings of VI International scientific and practical conference, Chicago, USA, 24-26 November 2021. – VoScience Publisher, Chicago, USA, 2021. – P. 872-877.

6. Olshanska O. Financing innovative activities as a factor of ensuring financial and economic security of industrial enterprises in the conditions of continuous development / O. Olshanska, P. Puzyrova // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 11 (246). – С. 42-50.

7. Чернявська О.В., Фисун І.В. (2010). Сутність страхової послуги як товару на страховому ринку. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України, Серія «Економічні науки», Полтава: РВВ ПУСКУ, № 2 (41), С.178–183.

8. Чернявська О.В., Михайлова Н.В., Середа І.В. (2012). Сучасний стан та тенденції розвитку майнового страхування в Україні. Вісник Хмельницького національного університету, № 6, Т. 1, С. 159-164. (Серія «Економічні науки»).

УДК. 351: 69.003

Макатьора Д. А.,

к. т. н., доцент кафедри машин та агрегатів поліграфічного виробництва
Навчально-наукового Видавничо-поліграфічного інституту,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

Кубанов Р. А.,

к. пед. н., доцент кафедри економіки, менеджменту та управління
територіями, Відокремлений структурний підрозділ
«Інститут інноваційної освіти Київського національного
університету будівництва і архітектури», м. Київ, Україна

СТАЛЕ БУДІВНИЦТВО ТА КРУГОВА ЕКОНОМІКА: СИМБІОЗ ЕФЕКТИВНОСТІ

Концепція сталого розвитку відповідає потребам сучасності, проте не зашкоджує можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Це означає, що ми повинні знайти способи зниження впливу на довкілля та ресурси, зберігати і захищати біорізноманіття, та дбати про соціальний розвиток. Одним з головних напрямків діяльності в рамках сталого розвитку є забезпечення сталого будівництва в рамках окремої країни.

На думку Г. В. Шпакової [1], стале будівництво є відповіддю будівельної галузі на виклики, які виникають у сферах сталого розвитку в соціально-економічному та екологічному планах. Це підключає використання ряду практик, які сприяють збереженню навколишнього середовища, енергоефективності та екологічній відповідальності. Одна з таких практик – це використання місцевих будівельних матеріалів, що зменшує необхідність в транспортуванні матеріалів на великі відстані і, відповідно, зменшує викиди вуглекислого газу. Також розглядається використання альтернативних джерел енергії для забезпечення будівель електроенергією, таких як сонячні панелі або вітряні турбіни. Додатково, стале будівництво передбачає встановлення систем вентиляції для відповідального використання води на будівельних майданчиках і контроль якості повітря у приміщеннях. Контроль якості матеріалів,

управління відходами та використання перероблених матеріалів також є важливими аспектами сталого будівництва. До інших практик сталого будівництва входить відновлення зелених насаджень, використання біоматеріалів у будівельних конструкціях і мінімальне використання пластика. Крім того, ефективна водо-розподільча арматура сприяє зменшенню споживання води в будівлях. Включення цих практик в будівельну галузь допомагає створити стале та екологічно відповідальне середовище, зберігаючи ресурси та знижуючи негативний вплив на довкілля.

Щоб побудувати концепцію сталого розвитку, рекомендується базуватися на моделі кругової економіки, яка передбачає повторне використання матеріалів. Принцип ніколи не використовувати матеріали, які неможливо використовувати повторно, є основою такої моделі. Це означає, що ресурси повинні бути використані ефективно і циклічно, без накопичення відходів та забруднення довкілля. Замість того, щоб видобувати нові ресурси безконтрольно, ми повинні максимально використовувати і повторно використовувати існуючі матеріали і продукти. Ця модель сприяє збереженню ресурсів, зменшенню відходів і негативного впливу на навколишнє середовище, прискорює перехід до більш сталої та екологічно чистої економіки.

Фонд Елен Макартур описує кругову економіку як систему, що базується на оновлюванні та використанні ресурсів з урахуванням збереження навколишнього середовища. Головна мета кругової економіки полягає у заміні концепції "кінця життя" на поновлювання та використання природних ресурсів [2]. Це досягається шляхом упровадження інноваційних технологій та підходів, що дозволяють бізнес-моделям мінімізувати або уникати відходів. Основна ідея кругової економіки полягає в тому, що всі ресурси використовуються у замкнутому циклі, де вони постійно оновлюються і використовуються без втрати якості. Особлива увага приділяється розвитку ресурсозберігаючих і безвідходних технологій.

У сфері будівництва, яка вимагає значних ресурсів, виникає потреба у поверненні до промислового обігу цих ресурсів, які зараз застосовуються в існуючих будівлях і спорудах. Один із ключових чинників формування вартості нових будівельних активів – це концепція «рециклінгу» будівельних матеріалів, яка має стати основою для розвитку нового ринку рециклінгових матеріалів. Крім того, ідея «спільного використання» природних ресурсів, запропонована М. Бронгартом [3], може забезпечити більш ефективне використання цих ресурсів через співпрацю всіх компаній в цій галузі.

Отже, симбіоз сталого будівництва та кругової економіки полягає у тому, що сталий будівельний процес може використовувати принципи кругової економіки для максимально ефективного використання ресурсів. Наприклад, будівельні матеріали можуть бути виготовлені з вторинних джерел або використовуються після переробки будівельних відходів. Такий симбіоз сприяє зменшенню відходів, зниженню витрат на покупку нових матеріалів, збереженню природних ресурсів та зниженню негативного впливу на навколишнє середовище. В цілому, поєднання сталого будівництва та кругової економіки може мати значний потенціал для створення більш стійкого та ефективного будівельного сектору.

Література

1. Шпакова Г. В. Формування економіко-управлінських предикторів девелопменту на інноваційній платформі рециклінгу будівельних відходів. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/93.pdf ; DOI: <https://10.32702/2307-2105-2020.1.91>
2. Молчанова Е. Ю. Циркулярна економіка як інклюзивна економічна модель. Економічні інновації. 2021. Т. 23. Вип. 3. С. 241-253.
3. Braungart, M., McDonough, W. (2009). Cradle to Cradle: Re-making the Way We Make Things. Vintage, London. 193 p.

УДК 330

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Вінер Є.І., магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СМАРТ-ЕКОНОМІКА, ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Смарт-економіка є новим етапом розвитку економічних знань, який базується на широкому впровадженні новітніх технологій [1]. Її основою є сучасні інформаційно-комунікаційні технології або смарт-технології, до яких відносяться: пристрої інтернету речей (IoT); штучний інтелект (Artificial Intelligence); 3D-друк (3D Printing); віртуальна реальність (Virtual Reality); промислова робототехніка (Industrial Robotics); блокчейн (Blockchain); п'яте покоління мобільного зв'язку (5G) та багато інших.

Перехід до використання смарт-технологій на вітчизняних підприємствах забезпечує їх розвиток в умовах смарт-економіки, що базується на:

– зниженні рівня витрат при виробництві продукції. Впровадження смарт-технологій забезпечує скорочення витрат на енергоресурси, матеріали та логістику та інші бізнес-процеси підприємств;

– покращенні прийняття управлінських рішень. Завдяки швидкого доступу до аналітичних цифрових даних, підприємства можуть отримати більш точну інформацію про своїх клієнтів, ринок та конкурентів, що дозволяє їм прийняти більш обґрунтовані економічні рішення;

– зростанні продуктивності праці. Смарт-технології сприяють підвищенню продуктивності праці працівників, що забезпечується завдяки автоматизації рутинних завдань та оптимізації процесів;

– підвищенні рівня конкурентоспроможності підприємств. Підприємства, які впроваджують смарт-рішення, можуть виготовляти та

реалізовувати більше інноваційних продуктів та послуг, а також швидше реагувати на зміни кон'юнктури ринку;

– створення нових можливостей для розвитку підприємств. Смарт-економіка відкриває нові можливості для розвитку бізнесу в напрямі створення нових продуктів та послуг, що виходять на нові ринки та співпрацю з іншими підприємствами.

Ключовими процесами, що сприятимуть розвитку підприємств в умовах смарт-економіки є: цифровізація; інтелектуалізація; інституалізація; соціалізація; урбанізація та озеленення [3]. Ці процеси, визначальну роль у формуванні яких відіграватимуть смарт-технології, сприятимуть формуванню смарт-промисловості, яка поєднає в себе мережі диджиталізованих виробничих систем підприємств. В результаті поступового переходу з постіндустріальної до smart-економіки будуть впроваджені smart-технології, побудовані smart-міста, споживачі та суспільство отримають нову smart-продукцію, що прискорить післявоєнне відновлення економіки країни [2; 4].

Література

1. Шацька З. Я., Хлисту́н А. А. Якість продукції в умовах smart-економіки. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2021. №11. DOI: [10.32702/2307-2105-2021.11.95](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.11.95)
2. Шацька З. Я., Литвиненко К. А. Перспективи розвитку smart-економіки в умовах війни та післявоєнного відновлення України. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : 2022 р. : III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 10 червня 2022 р. Київ, КНУТД. с. 113-115. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20498/1/IMPER_2022_V2_P113-114.pdf
3. Iryna Kalenyuk & Liudmyla Tsymbal & Iryna Uninets, 2021. Intelligent Drivers Of Smart Economy In The Global Ecosyste. *Baltic Journal of Economic Studies, Publishing house «Baltija Publishing»*, vol. 7(2). URL: <https://ideas.repec.org/a/bal/journal/2256-074220217211.html>
4. Чернявська О.В. Вітчизняна модель державного управління соціально-економічним розвитком та її основні результати // Управління розвитком соціально-економічних систем у новій економіці [Монографія]. - Полтава: ПУЕТ, 2015. – 358 с. - С. 17-31.

УДК

Тимкован В. І.
аспірантка факультету управління та бізнес-дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна

СТАН ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Важливим сектором національної економіки у період військового стану однозначно є сільське господарство, яке зокрема забезпечує продовольчу безпеку країни та може стати рушійною силою післявоєнного розвитку національної економіки аграрної країни. До початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України саме сільське господарство було одним з основних ВВП-формуючих секторів національної економіки виробляючи близько 126,4 млн т. та 14071.3 млн шт. продукції тваринництва та 146,8 млн т. продукції рослинництва у 2021 році. Станом на 2022 рік рослинництво виробило 105,5 млн т., а тваринництво - 112,1 млн т. та 11921.8 млн шт., що на 30% (продукції рослинництва) та 15% (продукції тваринництва) менше від показників 2021 року. Одним з перспективних планів підтримки та розвитку сільського господарства є трансфер інновацій у галузь, зокрема використання новітніх технологій у вигляді геоінформаційних систем, GPS, супутникових знімків, дронів та інших аерофотознімків. Особливо необхідним є використання даних технологій у період дії військового стану, коли не завжди є можливість повного доступу до земель сільськогосподарського призначення.

Дослідженням ролі та розвитку інновацій у сільському господарстві та галузі тваринництва зокрема займалися Вишневецька О. В. [1], Онегіна В. М., Антощенкова В. В., Кравченко Ю. М. [2], Болтянський О. В. та Болтянська Н. І. [3]. У науковій роботі Онегіної В. М., Антощенкової В. В. та Кравченко Ю. М. [2] досліджуються негативні тенденції по виробництву м'яса та молока у

вигляді значного зменшення реалізованої продукції. На думку науковців покращити стан виробництва “можливо шляхом поетапного відродження галузі на інноваційній основі, створення сприятливих інвестиційних умов, запровадження новітніх технологій, удосконалення механізму державної підтримки галузі” [2]. В свою чергу, Вишневецька О. В. вважає, що перед дотриманням основних принципів агроінноваційного розвитку Україна “має враховувати особливості й можливості вітчизняного сільськогосподарського виробництва та необхідність впровадження технологічної безпеки, перевірки наявних і впроваджуваних технологій” [1].

Для оцінки ролі та рівня використання інновацій у сільському господарстві, на нашу думку, варто дослідити обсяг витрат на наукові дослідження та розробки з боку підприємств, кількість задіяних працівників та витрати Державного бюджету на впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у національній економіці у 2021 та 2022 році для більш обґрунтованого аналізу впливу.



Рис. 1. Вплив державних програм по інноваційному розвитку на діяльність сільськогосподарських підприємств за 2021-2022 рр. [4-5]

Аналіз свідчить про негативну тенденцію зменшення попиту с/г підприємствами на впровадження інноваційних технологій, що зокрема спричинено низьким рівнем рентабельності та недостатнім рівнем фінансової

підтримки з боку держави. Однак, оцінка планових видатків Державного бюджету України на цифровізацію галузей економіки, як одну з частин інноваційного розвитку сільського господарства, характеризується значним позитивним ростом видатків (близько на 60% у 2022 році в порівнянні з 2021 роком), що зокрема зумовлено затвердженням Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року [6].

Дані з офіційних веб-сайтів Державної служби статистики та Міністерства фінансів України звертають увагу на недоліки та необхідні доопрацювання затвердженої Стратегії [6]. Можливими шляхами покращення стану сільського господарства та інноваційного розвитку, зокрема, є аналіз стану ґрунтів, запитів сільських господарств та дослідження досвіду трансферу інновацій в іноземних країнах, яке потребує подальшого опрацювання.

Література

1. Вишневецька О. В.. Особливості інноваційної діяльності в сільському господарстві / Вишневецька О. В. // Theoretical and science bases of actual tasks. – 2022. - 14, 86.
2. Онегіна В. М., Антощенкова В. В., Кравченко Ю. М. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції тваринництва / Онегіна В. М., Антощенкова В. В., Кравченко Ю. М. // Український журнал прикладної економіки. - 2021. - Том 6. № 2. - С. 164 – 170.
3. Болтянський О. В., Болтянська, Н. І. Першочергові завдання з модернізації сільського господарства / Болтянський О. В., Болтянська, Н. І. // Технічне забезпечення інноваційних технологій в агропромисловому комплексі: матеріали I Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конференції (Мелітополь, 01- 24 квітня 2020 р.). – 2020. – С. 37-40.
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
5. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua>
6. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року/ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#n12> (дата звернення 20.04.2014).\

УДК 330

Заріцька Н. М., к.е.н., доц.,
Саттаров М. Г., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Левченко В. В., здобувач,
Хорошко Д.Р., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі, що переживає період інтенсивного цифрового перетворення, бізнес стикається з низкою викликів і можливостей. Цифрові технології швидко трансформують традиційні моделі бізнесу, вимагаючи від компаній адаптації до інновацій, що особливо актуально для інтегрованих структур бізнесу, які охоплюють усі аспекти виробництва, постачання, маркетингу та інші види діяльності у єдину екосистему [1-5].

Для інтегрованих структур бізнесу, що включають у себе декілька бізнес-одиниць або функціональних підрозділів, цифрові технології надають можливість створювати єдину інформаційну платформу, що об'єднує всі аспекти їх діяльності, що створює унікальні можливості для оптимізації виробничих процесів, підвищення якості продукції та послуг, а також забезпечення більш ефективного управління ресурсами [1; 4; 6; 7].

Основними стратегічними інструментами інноваційного розвитку інтегрованих структур бізнесу в умовах цифровізації є:

– інтегровані інформаційні системи – розробка та впровадження інтегрованих систем управління, які об'єднують у себе всі аспекти бізнесу, від виробництва до маркетингу і фінансів, для забезпечення цілісного підходу до управління;

- аналітика даних – використання передових аналітичних інструментів для збору, аналізу та інтерпретації даних з різних джерел, що дозволяє виявляти нові можливості та оптимізувати рішення;
- інноваційні лабораторії та центри розвитку – створення спеціалізованих підрозділів, які відповідають за дослідження та розробку нових технологій та продуктів;
- стратегічні партнерства і кооперація – встановлення партнерських зв'язків з іншими компаніями, стартапами та дослідницькими установами для спільного розвитку та впровадження інновацій;
- культура інновацій – створення відкритої та інноваційної корпоративної культури, яка сприяє поширенню ідей та стимулює творчий потенціал співробітників.
- управління змінами – цифрова трансформація вимагає не лише технологічних змін, але і культурних та організаційних змін, де управління змінами стає ключовим елементом стратегії інноваційного розвитку, який дозволяє забезпечити успішну адаптацію до нових умов [2; 3; 5].

Інтегровані структури бізнесу повинні бути гнучкими, відкритими до змін та активно використовувати стратегічний інструментарій для досягнення успіху в умовах цифровізації. Цифровізація відкриває безліч можливостей для інноваційного розвитку інтегрованих структур бізнесу через впровадження стратегічного інструментарію, спрямованого на використання передових цифрових технологій та створення сприятливого середовища для інновацій, що є ключовим чинником успіху в сучасному бізнесі. Ті компанії, які активно використовують ці можливості, здатні не лише адаптуватися до змін, але й займати лідерські позиції на ринку. Також, вони зможуть зберігати конкурентну перевагу та забезпечити стає інноваційне зростання [1-5; 8; 9].

Література

1. Шацька З. Я. Сутність креативного менеджменту в системі

економічно-фінансового управління інтегрованими одиницями / З. Я. Шацька, М. С. Шацька, О. В. Халіляєва // 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. 242-244.

2. Olshanska O. The strategic innovative development of integrated business models / O. Olshanska, P. Puzyrova // Modern directions of scientific research development : proceedings of VI International scientific and practical conference, Chicago, USA, 24-26 November 2021. – BoScience Publisher, Chicago, USA, 2021. – P. 872-877.

3. 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. V. Olshanska, P. V. Puzyrova // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 56-66.

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

5. 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.

6. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.

7. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9.

8. Чернявська О.В. (2014). Національна економіка: сучасний стан інтеграції до світового простору та оцінка результатів внутрішньої і зовнішньої державної політики. В розділі 1.1 монографії «Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу», Полтава: РВВ ПУСКУ, с. 8-24.

9. Чернявська О.В. (2005). Організаційно-економічний механізм регулювання ринку праці України та її регіонів: зміст та особливості трансформації. Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць, Київ: НДЕІ Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України, Вип. 5 (48), С. 108-111.

УДК 369.542

Квас В.О., аспірант кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОСНОВНІ РИЗИКИ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ

Пенсійні системи та особи, яких вони охоплюють, стикаються з багатьма ризиками. До них належать ризики для здатності особи робити внески як у державні, так і в недержавні пенсійні системи (ринок праці та соціальні ризики); ризики для здатності цих внесків фінансувати адекватний вихід на пенсію (макроекономічні ризики, ризики фінансового ринку та операційні ризики) та ризик того, що особа переживе свої активи (ризик довголіття). Проте недержавні пенсії загалом є більш вразливими до макроекономічних і фінансових ризиків, ніж пенсійні системи.

Ризики ринку праці, такі як втрата роботи та несприятливі моделі заробітку, можуть мати значний вплив на швидкість, з якою нараховуються пенсійні права, або швидкість, з якою накопичуються пенсійні активи, і, таким чином, на рівень отриманого пенсійного доходу.

Ці ризики можуть бути компенсовані державними або недержавними пенсійними системами. Базові виплати, не пов'язані з внесками, забезпечують резервний захист від неспроможності чи неможливості сплачувати кошти за схемами зі сплатою внесків або платити достатньо, щоб принаймні наростити права, які перевищують рівень базової допомоги. У рамках державних схем внесків працівники зазвичай захищені від деяких ризиків зриву кар'єрного заробітку: вони можуть отримувати додаткові внески/нарахування за певних обставин (наприклад, військова служба, відпустка по догляду за дитиною) або може бути кілька «поганих років», які виключаються під час розрахунку їхніх прав.

Аналогічний аналіз стосується соціальних ризиків, які включають інвалідність і відсутність фінансової незалежності. Державна допомога, не пов'язана зі сплатою внесків, забезпечує захист для осіб, які зазнали шоку в доходах до або після виходу на пенсію. Пропонуються додаткові виплати по інвалідності та, як правило, певний захист майбутнього пенсійного доходу для тих, чия трудова кар'єра перервана через інвалідність. Вони можуть бути фіксованими або пов'язаними з прибутком [1].

Ці гарантії в державних системах є формою страхування, але оскільки вони часто фінансуються поза пенсійною системою, вони можуть не визнаватися як такі особами (їх можна тлумачити як права).

У рамках недержавних (приватних) фінансових угод природа страхування може бути більш чіткою. Страхування від соціальних ризиків є обов'язковим у чилійських індивідуальних рахунках, а (частково необов'язкове) страхування життя інтегровано в австралійську систему пенсійного страхування. Проте більшість схем постійного страхування не забезпечують покриття втрачених періодів внесків, оскільки страхувати такі ризики на індивідуальній основі дорого. Колективні приватні схеми краще здатні об'єднувати такі ризики і таким чином забезпечувати страхування.

Макроекономічні ризики зменшують ймовірність того, що особа отримає адекватний пенсійний дохід. Низький рівень зростання та продуктивності впливає як на державну, так і на приватну пенсійні системи. Вони обмежують фіскальну спроможність фінансувати пенсії без внесків і призводять до нижчих внесків до фонду та накопичувальних схем. У слабкому економічному середовищі може бути важко підвищити рівень внесків як у державних, так і в приватних схемах, не надто скорочуючи споживання перед виходом на пенсію порівняно зі споживанням після виходу на пенсію, особливо для осіб з низькими доходами.

Інфляція зменшує майбутню купівельну спроможність доходу, відкладеного сьогодні для цілей згладжування споживання. Виплати в державних схемах зазвичай індексуються на інфляцію цін або заробітної плати. Індксація може поставити під загрозу стійкість державним та недержавним пенсійним забезпеченням.

Низькі відсоткові ставки становлять більш безпосередній ризик для накопичувальних пенсій, ніж для пенсій із солідарної системи. Вони можуть призвести до зниження виплат від накопичувальних схем через зниження прибутковості інвестованих активів і зниження вартості ануїтету. Вони також можуть завдати шкоди стійкості фінансованих схем у міру збільшення вартості зобов'язань.

Ризики фінансових ринків так само є більш актуальними для недержавних, а саме накопичувальних пенсій, ніж для систем без внесків або систем солідарної системи. Пенсійні виплати в накопичувальних системах фінансуються за рахунок накопичених активів; шоки на фінансовому ринку можуть знизити вартість цих активів. Це особливо завдасть шкоди учасникам індивідуальних фондованих угод, якщо це станеться наприкінці періоду накопичення, коли особа матиме менше часу, щоб відновити свої заощадження перед тим, як почати використовувати свої активи [2].

Операційні ризики також головним чином впливають на накопичувальні системи, оскільки надмірні операційні витрати або погано розроблені інвестиційні стратегії матимуть прямий вплив на активи накопичувальної схеми. Зрештою фінансова схема може зруйнуватися. Однак так само, як державні організації майже напевно будуть виручені урядом, рятувальні човни та рятувальні програми можуть бути встановлені для приватного сектора. У Німеччині, Швейцарії, Сполученому Королівстві, Сполучених Штатах і Онтаріо (Канада) діють схеми пенсійних гарантій для НПФ [0].

У принципі, державні пенсії повинні мати менший ризик високої вартості, ніж приватні схеми, оскільки вони можуть використовувати ефект масштабу та спрощене адміністрування (завдяки меншій персоналізації) і не нести маркетингових витрат. Угоди з недержавного фінансування можуть вжити заходів, щоб зменшити свої витрати: чотири галузеві професійні схеми. У багатьох країнах ОЕСР було запроваджено політику стримування витрат і узгодження зборів із витратами на приватні пенсійні виплати.

Ризик довголіття – це ризик того, що людина проживе довше, ніж очікувалося, і таким чином вичерпає свої ресурси. Пенсії, як солідарні, так і накопичувальні, захищають людей від ризику довголіття, забезпечуючи потік виплат протягом усього життя. Однак це призводить до проблем стабільності та справедливості між поколіннями, якщо відносно менша кількість працездатного населення вимагається для підтримки пенсій відносно більшої кількості пенсіонерів протягом тривалого періоду. Системи НПФ є найбільш вразливими до демографічних змін, які змінюють співвідношення між розміром когорти, яка працює та сплачує внески, та розміром когорти, яка отримує виплати, оплачені цими внесками.

Література

1. Understanding personal pensions. URL: <https://www.nidirect.gov.uk/articles/understanding-personal-pensions>
2. Five Important Principles for a Successful Mandatory Funded Pension for Ukraine. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/opinion/2021/11/17/five-important-principles-for-a-successful-mandatory-funded-pension-for-ukraine>
3. Kawinski M., Stanko D., Rutecka J. (2012), «Protection mechanisms in the old age pension systems of the CEE countries», Journal of Pension Economics and Finance, (pure.uvt.nl) Vol. 11/4, pp. 581-609, (www.actuarialpost.co.uk) DOI: <https://doi.org/10.1017/S147474721200008X>

УДК 330

Лісняк С. І., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Халіляєва О. В., здобувачка,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

Коваль В.Г., здобувач,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМКИ

У сучасних умовах поняття сталого розвитку стає все більш актуальним, особливо в контексті стрімкого технологічного прогресу. Зростаюча увага до екології, соціальної відповідальності та інноваційних рішень визначає необхідність перегляду підходів до інвестування та економічного розвитку. У цьому контексті концепція смарт-економіки виявляється ключовою, пропонуючи новий підхід до організації бізнесу, управління ресурсами та взаємодії між людьми та технологіями [1-7].

Поняття «смарт-економіки» набуває актуальності, відображаючи зміни у способах виробництва, споживання та управління ресурсами. В цьому контексті, інвестиційний потенціал сталого розвитку виступає як ключовий домінант для досягнення ефективного та екологічно збалансованого економічного зростання [1; 3; 6].

Неможна переоцінити значення смарт-економіки для сталого розвитку, а саме [2; 4; 7]:

1. Смарт-економіка базується на використанні передових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей, блокчейн тощо, для оптимізації процесів у всіх сферах життя, що спрямована на забезпечення ефективного використання ресурсів, зменшення відходів та покращення якості життя.

2. Сталість розвитку є одним із головних принципів смарт-економіки, яка означає, що розвиток має відбуватися таким чином, щоб задовольняти потреби сьогодення, не позбавляючи змоги майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Інвестування в сталий розвиток в умовах смарт-економіки спрямоване на забезпечення цього принципу.

Інвестиційний потенціал для сталого розвитку проявляється в таких аспектах [5; 6; 7]:

1. Енергетика – одним із ключових напрямків інвестування є розвиток відновлювальних джерел енергії. Використання сонячної, вітрової та гідроенергетики дозволяє зменшити викиди вуглецю та залежність від нестабільних ресурсів.

2. Транспорт – інвестиції в розвиток електромобілів та громадського транспорту на базі альтернативних джерел енергії допомагають знизити забруднення повітря та покращити якість середовища.

3. Управління водними ресурсами – використання IoT технологій для моніторингу та оптимізації використання водних ресурсів сприяє збереженню води та зменшенню втрат.

4. Будівництво – застосування зелених технологій у будівництві та реконструкції будівель сприяє зниженню споживання енергії та викидів CO₂.

Хоча інвестиції в сталий розвиток є перспективними, їх реалізація зустрічає певні перепони, серед яких – високі початкові витрати на впровадження нових технологій, недостатня правова база та невпевненість в політичних стратегіях.

Таким чином, умови смарт-економіки відкривають широкі можливості для ефективного використання ресурсів, де інтеграція розумних технологій у всі сфери життя дозволяє оптимізувати виробництво, зменшувати відходи та споживання енергії. Це, у свою чергу, створює сприятливі умови для інвестування у проекти, спрямовані на створення екологічно чистих технологій,

відновлювані джерела енергії та ефективне використання ресурсів. Також, смарт-економіка передбачає активний розвиток інноваційних технологій та інфраструктури, де інвестиції в дослідження та розвиток нових рішень стають критичними для забезпечення конкурентоспроможності в умовах швидкозмінного ринку [1-7; 8-10].

Отже, інвестиційний потенціал для сталого розвитку в умовах смарт-економіки є важливим інструментом для досягнення екологічно збалансованого економічного зростання, де забезпечення ефективного використання ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище є ключовим завданням для сучасного бізнесу та держави. Шляхом інтеграції розумних технологій, розвитку інноваційних рішень та сприяння соціальному розвитку можна досягти балансу між економічними, екологічними та соціальними аспектами розвитку, де розвиток інвестиційних стратегій відіграє важливу роль у створенні майбутнього, яке буде економічно процвітаючим і екологічно стійким.

Література

1. Заяць В. В. Інструменти залучення іноземних інвестицій та фінансування інвестиційних проектів в Україні / В. В. Заяць, П. В. Пузирьова // Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали II Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 18 листопада 2021 року. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2021. – С. 106-114.

2. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.

3. Пузирьова П. В. Актуалізація інформаційних технологій як чинника розвитку та підтримки смарт-економічних процесів в інноваційній сфері / П. В. Пузирьова, С. Синиця // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції,

м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 76-78.

4. Пузирьова П. В. Засади використання штучного інтелекту в інвестиційно-фінансовій сфері / П. В. Пузирьова, Д. Ірнazarов, О. Халіляєва // Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 2. – Київ : НТУ, 2023. – С. 136-139.

5. 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.

6. Рудик Ю. В. Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві / Ю. В. Рудик ; наук. кер. П. В. Пузирьова // Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» : матеріали IV Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції (5 грудня 2019 р., м. Київ). – Київ : КНУТД, 2019. – С. 313-320.

7. Шацька З. Я. Галузі креативної економіки: економічна політика та інвестиційна привабливість / З. Я. Шацька, О. В. Халіляєва // 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. 240-242.

8. Чернявська О.В., Міщенко С.Г., Педченко Н.С. та інші (2012). Фінансово-інвестиційні детермінанти регіонального розвитку. Полтава: РВВ ПУЕТ, 80/386 с.

9. Чернявська О.В. Фінансово-інвестиційні детермінанти регіонального розвитку: Монографія [О.В. Чернявська, С.Г. Міщенко, Н.С. Педченко та ін. За науковою редакцією проф. Чернявської О.В.] – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2012. – 386 с.

10. Чернявська О.В., Гнипа-Черневецька Л.В. Стартап як об’єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування друк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. - №5 (83).

УДК 330

Семенов К. С., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Одинець Р. В., здобувач,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м Черкаси, Україна

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ СМАРТ-СИСТЕМ

В мінливих умовах сьогодення, де швидкість змін і технологічний прогрес трансформують бізнес-ландшафт, безпека підприємств стає найважливішим аспектом успішного функціонування. Збільшення конкуренції, кіберзагрози, ризики безпеки праці, а також потреба у збалансованому підході до захисту активів та інтересів компанії вимагають від підприємств ефективних стратегій управління безпекою, де провідна роль належить смарт-системам [1; 3; 6].

Смарт-системи – це комплексні технологічні рішення, що об'єднують в собі сенсори, програмне забезпечення та засоби зв'язку для збору, аналізу та використання даних з метою автоматизації та оптимізації процесів. Їх використання у сфері управління безпекою підприємств надає цілий ряд переваг [2; 5]:

по-перше, смарт-системи дозволяють здійснювати постійний моніторинг за об'єктами безпеки. Сенсори, вбудовані в систему, забезпечують неперервний збір інформації про стан об'єктів та оточуючого середовища, що дозволяє виявляти потенційні загрози та ризики навіть на ранніх стадіях їх виникнення;

по-друге, смарт-системи забезпечують швидкий реагування на небезпечні ситуації. Завдяки аналізу даних у реальному часі та використанню штучного інтелекту, ці системи можуть автоматично спрацьовувати (сигнали тривоги) і

надавати рекомендації щодо дій персоналу для запобігання аваріям або інцидентам;

по-третє, смарт-системи дозволяють оптимізувати ресурси та знижувати витрати на управління безпекою. Автоматизація багатьох процесів, включаючи моніторинг, аналіз та управління, дозволяє підприємствам зменшувати потребу в людських ресурсах та знижувати ризик помилок;

по-четверте, смарт-системи надають можливості для розширення функціоналу та інтеграції з іншими системами безпеки. Інтеграція з системами контролю доступу, відеоспостереження та пожежної сигналізації дозволяє створювати комплексні заходи безпеки, що забезпечують повне охоплення всіх аспектів захисту.

Незважаючи на численні переваги, впровадження смарт-систем для управління безпекою підприємства може мати також деякі перешкоди [4; 5; 6]:

– вартість впровадження – великі витрати на придбання та впровадження необхідного обладнання та програмного забезпечення можуть стати перешкодою для деяких підприємств, особливо для малих та середніх підприємств;

– приватність та безпека даних – збір та зберігання великого обсягу даних може створювати загрозу їх неправомірного використання або доступу з боку третіх осіб;

– необхідність кваліфікованого персоналу – для успішної експлуатації смарт-систем необхідний кваліфікований персонал з розумінням принципів їх роботи та можливостей.

Також, важливо відзначити, що успішне впровадження смарт-систем вимагає не лише технологічних знань, але й відповідної стратегії та культури безпеки на підприємстві. Залучення всього персоналу до процесу інтеграції та навчання роботі з новими системами є ключовим елементом успішної реалізації проекту [1-6; 7].

Отже, управління безпекою підприємств за допомогою смарт-систем відкриває нові можливості для підвищення ефективності та надійності безпеки на виробництві, хоча впровадження таких систем може зустрічати певні виклики, їх переваги в перспективі переважають і можуть значно покращити умови праці та знизити ризики для працівників та майна підприємства.

Література

1. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.
2. Пузирьова П. В. Основи управління фінансово-економічною безпекою підприємств в сучасних умовах / П. В. Пузирьова // Світ економічної науки : збірник тез доповідей за матеріалами міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування, м. Тернопіль, 30 жовтня 2019 року. – Вип. 17. – Тернопіль : ФО-П Шпак В. Б., 2019. – С. 31-33.
3. Пузирьова П. В. Формування механізму економічної безпеки підприємств у фокусі інноваційного стратегічного розвитку / П. В. Пузирьова, О. Покальчук, А. Свиридов // Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 10-11 жовтня 2023 року. – Ч. 2. – Київ : НТУ, 2023. – С. 140-143.
4. Olshanska O. Financing innovative activities as a factor of ensuring financial and economic security of industrial enterprises in the conditions of continuous development / O. Olshanska, P. Puzyrova // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 11 (246). – С. 42-50.
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. Tkachenko V. Fundamentals of financial and economic security management of Ukrainian enterprises / V. Tkachenko, I. Tkachenko, P. Puzyrova // Research Papers in Economics and Finance. – 2020. – Vol. 4, No. 2. – P. 41-51.
7. Чернявська О.В., Василенко В.М., Дубіщев В.П., Чернявський В.В. (2003). Проблеми та напрями вдосконалення системи фінансового забезпечення реалізації інвестиційної політики регіонів. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка „Економіка і регіон”, Полтава: ПолтНТУ, № 1, С. 10-14.

УДК 330

Охріменко І. В., д.е.н., проф.,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права, м. Київ, Україна
Дренін П. С., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Алімов Р. З., здобувач,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м Черкаси, Україна

СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

За останні десятиліття поняття сталого розвитку стало однією з ключових тем для глобального співтовариства. У контексті зовнішньоекономічної діяльності, досягнення сталого розвитку стає важливим завданням для країн, що бажають підтримувати економічний ріст, при цьому зберігаючи баланс з природними ресурсами та мінімізуючи негативний вплив на навколишнє середовище. У цьому контексті, концепція «СМАРТ-спеціалізації» стає стратегічним напрямом сталого розвитку в зовнішньоекономічній діяльності [1-7].

Спершу варто розібратися, що означає термін «смарт-спеціалізація». SMART - це абревіатура, що означає конкретні (Specific), вимірювані (Measurable), досяжні (Achievable), реалістичні (Relevant) та відмітні (Time-bound) цілі. У контексті спеціалізації це означає обрання конкретних напрямків розвитку, які відповідають цим критеріям і сприяють сталому економічному зростанню.

Смарт-спеціалізація у зовнішньоекономічній діяльності полягає в тому, щоб країна або регіон зосереджували свої зусилля та ресурси на розвитку конкретних галузей або продуктів, де вони мають конкурентні переваги або потенційні переваги, що може включати експорт товарів або послуг, які

виробляються з використанням унікальних ресурсів або ноу-хау, або розвиток імпортозаміщення в стратегічно важливих секторах [1; 3; 7].

Один із ключових аспектів смарт-спеціалізації полягає в аналізі ринкових тенденцій та попиту, а також урахуванні технологічних можливостей. Наприклад, країна може обирати спеціалізуватися на виробництві екологічно чистих продуктів або використанні відновлювальних джерел енергії, відповідаючи попиту на зелені технології та сталість [2; 4].

Для успішної реалізації стратегії смарт-спеціалізації необхідна активна взаємодія між урядом, бізнес-спільнотою та академічним сектором. Уряд може стимулювати розвиток обраної спеціалізації за допомогою податкових пільг, фінансової підтримки досліджень та розвитку, а також політики інноваційного розвитку. Бізнес-спільнота може вносити свої знання та ресурси для створення конкурентоспроможних продуктів та послуг. Академічний сектор може забезпечити необхідні наукові дослідження та розвиток технологій [5; 6].

Одним з основних принципів смарт-спеціалізації є відмова від загального підходу до розвитку на користь індивідуального, у якому кожен регіон чи країна визначає свої власні стратегічні пріоритети, що враховує специфіку ресурсів, інфраструктури, людського потенціалу та інноваційного середовища кожної конкретної території. Саме тому смарт-спеціалізація є ефективним інструментом для розвитку не лише великих міст, але й менших регіонів, які можуть використовувати свої унікальні особливості для залучення інвестицій та створення робочих місць [2; 3; 10; 11].

Завдяки смарт-спеціалізації у зовнішньоекономічній діяльності країни можуть зосередити свої зусилля на експорті та розвитку конкретних товарів чи послуг з високим доданою вартістю, що дозволяє збільшити експортні потоки та розвивати нові ринки, що сприяє зростанню економіки та зниженню залежності від імпорту. Одним із прикладів успішної реалізації смарт-спеціалізації є стратегія Європейського Союзу в рамках політики регіонального

розвитку. Шляхом ідентифікації ключових галузей та стимулювання інноваційних ініціатив у різних регіонах, ЄС досягає більшого рівня конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Однак, успішна реалізація стратегії смарт-спеціалізації вимагає комплексного підходу та планування національних та регіональних рівнів, що включає в себе розробку ефективних інструментів підтримки інновацій, сприяння підприємництву, розвиток науково-технічної бази та залучення іноземних інвестицій [1-3; 8; 9].

Отже, смарт-спеціалізація у зовнішньоекономічній діяльності виступає як стратегічний напрям сталого розвитку, спрямований на забезпечення економічного зростання країни або регіону, зберігаючи при цьому баланс із збереженням природних ресурсів та мінімізацією негативного впливу на навколишнє середовище, що вимагає системної роботи всіх зацікавлених сторін, а також вміння адаптуватися до змін у міжнародному середовищі та економічних умовах.

Література

1. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.
2. Шацька З. Я. Інноваційне відновлення промислового комплексу України на засадах стратегії смарт-спеціалізації / З. Я. Шацька, А. Л. Когут // Формування ринкових відносин в Україні. – 2023. – № 6 (265). – С. 12-17.
3. Шацька З. Я. Смарт-спеціалізація регіонів, як перспективний напрям післявоєнного відновлення економіки / З. Я. Шацька, А. А. Когут // Innovations and prospects in modern science : proceedings of II International Scientific and Practical Conference, Stockholm, Sweden, 13-15 February 2023. – SSPG Publish, Stockholm, Sweden, 2023. – P. 460-462.
4. Bychkova V. Theoretical basics of the strategy of the entry of foreign enterprises to the markets of Ukraine / V. Bychkova, P. Puzyrova // Інноватика в

освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали III Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2022 року. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2022.

5. 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.

6. Olshanska O. Financing innovative activities as a factor of ensuring financial and economic security of industrial enterprises in the conditions of continuous development / O. Olshanska, P. Puzyrova // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 11 (246). – С. 42-50.

7. 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.

8. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.

9. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9.

10. Чернявська О.В. (2005). Особливості забезпечення попиту на ринках праці регіонів України в умовах реалізації зовнішньоекономічних відносин (на матеріалах Полтавської області). Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Сер.: „Економічні науки”, Полтава: РВВ ПУЕТ, №1 (15), С.26 – 32.

11. Чернявська О.В. (2014). Національна економіка: сучасний стан інтеграції до світового простору та оцінка результатів внутрішньої і зовнішньої державної політики. В розділі 1.1 монографії «Національна економіка в умовах формування нової фінансово-економічної архітектури світу», Полтава: РВВ ПУСКУ, с. 8-24.

УДК 330

Заріцька Н. М., к.е.н., доц.,
Бурмецький В. В., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Бубко В. Г., здобувач,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки, м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СМАРТ-СТРАТЕГІЙ ТНК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У сучасному світі, що характеризується швидким розвитком технологій та глобалізацією, транснаціональні корпорації (ТНК) відіграють ключову роль у формуванні міжнародних економічних відносин. Глобалізація впливає на усі сфери сучасного життя, зокрема на економіку та бізнес. Транснаціональні корпорації є ключовими учасниками глобального ринку і виконують важливу роль у формуванні міжнародних стратегій [1-5].

Смарт-стратегії в контексті ТНК визначаються як інноваційні та адаптивні підходи до управління, які дозволяють корпораціям ефективно взаємодіяти з глобальним середовищем. Основні складові смарт-стратегій включають цифрові технології, гнучкість в управлінні та аналіз даних. До основних чинників формування смарт-стратегій ТНК відносять [1; 3; 4]:

1. Технологічні інновації – ТНК активно впроваджують передові технології для оптимізації виробництва та взаємодії з клієнтами.
2. Глобальна конкуренція – умови глобального ринку змушують ТНК постійно шукати нові способи підвищення конкурентоспроможності.
3. Зміни в споживчих уподобаннях – ТНК адаптують свої стратегії до змін у попиті споживачів та трендів ринку.

Формування міжнародних смарт-стратегій для транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації має кілька ключових аспектів [2; 5]:

– аналіз ринку та конкуренції – в рамках глобалізації ринки стають більш конкурентними та складними, тому ТНК повинні проводити ретельний аналіз міжнародних ринків, враховуючи місцеві особливості, конкурентну ситуацію та потреби споживачів;

– глобальна стратегія присутності – ТНК повинні визначити оптимальну стратегію для своєї глобальної присутності, включаючи вибір ринків для розвитку, механізми входу на ці ринки (наприклад, філії, франчайзинг, або стратегічні партнерства), інвестиційні пріоритети тощо;

– технологічні інновації – глобальна конкуренція прискорює інновації, тому ТНК повинні бути лідерами щодо технологічних та інноваційних рішень, щоб забезпечити конкурентоспроможність та збільшення продуктивності;

– управління міжнародними ресурсами – ефективне управління глобальними ресурсами, такими як людські, фінансові та матеріальні, є критично важливим для ТНК, що включає в себе розробку глобальних стратегій управління персоналом, фінансовим плануванням та логістикою;

– ризик-менеджмент – глобалізація приносить нові ризики, такі як валютні коливання, політична нестабільність та кризові ситуації, тому ТНК повинні розробляти стратегії ризик-менеджменту, щоб зменшити вплив таких ризиків на свою діяльність;

– корпоративна соціальна відповідальність – у глобальному світі ТНК повинні брати до уваги соціальні та екологічні аспекти в своїх стратегіях розвитку, щоб зберігати довіру споживачів та місцевих спільнот.

Отже, формування міжнародних смарт-стратегій для ТНК в умовах глобалізації вимагає комплексного підходу та постійного адаптування до змін на світовому ринку. В умовах глобалізації ТНК мають ключове значення у формуванні міжнародних економічних відносин, і саме тому, смарт-стратегії є домінуючим інструментом, що дозволяє їм адаптуватися до змін у глобальному середовищі та забезпечувати стійкий розвиток [1-6].

Література

1. Ольшанська О. В. Концепція віртуального підприємства та його особливості в умовах смарт-економіки / О. В. Ольшанська, П. В. Пузирьова // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 204-205.

2. Пузирьова П. В. Актуалізація інформаційних технологій як чинника розвитку та підтримки смарт-економічних процесів в інноваційній сфері / П. В. Пузирьова, С. Синиця // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 76-78.

3. Шацька З. Я. Досвід зарубіжних країн у реалізації концепції смарт-спеціалізації як запорука інноваційного відновлення промислового комплексу України / З. Я. Шацька, А. Л. Когут // 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. 16-19.

4. Шацька З. Я. Смарт-логістика, як перспективний напрям розвитку діяльності підприємств / З. Я. Шацька, О. Стужний // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 62-64.

5. Шацька З. Я. Смарт-спеціалізація регіонів, як перспективний напрям післявоєнного відновлення економіки / З. Я. Шацька, А. А. Когут // Innovations and prospects in modern science : proceedings of II International Scientific and Practical Conference, Stockholm, Sweden, 13-15 February 2023. – SSPG Publish, Stockholm, Sweden, 2023. – P. 460-462.

6. Чернявська О.В. (2005). Оцінка міграційної активності на ринках праці регіонів України та їх привабливість для зовнішніх мігрантів. Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць, Київ: НДЕІ Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України, Вип. 11 (54), С. 134-140.

ПЛАТФОРМА 3.

**ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ
СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТА ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ**

338.246.025.2

Белялов Т.Е., д.е.н., професор
Люманов А.С., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

**ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В
УМОВАХ ВІЙНИ**

Воєнна агресія росії проти України має негативний вплив як на загальну економічну ситуацію в країні, так і на розвиток українського бізнесу. Залучення представників державної влади до підтримки українських підприємців стає важливим критерієм для подальшого розвитку бізнесу та підвищення макроекономічних показників в цілому.

Державна підтримка у підприємстві означає системне державне регулювання підприємницької діяльності, що передбачає створення ефективних інструментів та механізмів підтримки бізнесу, розробку та впровадження ефективної політики держави у сфері стимулювання розвитку бізнесу, включаючи створення сприятливого середовища для його підтримки та нормального функціонування. В умовах війни пріоритетність державного регулювання та підтримки підприємництва вимагає зміни форми прямого адміністративного сприяння до побудови сприятливого економічного та соціального середовища для удосконалення механізмів та інструментів стимулювання розвитку підприємництва.

Одним із можливих шляхів надання державної підтримки є реалізація програм кредитування для суб'єктів господарювання. За період функціонування Державної програми «Доступні кредити 5–7–9 %», що розпочала діяти із 4

вересня 2023 року, підприємства вже скористалися 71 013 кредитами на суму 229,5 млрд гривень. З цих кредитів 48 113 отримали від державних банків на суму 101,01 млрд гривень [1].

Протягом періоду воєнного стану в Україні, у рамках програми було підписано 36 191 кредитний договір на суму 139,8 млрд гривень (включаючи 27 657 договорів з банками державного сектору на суму 74,4 млрд гривень). З цих кредитів: 57,82 млрд гривень було використано на антивоєнні заходи; 33,9 млрд гривень на підтримку сільськогосподарських товаровиробників; 7,93 млрд гривень – на антикризові цілі; 6,79 млрд гривень – на інвестиції; та 4,07 млрд гривень – на рефінансування попередніх кредитів.

Важливим напрямом для підтримки малого та середнього підприємництва є впровадження грантових програм. Міністерство цифрової трансформації України та Міністерство економіки України спільно запровадили грантову програму в рамках ініціативи міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП». Ця програма реалізується за підтримки німецької компанії Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, що фінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини. Кожен грант може складати до 10 000 євро або 400 000 гривень [2].

За підтримки Агентства США з міжнародного розвитку USAID запускається освітньо-грантова програма «Міцність» у рамках проекту «Зміцнення громадської довіри (UCBI)». Ця програма, на яку виділено 60 тис. дол. США, спрямована на надання допомоги малим та середнім підприємцям, які постраждали від повномасштабної війни у Харківській, Дніпропетровській та Одеській областях [3]. Програма передбачає проведення комплексу офлайн-заходів у центрах підтримки підприємців «Дія.Бізнес» в Одесі, Харкові та Кривому Розі. Ці заходи дадуть можливість 60 малим і середнім підприємствам отримати фінансову підтримку для створення нових робочих місць та

економічного розвитку регіонів [3].

Учасники проєкту, які продемонструють найбільший прогрес, матимуть можливість отримати фінансову допомогу в розмірі 3 тис. дол. США кожен. Ці кошти можна буде використати на закупівлю нового обладнання, ремонт приміщення, поповнення запасів сировини та інші витрати, необхідні для розвитку бізнесу.

На засіданні 10 серпня 2023 року міжвідомча робоча група з дерегуляції прийняла рішення щодо скасування або оптимізації майже 75% інструментів державного регулювання в сфері будівництва, за якими відповідає Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України [4]. Зокрема, рекомендується скасувати процедуру отримання дозволів, які видавали виконавчі органи сільських, селищних і міських рад на переобладнання та перепланування житлових будинків та приміщень у них, якщо це не стосується несучих конструкцій та інженерних систем.

Отже, основною та найважливішою стратегією для стимулювання економіки в умовах війни є впровадження заходів, спрямованих на покращення умов для бізнесу та перегляд системи державного регулювання підприємницької діяльності.

Література

1. Міністерство фінансів України. За час дії воєнного стану в межах Державної програми «Доступні кредити 5-7-9 %» видано 36 191 пільгових кредитів на суму близько 140 млрд грн.
URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/minfin_zh_chas_dii_voennogo_stanu_v_me_z...
2. 10 000 євро для малого бізнесу: отримайте грант від EU4Business.
URL: <https://thedigital.gov.ua/news/10-000-evro-dlya-malogo-biznesu-otrimayt...>
3. Міністерство цифрової трансформації України. 60 000 доларів для малих та середніх підприємців: стартує освітньо-грантова програма «Міцність».
URL: <https://thedigital.gov.ua/news/60-000-dolariv-dlya-malikh-ta-serednikh-...>
4. Міністерство економіки України.
URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=eb803f14-c75e-4d3d-a52f...>

УДК 378.09:316.6

Ладонько Л. С.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри мистецьких дисциплін,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів, Україна

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Освітнє середовище з часом зазнає трансформації та еволюції, оскільки змінюються соціокультурні чинники та очікування суспільства. Соціокультурні зміни впливають на всі аспекти системи освіти, включаючи освітні та навчальні програми, методи та форми навчання, фізичну організацію освітнього середовища та освітнього процесу.

Ключові слова: освітнє середовище, соціокультурні трансформації, соціокультурні компетентності.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні провідних особливостей та змін в соціокультурних трансформаційних процесах, що відбуваються в освітньому середовищі ЗВО, а також дослідженні наслідків цих змін для успішної професійної і життєвої самореалізації здобувачів вищої освіти.

Соціокультурні трансформації – це зміни в соціальній та культурній перспективі суспільства, які впливають на сприйняття і взаємодію людини із навколишнім світом, утвердження нових суспільних ідеалів та моральних норм. Освітнє середовище зазнало численних трансформацій у відповідь на суспільні зміни. Наприклад, розвиток технологій і зростаюче розмаїття індивідуальних запитів здобувачів щодо якості і змісту навчальних компонентів змусили освітні системи переосмислити свій підхід до викладання і навчання. Наразі сучасна вища освіта орієнтована на формування фахівця не просто знаючого, а компетентного, здатного до навчання впродовж життя, який розуміє власну стратегію свого професійного становлення і розвитку [1, с. 2].

Головним драйвером соціокультурної трансформації освітнього середовища, який на початку XXI століття дав поштовх зазначеним процесам можна вважати інтеграцію у сфері глобальної освіти. Дана тенденція отримала розвиток як в окремих країнах, так і на регіональному та глобальному рівнях і є частиною складного та всебічного процесу зближення, взаємодії та взаємопроникнення національних освітніх систем. Регіоналізація та інтеграція у європейський освітній простір передбачає збереження національної, регіональної ідентичності, визнання важливості культурного розмаїття в національній системі освіти, забезпечення аргументованого та вмотивованого переходу до заданих стандартів з максимальною орієнтацією на особливості, напрацьовані унікальні практики та рівень вищої освіти, що сформувались в Україні. Зазначимо, що визнання культурного розмаїття вже призвело до збільшення акценту на мультикультурній освіті та інтеграції різних культур у навчальні програми ЗВО.

Ще однією з найважливіших соціокультурних трансформацій в освітньому середовищі став перехід до студентоцентрованого навчання та запровадження таких базових принципів як турбота про студентів, повага до їхньої індивідуальності, формування особистості фахівця на засадах співробітництва. За даним підходом студенти набувають відповідальності за власне навчання, атмосферу якої створює заклад вищої освіти як середовище, що стимулює самопідготовку, розвиток автономії здобувача, оцінку знань на початку і в кінці навчального курсу, роботу з кожним за індивідуальною траєкторією тощо. Ця трансформація відбулася завдяки зміні ставлення суспільства до освіти, яке перейшло від сприйняття освіти як засобу для досягнення певної мети до сприйняття освіти як процесу особистісного зростання і розвитку. Відповідно до цієї зміни відбувається перенос акцентів ЗВО, які сьогодні вчать здобувачів вчитися, а не просто дають знання.

Фізичне середовище, в якому відбувається навчання, також зазнало трансформації. З розвитком технологій на зміну традиційній аудиторії прийшли більш гнучкі освітні простори, які сприяють спільному навчанню та індивідуалізованому викладанню. Доступність технологій відкрила нові шляхи організації освітнього процесу, і тепер здобувачі можуть отримати доступ до інформації з будь-якої точки країни і світу. Це створює можливості для співпраці та персоналізації навчального досвіду. Однак, це також створює певні виклики для освітян, оскільки вони повинні адаптуватися до нових форм організації освітнього процесу, таких як поєднання традиційного offline-навчання в аудиторіях з online-навчанням, що відповідає асинхронному режиму взаємодії між суб'єктами дистанційного навчання, застосовуючи при цьому різні навчальні платформи, програми, форуми, соціальні мережі тощо.

Розвиток технологій також спричинив появу нових методів оцінювання, зокрема адаптивного навчання та прийняття рішень на основі даних. У деяких випадках ці методики виявилися ефективними, але також викликали занепокоєння щодо конфіденційності даних і потенціалу технологій створювати упередженість в освітньому процесі.

Нарешті, соціокультурні трансформації призвели до зміни очікувань щодо того, що освіта повинна надавати здобувачам окрім професійних знань. У все більш складному і глобалізованому світі зростає визнання важливості не тільки професійних навичок (hard skills) майбутніх фахівців, а і softskills – це критичне мислення, креативність, можливість вирішувати нестандартні проблеми, комунікабельність, вміння працювати в команді. Це спричинило відхід від традиційних моделей навчання, які налаштовані на заучування матеріалу, на користь підходів, що ґрунтуються на застосуванні методів активізації творчої діяльності, партнерської, інформаційно-комунікаційної взаємодії, дискусійних, проблемно-орієнтованих, проєктних методиках, поєднанні теоретичного і практичного навчання.

Загалом, соціокультурні трансформації освітнього середовища відображають мінливий характер суспільства та необхідність адаптації освітнього процесу до цих змін. Соціокультурна змістова лінія передбачає

загальнокультурний розвиток здобувачів освіти, їх підготовку до життєдіяльності в українському соціумі. Велике значення сьогодні має і формування соціокультурної компетентності, як сукупності знань, умінь, навичок і здібностей особистості, що дають змогу сприймати себе як носія національних цінностей; на усвідомлення власних обов'язків як члена суспільства й відповідальності за майбутнє своєї країни; знання культурних норм поведінки українського суспільства, усталених форм самовираження та використання їх у професійній діяльності [2, с. 475]. Формування соціокультурної компетентності сьогодні прямо впливає і на поглиблення національно-патріотичної спрямованості як освітнього процесу, так і прагнень самих здобувачів вищої освіти. Мова, перш за все, йде про формування в молоді української національної ідентичності, патріотичної свідомості, розвитку й підтримки демократичних цінностей, відповідальної громадянської позиції та вмотивованої, свідомої готовності захищати національні інтереси, тобто ті особистісні характеристики, що актуалізувала збройна агресія росії [3, с. 475].

Вплив соціокультурних трансформацій відчувається в усіх аспектах освіти: від навчальної програми дисципліни до методів викладання та оцінювання, що має наслідки як для викладачів, так і для здобувачів. Це істотно ускладнює весь процес, але й дає водночас активніший, свідоміший, відповідальніший частині населення додатковий стимул для мобілізації та цілеспрямованих дій [4, с. 40-41].

Втім, вже сьогодні можна констатувати, що соціокультурні трансформації призвели до студентоцентрованого підходу у навчанні, більшого акценту на мультикультуралізмі та розвитку більш гнучкого освітнього простору,

вихованні моральних якостей здобувачів, формуванні особистості, яка має високу духовну культуру, етичні принципи та цінності, громадянську свідомість, що сприяє розвитку суспільства та держави загалом.

Література

1. Чернуха Н. М., Бахов І. С. Цілісність сучасного освітнього середовища як передумова якості освіти. Innovative solutions in modern science № 1 (1), 2016. С. 1-11.
2. Вітюк В. Основні шляхи формування соціокультурної компетентності учнів початкової школи. Рідне слово в етнокультурному вимірі. 2013. С. 474–479.
3. Шевчук Г. Й. Національно-патріотичне виховання молоді в умовах війни. Наукові інновації та передові технології. № 5(19) 2023. С. 630-635.
4. Рябчук М. Від навздогінної революції до навздогінної модернізації . Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2015. Вип. 4 (78). С. 32–41.

УДК 330.341.1(477):556.46

Белялов Т.Е., д.е.н., професор
Аширов Е.С., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

ПОКАЗНИКИ ІННОВАЦІЙНОЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

Ефективність результатів формування підприємницького університету передбачає реалізацію відповідного економічного механізму, що дає змогу здійснювати рух закладу вищої освіти до запланованої мети. Послідовність переходу закладу вищої освіти до підприємницького університету визначає системний підхід до формування та групування критеріїв закладу інноваційного типу.

Основними характеристиками підприємницького університету інноваційного типу можна вважати наступні:

- 1) наявність стратегії та цілей науково-інноваційної діяльності університету;
- 2) залученість співробітників та здобувачів у науково-інноваційну діяльність;
- 3) відтворення кадрового потенціалу науково-інноваційної сфери;
- 4) трансферт результатів фундаментальних та прикладних досліджень в освітній процес;
- 5) трансферт технологій, використання інновацій в освітній, науковій та виробничій діяльності всередині університету;
- 6) наявність системи підготовки фахівців у галузі інноваційної діяльності та інноваційного менеджменту;
- 7) забезпеченість науково-інноваційної діяльності закладу вищої освіти сучасною матеріально-технічною базою;
- 8) розвиненість інформаційної бази супроводу науково-інноваційної діяльності закладу вищої освіти та її інтеграції в корпоративне інформаційне середовище;
- 9) співвідношення витрат на інноваційну діяльність з усіх видів джерел доходів університету;
- 10) наявність в університеті інфраструктури з управління та забезпечення науково-інноваційної діяльності;
- 11) комерціалізація прикладних досліджень та передача технологій;
- 12) прибутковість інноваційної діяльності.

Кожний з наведених вище критеріїв може бути охарактеризовано набором показників, що мають давати змогу фіксувати стан робіт та динаміку

розвитку даного напрямку та визначати його ефективність.

При виборі системи показників доцільно керуватися такими вимогами:

- кількість основних показників для зручності планування та подальшого контролю має бути обмеженою (не більше 25-30);
- основні показники, що відображають обрані стратегічні пріоритети та відповідні завдання даного виду діяльності, повинні мати комплексний характер.

Критерії, що визначають інноваційний тип підприємницького університету, повинні формуватися з урахуванням принципів, які визначають наступні напрями перетворення:

- критерії системи університетського менеджменту повинні бути адаптовані до основних характеристик сучасного ринку та умов його функціонування;
- критерії повинні визначати інтеграцію підприємницької культури університету з усіма видами його діяльності та характеризувати залученість працівників до процесу постановки цілей й вибору оптимальних засобів їх досягнення (наявність та спадкоємність академічних цінностей, установка на лідерство, схильність до ризику, динамічність та підприємництво);
- критерії економічної стійкості університету повинні відображати стабільність фінансового стану (виражаються у збалансованості фінансів, мінімізації витрат, наявності резервів на розвиток).

Отже, до основних показників інноваційної діяльності підприємницьких університетів можна включити наступні:

1. Кількість та якість наукових досліджень з визначенням їхнього впливу на розвиток інновацій у певних галузях або секторах економіки;

2. Кількість та якість патентів, що отримав університет за результатами своєї науково-дослідної роботи;

3. Кількість та значимість успішних результатів перенесення технологій та інновацій з університетського середовища на комерційний ринок;

4. Кількість нових стартапів, що створені на основі технологічних розробок університету, а також їхня успішність та вплив на ринок;

5. Обсяги та якість співпраці підприємницьких університетів з промисловими підприємствами для спільного проведення досліджень та розробки нових продуктів чи послуг;

6. Активність університету у програмах підтримки інновацій та підприємництва, які надають фінансову, консультативну або іншу підтримку здобувачам та випускникам.

Вищенаведені показники можуть варіюватися залежно від конкретного закладу вищої освіти та його стратегії розвитку інноваційної діяльності.

Загальну успішність інноваційної діяльності підприємницького університету визначає залученість науково-педагогічного персоналу в інноваційну підприємницьку діяльність, трансферт їхніх досліджень у освітній процес та підвищення його якості через зростання доходів (або зменшення витрат) університету від освітньої діяльності.

Література

1. Atkinson R.C., Blanpied W.A. Research Universities: Core of the US Science and Technology System. *Technology in Society*. 2008. No. 30. Pp. 30–48. URL:http://www.rca.ucsd.edu/speeches/tis_researchuniversitiescoreoftheusscienceandtechnologysystem1.pdf

УДК 005.95/.96

Реверенда М.С., аспірант
кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Смірнов С. Ю., аспірант
кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Підприємство представляє собою складну систему, в якій ключове значення має людина – активний творчий учасник зі своїми індивідуальними характеристиками. Особистість кожного співробітника та її професійні якості є основою для розвитку організації. Управління персоналом є однією з найважливіших функцій керівника, який делегує повноваження, завдання та відповідальність. Управління персоналом базується на різноманітних методах, проте існують загальні критерії, одним з яких є оперативність – ефективне керування в повсякденній роботі. Стиль управління персоналом визначається характером відносин між працівниками та керівництвом. Управління персоналом тісно пов'язане з технологічним та виробничим процесами, а також забезпечує єдність з метою досягнення цілей підприємства. Воно включає в себе як керівництво персоналом, так і аналітичну роботу з даними для визначення вимог до персоналу.

Управління персоналом можна розглядати на трьох рівнях, що представляють різні аспекти його діяльності:

1. Оперативний рівень включає всі аспекти безпосередньої роботи з персоналом, такі як аналіз даних про співробітників, визначення їхньої вартості та керівництво персоналом.

2. Тактичний рівень підкреслює взаємозв'язок роботи з персоналом з загальними процесами управління персоналом.

3. Стратегічний рівень визначає стратегічні орієнтири управління персоналом, зокрема спрямованість на відносини та інформацію. Цей рівень спрямований на підвищення конкурентоспроможності, підтримку ділової стратегії та прогнозування ринкових умов для робочої сили [1].

Головна мета управління персоналом полягає у максимізації потенціалу працівників шляхом їх формування, розвитку та ефективного використання. Це включає вдосконалення робочих процесів для кожного співробітника з метою оптимального використання їх талантів та навичок для досягнення цілей підприємства. Такий підхід сприяє підтримці та збереженню продуктивності всієї команди в контексті визначених завдань [2].

Отже, управління персоналом включає комплексний і систематичний вплив на процес формування, розподілу та оптимізації кадрового складу підприємства за допомогою різноманітних організаційних, економічних і соціальних заходів. Його основна мета полягає в створенні умов для ефективного використання робочого потенціалу працівників з метою успішного управління та розвитку компанії. Персонал є важливим стратегічним ресурсом, який потрібно постійно розвивати та вдосконалювати. Лише завдяки системі управління персоналом, спрямованій на підвищення продуктивності та ефективності праці, можна говорити про успішний розвиток підприємства. Основна мета управління персоналом полягає в тому, щоб ставитися до працівників як до цінного ресурсу, що додає цінності компанії.

Література

1. Управління персоналом: Навч. посібник О. Г. Дейнека, Л. О. Позднякова, І. В. Паламарчук та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2019. – 226 с.

2. Глущенко, Л., Пілявоз, Т., & Коваль, Н. (2022). Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством / Л. Глущенко, Т. Пілявоз, Н. Коваль // Економіка та суспільство.- 2022.- №35. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-41>

УДК 331

Гончаренко І. М., к.е.н., доцент
Гришина М.Т., здобувачка
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА, ЇЇ РОЗВИТОК ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємницька освіта та розвиток підприємництва є важливими аспектами для будь-якої країни, зокрема для України. Підприємці, обираючи свій складний і ризикований шлях, що потребує енергії, цілеспрямованості та волі, і зараз, у непростих для нашої держави умовах, опановують та розвивають нові напрямки бізнесу, інноваційні технології, таким чином визначають майбутнє нашої країни. Тому, правильним вважаємо твердження: «Підприємці – це головна рушійна сила економіки». Отже, для України безумовно важливо розвивати напрям підприємницької освіти.

В умовах сьогодення надзвичайно актуально та важливо розглядати питання впровадження освітніх програм з підприємництва в Україні. Метою таких освітньо-професійних програм має бути підготовка висококваліфікованих фахівців з підприємництва, здатних до створення власного бізнесу та управління його ефективним функціонуванням у реальному бізнес-середовищі. Вітчизняні науково-педагогічні працівники мають можливість та здатні розвивати спеціальні освітні програми з підприємництва на різних рівнях, починаючи від середньої школи і закінчуючи вищою освітою. Такі освітні програми повинні включати практичні навички управління бізнесом, фінансову грамотність, маркетинг, технологічні інновації та інші аспекти, необхідні для успішного підприємництва та розвитку власного бізнесу.

Наразі постає завдання вирішення питання цілеспрямованої підтримки молодих підприємців. Для стимулювання молодих людей до підприємництва

створюються спеціальні програми та інкубатори для підтримки інноваційних ідей та проектів молоді. Це можливо за умов фінансової підтримки, професійного консультування досвідченими підприємцями, наявних ініціативних програм, спрямованих на підтримку молодих підприємців.

Уряд України та неприбуткові організації надають гранти та фінансову підтримку молодим підприємцям для розвитку їхніх бізнес-проектів. Ця підтримка може включати фінансові стипендії, безвідсоткові кредити, гранти на інноваційні проекти тощо. Існують різні інкубатори та акселератори для молодих підприємців, які надають їм доступ до експертного менторства, освітніх програм, мережових можливостей та фінансової підтримки. Наприклад, Ukrainian Startup Fund надає фінансову підтримку для розвитку стартапів.

В Україні діють освітні програми та навчальні центри, спрямовані на розвиток підприємницьких навичок у молоді. В закладах вищої та фахової перед вищої освіти проводяться бізнес-тренінги, курси з підприємництва, майстер-класи з маркетингу та управління бізнесом. Різні бізнес-організації та спільноти активно працюють над створенням сприятливого середовища для молодих підприємців. Це може включати проведення мережових заходів, обмін досвідом та практичними порадами, а також підтримку у формуванні бізнес-контактів. Впроваджуються заходи щодо поліпшення вільного доступу молодих підприємців до необхідних ресурсів та інфраструктури, зокрема спеціалізованих приміщень для роботи, технічних та технологічних ресурсів, доступ до ринків, розвитку підприємницької культури, можливостей для підприємців вільно тестувати свої ідеї, отримувати підтримку від урядових та громадських організацій.

Вище означені ініціативи спрямовані на стимулювання молодих підприємців до розвитку своїх ідей та бізнес-проектів, сприяють створенню інновацій та нових робочих місць, сприяють розвитку економіки України в

цілому.

Формування організаційно-підприємницького капіталу є не менш значимим, оскільки це розвиток навичок і знань, необхідних для успішного ведення бізнесу, управління персоналом, фінансової грамотності, маркетингових стратегій та стратегічного планування розвитку мереж та комунікаційних зв'язків між підприємцями для обміну досвідом та можливостями співпраці.

Вивчення власного досвіду та аналізування успіхів та невдач у підприємстві, внутрішніх економічних процесів України та досвіду інших країн з передовими бізнес-технологіями постає корисним надбанням для сучасного підприємництва та його успішного розвитку.

Література

1. Підприємці – головна рушійна сила будь-якої економіки. Режим доступу: <https://dp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/611829.html>
2. Указ Президента Про стратегію сталого розвитку «Україна -2020». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>

УДК 339.138:378.4

Черниш О.В. к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗВО

Процеси формування ринкового середовища в Україні обумовлюють постійне загострення конкуренції, яка охоплює не тільки виробничу, але й інші сфери, зокрема, освітню. Адже навчальні заклади продукують освітні та наукові послуги, створюють суспільні блага. На сьогодні загально визнаним та незаперечним є функціонування сфери освіти, як ринку освітніх послуг, на

якому діють попит і пропозиція, їх взаємодія, наявний механізм формування ринкової рівноваги та встановлення врівноваженої ціни на освітні послуги.

Одним з основних напрямів стратегічного планування є розробка конкурентної стратегії, в якій відображено конкурентні переваги та перспективи ефективного функціонування й розвитку ЗВО. Конкурентні переваги є проявом переваг над конкурентами в економічній, технічній, організаційній та інших сферах діяльності підприємства, які можуть бути виміряні економічними показниками [1].

Слід зазначити, що важливим складником системи конкурентних переваг ЗВО є компетентнісна складова, що є основою якісних характеристик продукту, сервісу, менеджменту. За відсутності кваліфікованого сучасного мотивованого персоналу (науково-педагогічних працівників та співробітників), за відсутності розвиненої управлінської та організаційної інфраструктури, ЗВО не матиме конкурентних переваг та високих показників результативності у довгостроковому періоді порівняно з конкурентами.

Таким чином, для формування стратегічної (довгострокової) конкурентоспроможності ЗВО слід керувати компетенціями та його конкурентними перевагами у короткостроковій та довгостроковій перспективі. В основі конкурентної переваги лежить специфічний досвід роботи та навички, професіоналізм персоналу ЗВО, якими не володіють конкуренти та який не можна набути за короткий проміжок часу.

У цьому сенсі формування конкурентної переваги ґрунтується на компетенціях і по-суті, тотожно розробці конкурентної стратегії як способу досягнення переваги на конкретному ринку. У загальному випадку можна говорити про існування ланцюжка: компетенції – конкурентні переваги – конкурентоспроможність – конкурентний потенціал (стратегічний потенціал).

Конкурентоспроможність ЗВО визначається якісними та ціновими параметрами освітніх послуг і значною мірою залежить від системи фінансово-

економічних, організаційно-правових, науково-технологічних, кадрових, управлінських, демографічних та політичних чинників її забезпечення.

Так, до системи основних чинників, що впливають на конкурентні переваги ЗВО, Р.О. Фатхутдінов включає: науково-освітній потенціал, матеріально-технічну базу, спектр освітніх послуг, ціни на освітні послуги, форми навчання а також маркетингові інструменти просування освітніх послуг. На думку Н.І. Верхоглядової, рівень конкурентоспроможності ЗВО на ринку освітніх послуг визначається саме кваліфікацією науково-педагогічних працівників, рівнем розвитку матеріально-технічної бази, кількістю спеціальностей, за якими навчальний заклад здійснює підготовку, конкурентоспроможністю випускників на ринку праці [2].

Науковці Л.Л. Антонюк та В.І. Сацик зазначають, що конкурентоспроможність ЗВО забезпечується його здатністю посідати та утримувати стійкі позиції на ринку освітніх послуг за рахунок: наявного потужного науково-педагогічного потенціалу; здійснення широкого спектру фундаментальних і прикладних досліджень; високого потенціалу генерування нових знань; ефективного трансферу технологій в економіку; наявності прогресивних систем підготовки і перепідготовки кадрів найвищої кваліфікації. Водночас фінансова автономія, належне фінансування досліджень та створення відповідних стимулів для партнерства з бізнесом є, на їхню думку, ключовими екзогенними чинниками конкурентного лідерства національних ЗВО [3].

У якості найбільш впливових чинників, що забезпечують конкурентоспроможність ЗВО, І.О. Царенко виокремлює здатність закладу ефективно залучати власний науково-освітній потенціал, постійно вести наукову діяльність, активно впроваджувати нові спеціальності у відповідності до потреб ринку праці, збільшувати кількість абітурієнтів за рахунок активної профорієнтаційної та маркетингової кампанії, брати активну участь у грантових

програмах, посідати високі позиції у вітчизняних та міжнародних рейтингах [4, с. 60].

Угорські дослідники А. Страмбу-Діма та К. Вегес вважають, що у XXI ст. університети зможуть утримати свій високий конкурентний статус лише за умови підвищення ефективності системи внутрішнього управління, розширення сфер діяльності, диверсифікації ресурсної бази, стимулювання наукових досліджень, створення підприємницької культури [3, с. 36].

Виділяють зовнішні та внутрішні чинники, які чинять безпосередній вплив на конкурентоспроможність ЗВО.

До системи внутрішніх чинників забезпечення конкурентоспроможності ЗВО належать: – *фінансово-економічні* (ефективність господарської діяльності, рівень фінансування науково-дослідної роботи, забезпеченість фінансовими ресурсами, маркетингові комунікації, цінова політика навчального закладу); – *організаційно-правові* (організаційна структура ЗВО, розподіл прав і відповідальності, рівень підготовки студентів, рівень використання у навчальному процесі інноваційних методів навчання і викладання, система управління якістю); – *науково-технологічні* (якість матеріально-технічної бази, швидкість оновлення матеріально-технічної бази, науковий потенціал ЗВО); – *кадрові* (укомплектованість кадрового складу, кваліфікація науково-педагогічних працівників); – *управлінські* (стиль управління, рівень якості менеджменту ЗВО) [5].

Посилення впливу управлінських чинників на конкурентоспроможність ЗВО спричинило прийняття нового Закону України «Про вищу освіту», який створив підґрунтя для посилення їхньої автономії. Зовнішні чинники забезпечення конкурентоспроможності є тими неконтрольованими детермінантами, що впливають на діяльність будь-якого ЗВО і мають ряд характерних особливостей: виникають незалежно від діяльності конкретної освітньої установи; змінність одного чинника впливає на інші; здійснюється

одночасний вплив значної кількості чинників на різні аспекти діяльності ЗВО; швидкозмінність умов зовнішнього середовища функціонування ЗВО; характеризуються значним рівнем невизначеності.

Таким чином, для ефективного та конкурентоспроможного функціонування вітчизняних ЗВО в умовах адаптаційних змін необхідна досконала стратегія управління розвитком їх конкурентного потенціалу.

Література

1. Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2. – С. 6-13.
2. Верхоглядова Н.І. Економічний вимір якості вищої освіти як складової національної конкурентоспроможності: монографія / Н.І. Верхоглядова. – Донецьк: Вид-во ДНУ, 2004. – 196 с.
3. Дослідницькі університети: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні: монографія / [А.Ф. Павленко, Л.Л. Антонюк, Н.В. Василькова, Д.О. Ільницький та ін.]; за заг. ред. д. е. н., проф. А.Ф. Павленка та д. е. н., проф. Л.Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2014. – 350 с.
4. Царенко І.О. Механізм державного регулювання конкурентоспроможності вищої освіти України: дис. канд.: 08.00.03. – економіка та управління національним господарством / І.О. Царенко. – Кропивницький, 2018. – 297 с.
5. Безтелесна Л.І. Суть та чинники впливу на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів / Л.І. Безтелесна, І.А. Либак // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 145–151.

УДК 378.14

Городянська Л. В.,
к.е.н., чл.-кор. АЕН України, доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ВІДТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Повномасштабна російсько-українська війна стала шоковим чинником для туристичної індустрії України, суттєво скоротивши її можливості й масштаби. Гостро стало питання пошуку шляхів виживання галузі, відтворення її довоєнної привабливості на зовнішньому й внутрішньому ринках послуг. Туристичний бізнес має свої особливості і ключові фактори успіху, які можуть варіюватися в залежності від конкретного сегмента та ринкових умов.

Метою дослідження є визначення ключових факторів відтворення туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах.

Незважаючи на складні умови воєнного стану та постійні загрози, в туристичному бізнесі важливо забезпечити клієнтам високу якість обслуговування через надання якісних послуг, комунікацій з клієнтами, швидкість реагування на запити та рівень комфорту під час подорожі [1, с. 151].

Іншим важливим фактором успіху туристичного бізнесу є ефективна маркетингова стратегія, яка орієнтована на цільову аудиторію та використовує різноманітні канали комунікації. Тут доцільно ще мати чітко визначену унікальну пропозицію, яка приверне більше клієнтів.

В сучасних умовах чільне місце серед факторів успішного відтворення туристичного бізнесу в Україні займає впровадження й використання технологічних інновацій [2]. Завдяки їм туристичні компанії можуть надавати підтримку клієнтам через онлайн-чати, електронну пошту та соціальні мережі, що підвищує рівень задоволеності клієнтів, оскільки реагування на їх запити відбувається у реальному часі у форматі 24/7. Онлайн-продажі дозволяють підприємствам пропонувати та продавати додаткові послуги, такі як екскурсії,

страхування, трансфери та інші допоміжні сервіси. Використання новітніх інформаційних технологій допомагає туристичним підприємствам автоматизувати та оптимізувати багато операційних процесів, що зменшує витрати та підвищує ефективність. Загалом, новітні технології та онлайн-продажі перетворюють туристичний бізнес, роблять його більш доступним і зручним для туристів, а також допомагають підприємствам залучати й обслуговувати більше клієнтів, оптимізувати операції та підвищувати рівень конкурентоспроможності.

Використання сучасних інформаційних технологій з метою комунікації, бронювання, маркетингу і забезпечення безпеки туристів є важливим аспектом в сучасних умовах. Інтернет-платформи, сайти, соціальні мережі та мобільні додатки суттєво полегшують взаємодію суб'єктів туристичного бізнесу із клієнтами. Усе це, а також інтерактивні платформи і сервіси полегшують пошук різноманітних послуг і дозволяють швидко та зручно бронювати готелі, авіаквитки, тури, оренду автомобілів та інші послуги. Це спрощує процес планування подорожі і забезпечує зручність для клієнтів. Онлайн-продажі розширюють цільову аудиторію туристичних підприємств на міжнародному рівні. Туристи можуть самостійно бронювати послуги з будь-якої точки світу, що допомагає привернути клієнтів з різних країн.

Підвищення якості послуг у сфері гостинності, які безпосередньо залежать від рівня відновлення людського потенціалу та професійної підготовки кадрів в умовах воєнного стану [3, с. 99-103], відіграють важливу роль у розвитку туристичного бізнесу і можуть призвести до численних позитивних результатів. Висока якість послуг і гостинність персоналу суттєво впливають на задоволеність клієнтів. Додаткові навички персоналу, такі як знання іноземних мов і навички міжкультурного спілкування, сприяють розвитку міжнародного туризму та привертають увагу більшого числа іноземних туристів. Професійна підготовка кадрів може сприяти розвитку інновацій та креативних підходів до надання туристичних послуг шляхом використання нових форм реклами, розробки екскурсійних маршрутів та інших

ідей для покращення якості та різноманіття дозвілля туристів. Суб'єкти підприємницької діяльності, які інвестують у навчання та професійну підготовку власного персоналу, забезпечують підвищення конкурентоспроможності на ринку туризму.

Окрім зазначеного, до ключових факторів успіху слід віднести партнерство з місцевими готелями, ресторанами, транспортними компаніями та іншими постачальниками послуг, що може допомогти підвищити якість послуг та забезпечити доступ до ексклюзивних пропозицій для клієнтів. Туристичний бізнес повинен бути готовий до різних ризиків, таких як зміни в політиці, природні катастрофи, економічні кризи, військова агресія. Ефективне управління ризиками може допомогти зменшити негативний вплив таких подій на бізнес. Гнучкість у реагуванні на зміни у попиті споживачів та адаптація до нових тенденцій у міжнародному туризмі можуть допомогти вітчизняному бізнесу залишатися конкурентоспроможним.

Отже, висока якість послуг і гостинність персоналу, маркетингова стратегія, яка орієнтована на цільову аудиторію, використання широкого спектру сучасних ІТ, професійна підготовка кадрів, партнерство з місцевими організаціями, управління ризиками, гнучкість і адаптивність є ключовими факторами відтворення туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах.

Література

1. Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі / Г. М. Пилипенко та ін. *Economics of Enterprise*. 2023. № 1 (81). С. 150-156. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/81.150>
2. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8951> (дата звернення: 11.04.2024).
3. [Городянська Л. В. Структура відтворення інтелектуального потенціалу людини: інноваційний аспект. Освітня аналітика України : науково-практичний журнал. Київ : ДНУ «Інститут освітньої аналітики». 2022. Вип. 2 \(18\). С. 99-111. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24921>.](#)

УДК 37.014.54:378.016

Олійник А. А., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародного менеджменту,
Бурлакова К. О., студентка,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Розвиток інноваційної економіки, як показує світовий досвід, залежить переважно від знань, інформації та впровадження передових технологій. Саме джерело знань, а не сировина і дешева робоча сила, визначає конкурентоспроможність економіки, сприяє створенню високотехнологічних робочих місць у промисловості та підприємстві, що необхідно для задоволення економічних і соціальних потреб громадян.

В умовах все більш явного прояву хвильового розвитку економіки, особливо при подальшому розвитку підприємництва як її парадигми, першочергового значення набуває проблема формування особистості сучасного підприємця, виховання в нього якостей ділової людини. Тому, актуальним є вирішення проблеми якісної підготовки майбутніх фахівців з підприємницької діяльності, що обумовлює переосмислення та методологічне обґрунтування процесу бізнес-освіти [3]. Підприємницька освіта готує молоде покоління «обходитися з багатьма ролями», які потрібно буде виконувати у сучасному світі, як то: споживачі, виробники, інвестори, власники заощаджень, робітники, службовці, навіть виборці. Фінансова грамотність, яка є частиною підприємницької освіти, розв'язує питання щодо обґрунтованості та свідомості у прийнятті рішень у сфері фінансів, особистих або соціальних рішень, управління фінансовими ризиками тощо.

Підприємницьку діяльність ми розглядаємо з погляду двох конкретних типів підприємницьких навичок: здатність до виявлення можливостей та вміння обирати оптимальний момент для їх втілення. Перший тип компетентностей

стосується ефективного пошуку, оцінки та вибору перспективної ідеї для створення нового бізнесу. Другий тип включає у себе знання та вміння формувати цінність через реалізацію нової підприємницької можливості, долаючи труднощі та ризики від початку бізнесу до успішного розвитку підприємства.

Потрібно розуміти, що теперішні українські підприємці «не взялись невідомо звідки», вони є продуктом соціуму та наявної підприємницької культури, в той час, як сучасна підприємницька освіта повинна стимулювати та мотивувати такий бізнес, основою якого має стати капіталізація знань [2]. Більшість підприємців, навіть нового покоління, не володіють знаннями та навичками, необхідними для створення когерентної стратегії на перспективу, або для динамічної адаптації до зовнішнього середовища. Проте, менеджмент свого бізнесу вони здійснюють керуючись реальним досвідом, отриманим у практичній підприємницькій діяльності та надзвичайно розвиненою інтуїцією, крім того, вони сповнені ентузіазму. Знання у сфері бізнесу дає можливість моделювати алгоритми процесів з реалізації різних варіантів підприємницьких ідей. Підприємець, який володіє такими знаннями та вміннями, діє не за усталеними шаблонами, а шукає нетрадиційні та оригінальні рішення. Бізнес-освіта надає можливість вдосконалити навички аналізу та оцінки альтернативного розвитку подій та процесів у сфері бізнесу, розвиває лідерські якості та сприяє раціональному мисленню навіть у умовах нестабільності та стресу.

М. О. Тригубенко визначає бізнес-освіту або підприємницьку освіту як отримання необхідних теоретичних знань і практичних навичок, формування відповідних професійних, соціальних компетентностей для роботи в сфері бізнесу та розробки інноваційних бізнес-проектів, які високо оцінюються споживачами та забезпечують конкурентоспроможність протягом довгострокового періоду [4].

Інші автори розглядають бізнес-освіту як систему освітніх закладів, діяльність яких спрямована на підготовку та перепідготовку фахівців для сфери

бізнесу. З цієї позиції на сьогодні існують декілька точок зору. Перша полягає в тому, що бізнес освіта як складова професійної освіти – це система навчальних закладів у яких навчання бізнесу і ринковими відносинам поєднується з ринковими механізмами управління навчальним закладом. Друга точка зору визначає бізнес-освіту як певний набір спеціалізованих освітніх програм, наприклад з підприємництва, маркетингу, фінансів, страхування, інноваційних технологій тощо. Третя точка зору ґрунтується на фундаментальному підході до опанування знань економічного напрямку [1]. Але нема заперечень, що навчити підприємству не можливо тільки прослухавши набір теоретичних курсів. Важливо забезпечити заглиблення слухачів в практичне середовище бізнесу та сформуванню вміння і навички, відповідні професійні компетентності щодо моделювання різних альтернатив розвитку підприємства.

Важливим елементом бізнес-освіти є забезпечення сталих комунікацій, відповідно до яких увесь процес спілкування університету з соціумом побудований у соціально відповідальний та екологічний спосіб, без негативного впливу на суспільство, економіку та планету. В їх основі лежать такі важливі принципи комунікаційної політики, як прозорість, достовірність, інклюзія та гендерна чутливість, відповідальність, етичність, партнерська взаємодія [5].

Бізнес-освіта, різноманітна за формами та видами, що розглядається у США та інших економічно розвинених країнах Європи, відрізняється від освіти підприємців в Україні. Це пояснюється різницею в попиті на бізнес-освіту, який прямо залежить від рівня розвитку підприємництва, що, на жаль, в Україні не відповідає сучасним вимогам. Це, в свою чергу, пов'язано з державною політикою та запитом суспільства. Зростання та успіх у сфері підприємництва неможливі, зокрема, без підвищення освіченості учасників бізнес-середовища.

До основних факторів, що впливають на бізнес-освіту в Україні, можна віднести:

- соціальні очікування від підприємництва і підприємців;
- реальний вплив підприємців (бізнес-структур) на розвиток суспільства

(територіальних спільнот);

- попит населення, зокрема діючими і потенційними підприємцями, на економічні та соціальні знання;
- лобіювання інтересів підприємців і їх організованість;
- потреби підприємців в нових технологіях ведення бізнесу [3].

Отже, розвиток інноваційної економіки в Україні, спрямованої на використання знань, потребує виховання сучасних підприємців з відповідним рівнем соціально-економічної, громадянської та моральної культури. Це означає, що необхідно впроваджувати якісну економічну освіту в суспільстві, зокрема в сфері бізнесу. Основні цілі такої освіти розглядаються з точки зору формування підприємця нового покоління. Професійна економічна освіта сьогодні має формуватися у тісному взаємозв'язку з підприємницькою діяльністю, що забезпечуватиме повноцінну соціалізацію населення, що має підприємницькі здібності, в умовах постійних змін у суспільстві, що базується на знаннях.

Література

1. Алькема В. Г. Концептуальні засади підготовки фахівців для комплексного вирішення завдань євроінтеграції / В. Г. Алькема, А. Д. Радкевич, О. С. Крюченко, В. Н. Стаценко // Вчені записки Університету економіки та права «КРОК». – 2009. – Вип. 13 – С. 122–178.
2. Бухаріна Л.М. Підприємницька освіта як передумова розвитку економіки на регіональному рівні / Л. М. Бухаріна // [Електронний ресурс]. Режим доступу – <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/498.pdf>
3. Вагонова О. Г. Розвиток економічної освіти / О. Г. Вагонова, В. А. Шаповал // [Електронний ресурс]. Режим доступу – https://ev.nmu.org.ua/docs/2017/3/EV20173_142-154.pdf
4. Тригубенко М. О. Бізнес-освіта як соціальний феномен сучасності та фактор підприємницького успіху / М. О. Тригубенко – 2011. – № 205. – С. 125–128.
5. Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by Z. Dabrowski, W.Duranowski, L. Huliaieva, A.Oliinyk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. 366 p. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.24814065.v1>

УДК 658

Гончаренко І.М., к.е.н., доц.,
Корнієнко Є.В., здобувачка
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ

Логістика є ключовою функцією бізнесу, яка безпосередньо впливає на ефективність і конкурентоспроможність підприємств. Вона відповідає за управління потоками товарів, інформації та фінансів у межах організації та між різними учасниками ланцюга постачання. Ефективна логістика дозволяє компаніям скорочувати витрати, підвищувати якість обслуговування клієнтів та забезпечувати своєчасність поставок.

Однак у сучасних умовах глобалізації, технологічних трансформацій та геополітичної нестабільності логістика стикається з низкою нових викликів, які вимагають від компаній постійної адаптації та вдосконалення бізнес-процесів. Ці виклики спричинені зростаючими вимогами клієнтів, підвищенням складності та вразливості глобальних ланцюгів постачань, а також необхідністю забезпечення екологічної стійкості логістичних операцій.

Для успішного функціонування в умовах таких змін компаніям необхідно впроваджувати інноваційні рішення, спрямовані на підвищення швидкості, гнучкості та надійності логістичних систем. Водночас вони мають приділяти увагу питанням диверсифікації ланцюгів постачань, управління ризиками та забезпечення сталого розвитку.

Сучасні клієнти все більше очікують швидку, надійну та персоналізовану доставку товарів. Це пов'язано з розвитком e-commerce, який значно підвищив очікування споживачів. Компанії змушені адаптувати свої логістичні процеси, щоб відповідати цим очікуванням. Це вимагає інвестицій у сучасні технології

відстеження, складське обладнання, гнучкі мережі доставки тощо. Невідповідність вимогам клієнтів може призвести до втрати конкурентоспроможності та зменшення продажів.

Пандемія COVID-19 та військові конфлікти продемонстрували вразливість багатьох глобальних логістичних ланцюгів. Компанії змушені шукати способи підвищення стійкості своїх ланцюгів постачань, щоб уникнути простоїв і затримок. Це включає диверсифікацію постачальників, використання альтернативних маршрутів, впровадження технологій прогнозування та управління ризиками. Стійкі логістичні ланцюги дозволяють компаніям бути більш гнучкими та адаптивними до зовнішніх потрясінь.

Сучасні виклики у сфері логістики, такі як зростання вимог клієнтів, підвищення складності та вразливості глобальних ланцюгів постачань, а також необхідність забезпечення стійкості та екологічності операцій, становлять серйозні загрози для ефективності бізнес-процесів. Для успішної адаптації до цих змін компаніям необхідно впроваджувати комплексні рішення, спрямовані на модернізацію логістичних систем, диверсифікацію ланцюгів постачань, підвищення гнучкості та стійкості, а також забезпечення екологічної відповідальності.

Ефективне управління логістикою стає ключовим фактором конкурентоспроможності та стійкості бізнесу в сучасних умовах. Компанії, які зможуть успішно адаптуватися до нових викликів, отримають значні переваги у задоволенні потреб клієнтів, оптимізації витрат та забезпеченні довгострокового розвитку.

Для досягнення цього компаніям необхідно здійснювати масштабні інвестиції в сучасні технології, такі як автоматизовані складські системи, інтелектуальні системи управління перевезеннями, технології відстеження вантажів у режимі реального часу. Вони також мають диверсифікувати джерела

постачання, розбудовувати гнучкі логістичні мережі та впроваджувати практики «зеленої логістики» для зниження екологічного впливу.

Водночас важливу роль відіграє трансформація організаційної культури та підходів до управління персоналом логістичних підрозділів. Компанії мають залучати висококваліфікованих фахівців, навчати та мотивувати їх, а також впроваджувати сучасні методи управління проектами та ризиками.

Лише комплексний підхід, що поєднує технологічні, організаційні та управлінські рішення, дозволить компаніям ефективно реагувати на сучасні виклики у сфері логістики та забезпечувати стійкість своїх бізнес-процесів. Це стане вирішальним фактором успіху та конкурентоздатності на ринку в довгостроковій перспективі.

Література

1. Койл, Дж. Дж., Барді, Е. Дж., Ленглі, К. Дж. (2017). Управління логістикою бізнесу: Перспектива ланцюга поставок. Видавництво Cengage Learning.
2. Манган, Дж., Лалвані, К. (2016). Глобальна логістика та управління ланцюгами постачань. Видавництво John Wiley & Sons.
3. Кан, К. Б. (2018). Розуміння поступового характеру стійкості ланцюгів поставок. Міжнародний журнал управління логістикою, 29(1), 77-97.
4. Deloitte. (2021). Майбутнє логістики: Тенденції та стратегії успіху. Insights Deloitte.
5. McKinsey & Company. (2020). Реагування на кризу COVID-19: Переосмислення стійкості ланцюгів поставок. McKinsey & Company.

УДК 330.3

Мягких І.М., д.е.н., проф.,
Гнатенко І.А., д.е.н., проф.,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Левченко В.В., аспірант
Державний науково-дослідний інститут інформатизації та
моделювання економіки, м. Київ, Україна

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ОНОВЛЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У період війни промисловість України зазнає значних викликів і перетворень. Промислові підприємства вкрай необхідні для економіки у період криз. Як приклад, в умовах війни промислові підприємства можуть бути мобілізовані для виробництва товарів та послуг, які є критичними для оборони та безпеки країни, що може включати виробництво військової техніки, захисту, медичного обладнання тощо. Українські підприємства можуть шукати можливості для диверсифікації свого виробництва для зменшення ризику від воєнних дій або змін в міжнародних ринкових умовах. Наприклад, вони можуть переорієнтувати виробництво на товари або послуги, які мають внутрішню попит або є експортно-орієнтованими [1].

Війна, беззаперечно, призводить до зниження виробництва, зменшення інвестицій та загальної економічної нестабільності, що відбивається на фінансовому стані підприємств, їхній конкурентоспроможності та спроможності зберігати робочі місця. У такому випадку, українські підприємства можуть звернутися до інноваційних рішень та технологій, спрямованих на зменшення споживання ресурсів та збільшення продуктивності, що може включати використання енергоефективних технологій, відновлюваних джерел енергії та інші заходи. Окрім того, українські компанії можуть шукати нові ринки збуту для своїх товарів та послуг, які не пов'язані з країнами, що перебувають у конфлікті, або можуть

шукати нові можливості для експорту до інших країн. У вирішенні цих викликів важливу роль відіграє державна політика, спрямована на підтримку промисловості, стимулювання інновацій та розвиток економіки в умовах військового конфлікту [2-3]. Також важливою є співпраця з міжнародними партнерами та використання їхньої допомоги та підтримки. Особливо важливе значення має оновлення інституціонального середовища інноваційного розвитку промисловості України.

Оновлення інституціонального середовища інноваційного розвитку промисловості України є критично важливим для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни. Уряд України повинен працювати над удосконаленням законодавства, що регулює інноваційну діяльність та промисловість, що може включати спрощення процедур реєстрації бізнесу, захисту інтелектуальної власності, стимулювання діяльності стартапів та сприяння розвитку нових технологічних галузей [4-5]. Важливим є запровадження програми фінансової підтримки для інноваційних підприємств та проектів, такі як надання грантів, пільгове кредитування, венчурне фінансування та інвестиційні стимули, що допоможе залучити додаткові ресурси для розвитку та комерціалізації інновацій. Важливо підтримувати створення та розвиток інноваційних кластерів та промислових парків, де підприємства, дослідницькі установи та університети можуть співпрацювати, обмінюючись знаннями та ресурсами.

Вагоме значення мають інвестиції в розвиток науково-дослідницьких установ та лабораторій, які допоможуть створити сприятливе середовище для інновацій, досліджень та розвитку нових технологій. Розвиток інноваційної промисловості потребує кваліфікованої робочої сили. Уряд повинен інвестувати у підвищення якості освіти, забезпечуючи доступ до високоякісних програм навчання з інноваційних галузей та технологій.

Україна може сприяти співпраці з іноземними партнерами та іноземними компаніями для обміну технологіями, знаннями та ресурсами, що сприятиме розвитку інноваційної промисловості в країні. Українські підприємства можуть

співпрацювати з іноземними компаніями для обміну технологіями та ноу-хау, що може допомогти у впровадженні новітніх технологій та підвищенні ефективності виробництва. У свою чергу іноземні компанії можуть інвестувати в українські підприємства або надавати фінансову підтримку для розвитку нових проектів та технологій. У цілому співпраця з іноземними партнерами може допомогти українським підприємствам отримати доступ до нових ринків збуту для своїх товарів та послуг. Перелічені заходи можуть сприяти створенню сприятливого середовища для інновацій та прискорити розвиток промисловості в Україні, що в свою чергу сприятиме сталому економічному зростанню та підвищенню життєвого рівня населення.

Література

1. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.
2. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьева, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки*, 65-72.
3. Зось-Кіор, М. В., & Радочин, Ю. Г. (2015). Управління інформаційними логістичними потоками на підприємстві. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*, (13), 247-250.
4. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121.
5. Поліщук, Н. В. (2009). Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, (2), 310-317.

УДК 330.3

Демченко Р.В., аспірант,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м.Черкаси, Україна
Гнатенко І.А., д.е.н., проф.,
Хухра О.І., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Зарубіжний досвід державної підтримки інноваційних підприємств може бути дуже корисним для розробки ефективних стратегій та програм в Україні. Багато країн надають фінансову підтримку інноваційним підприємствам через гранти, пільгове кредитування, стипендії та інші форми фінансування. Наприклад, програма Small Business Innovation Research в США надає фінансування для досліджень та розробок малих підприємств. Деякі країни надають підтримку інноваційним підприємствам у входженні на міжнародні ринки. Наприклад, програма Enterprise Europe Network в Європейському Союзі допомагає підприємствам знаходити партнерів для міжнародної співпраці та розвитку бізнесу. Багато країн надають підтримку для проведення наукових досліджень та розробок, яка може включати гранти для університетів, дослідницьких установ та приватних компаній. Уряди окремих країн сприяють створенню та розвитку інноваційних кластерів, де підприємства, університети та дослідницькі установи можуть співпрацювати для спільного розвитку нових технологій та продуктів [1-3].

Багато країн встановлюють спеціальні програми та законодавчі акти, що сприяють розвитку стартапів та інноваційних компаній. Наприклад, в Ізраїлі існує програма Yozma, яка надає фінансову підтримку та поради для створення та розвитку технологічних стартапів. Уряди можуть інвестувати у розвиток

інноваційної інфраструктури, такої як технологічні парки, лабораторії та дослідницькі центри, що сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку інновацій [2].

Використання цих прикладів досвіду державної підтримки інновацій у світі може допомогти українському уряду розробити та впровадити ефективні стратегії для підтримки розвитку інноваційної діяльності та промисловості в країні.

Особливо актуальним є зарубіжний досвід державної підтримки стартапів, який є дуже різноманітним і включає в себе різні програми та ініціативи, спрямовані на стимулювання розвитку інноваційного підприємництва. Як приклад, стартапи в США та Китаї мають великий потенціал для успіху завдяки розвиненій системі підтримки та інвестицій. США є однією з найбільш активних країн у світі за обсягами інвестицій в стартапи. Велика кількість венчурних капіталістів, ангельських інвесторів та корпоративних акселераторів створюють широкі можливості для залучення фінансування. США мають такі технологічні кластери, як Силіконова долина в Каліфорнії, Раунд Рок у штаті Массачусетс та Нью-Йоркське місто. Ці регіони є центрами інновацій та надають стартапам доступ до експертів, капіталу та інфраструктури. У США існують численні програми та організації, які надають підтримку стартапам, такі як National Science Foundation та інші [3-4].

Китай відомий своєю швидкістю розвитку та величезним ринком споживання, що створює унікальні можливості для швидкого росту та масштабування стартапів. Китайський уряд активно підтримує інноваційні ініціативи та стартапи через програми фінансової підтримки, податкові пільги та інфраструктурні проекти. Китай має свої великі технологічні компанії, такі як Alibaba, Tencent, та Baidu, які активно інвестують в інноваційні стартапи та сприяють їхньому розвитку через партнерства та придбання. Китайські стартапи мають амбіції стати глобальними лідерами, тому багато з них активно

розширюють свою діяльність за межі Китаю. Китай має свої технологічні хаби, такі як Шеньчжень, Пекін і Шанхай, які є центрами інновацій та стимулюють співпрацю між стартапами, інвесторами та бізнес-екосистемою [3-5]. США та Китай мають свої унікальні переваги та характеристики, які сприяють розвитку стартапів. Важливою складовою успіху є наявність ефективної підтримки з боку держави, інвесторів та інфраструктури, яка сприяє розвитку та зростанню інноваційних підприємств. Ці приклади показують, що державна підтримка стартапів може приймати різноманітні форми і мати значний вплив на розвиток інноваційного підприємництва. Важливою складовою успіху таких програм є їх адаптація до конкретних потреб та умов кожної країни.

Література

1. Поліщук, Н. В. (2009). Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, (2), 310-317.
2. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьєва, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки»*, 65-72.
3. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.
4. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.
5. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121.

УДК 330.3

Крахмальова Н.А., к.е.н., доц.,
Алексєєнко А.С., аспірант,
Слонопас В.В., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

АДАПТАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ

Інтегровані структури бізнесу означають, що всі етапи виробничого процесу або послуг, від постачання сировини до збуту готової продукції або послуги, контролюються однією компанією або їх групою. Інтегрована компанія має повний контроль над якістю продукції на кожному етапі виробничого процесу, що дозволяє забезпечити високу якість продукції та задоволення потреб клієнтів. Інтеграція всіх етапів виробничого процесу може зменшити витрати на транспортування, управління запасами та логістику, що призводить до ефективнішого виробництва та зниження виробничих витрат. Інтегровані структури бізнесу можуть краще контролювати витрати на виробництво, оскільки вони мають повний обсяг даних про всі етапи виробництва та може оптимізувати їх з урахуванням всіх факторів. Такий бізнес має більше гнучкості у вирішенні стратегічних питань та реагуванні на зміни на ринку, оскільки він має повний контроль над усіма аспектами своєї діяльності. Інтеграція всіх етапів виробництва у межах однієї компанії може зменшити час, потрібний для виробництва та введення нових продуктів на ринок, що дозволяє швидше реагувати на зміни у попиту та конкурентному середовищі [1-2].

Проте, інтегровані структури бізнесу також можуть мати свої недоліки, такі як складність управління всіма етапами виробництва, високі витрати на побудову та управління інтегрованими системами, а також ризики, пов'язані з концентрацією всіх аспектів діяльності у одній компанії. Саме тому існує

необхідність формування адаптаційного механізму управління підприємницьким потенціалом інтегрованих структур бізнесу.

Адаптаційний механізм формування підприємницького потенціалу в інтегрованих структурах бізнесу включає в себе кілька ключових напрямків. Так, інтегровані компанії повинні мати гнучкість управління, щоб швидко реагувати на зміни на ринку та внутрішні зміни, що означає потребу мати механізми для швидкого впровадження нових стратегій, процесів та технологій [3].

Інтегровані компанії повинні стимулювати інновації серед своїх співробітників та створювати стимули для впровадження нових ідей та технологій, що може включати створення внутрішніх програм з пошуку та розвитку інновацій, а також партнерства з зовнішніми інноваційними організаціями та стартапами. Вони повинні інвестувати в навчання та розвиток своїх співробітників, щоб забезпечити їхню здатність пристосовуватися до змін у виробничому середовищі та впроваджувати нові технології та процеси. Це може включати організацію навчальних курсів, тренінгів та програм стажування.

Важливою складовою адаптаційного механізму є співпраця та ефективна комунікація між різними підрозділами та рівнями управління компанії, що дозволяє швидше виявляти проблеми та знаходити ефективні рішення для їх вирішення. Інтегровані компанії повинні створювати культуру, яка сприяє інноваціям та відкритості до змін. Це може включати заохочення співробітників до вираження своїх ідей та думок, створення механізмів для їх врахування та впровадження. Так, створення культури, яка сприяє інноваціям та відкритості до змін, є ключовим для успіху інтегрованих компаній. Важливо, щоб вище керівництво компанії проявляло приклад інноваційного мислення та відкритості до нових ідей. Лідери повинні заохочувати співробітників ділитися своїми думками та ідеями, а також створювати середовище, де ризик та випробування нового вітаються. Компанії можуть створювати програми, які заохочують співробітників проводити експерименти та тестувати нові ідеї. Це

може включати навчальні лабораторії, програми стажування та навчання з інновацій. Підприємства можуть створити платформи, такі як форуми, внутрішні соціальні мережі або онлайн-портали, які сприяють обміну ідеями та спілкуванню між співробітниками на всіх рівнях.: Важливо, щоб компанія мала культуру, де співробітники відчують себе комфортно, поділяючи свої думки та виражаючи свої погляди. Заохочення відкритого обговорення та здійснення змін на основі отриманого фідбеку може стимулювати інновації та покращення в компанії. Ці підходи допомагають створити культуру, в якій інновації та відкритість до змін є цінностями, які вкорінені у кожного співробітника. Це створює сприятливе середовище для розвитку нових ідей та досягнення успіху в інтегрованій компанії [3-4].

Перелічені напрями допомагають створити адаптивну організаційну культуру та структуру, яка дозволяє інтегрованим компаніям ефективно пристосовуватися до змін у внутрішніх та зовнішніх умовах та забезпечувати їхню конкурентоспроможність на ринку.

Література

1. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121
2. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.
3. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.
4. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьєва, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки*, 65-72.

УДК 330.101

Mykola CHERNYSH,
PhD student of the Kyiv National University of Technologies and Design

SMART SPECIALIZATION IN COMPARISON WITH CLUSTER DEVELOPMENT OF THE REGION

The concept of smart specialization is quite new in both scientific and practical aspects. In the European Union, it began to be actively used for the development of regions in 2014-2020.

According to the definition of the Ukrainian Institute of International Policy, smart specialization is an approach developed by the European Commission within the framework of the "Innovation Union" initiative. The approach makes it possible to identify those sectors of the economy that have innovative potential and to build a mutually beneficial partnership for their development, allowing the region to strengthen its own competitiveness.

In some scientific literature, one can come across studies in which smart specialization is considered as a continuation of cluster policy [1,3].

The comparison of scientific approaches regarding the categories of smart specialization and innovation cluster is indicated in the table 1.

Table 1

Comparison of definitions of categories of smart specialization and innovation cluster

| Source | Smart specialization | | Innovation cluster | |
|--|---|---|--|--|
| | Content | Emphasis on approach | Content | Emphasis on approach |
| Innovative Ukraine 2020: national report [4] | a new concept of regional development that combines industrial and innovation policies and is designed to promote the | combination of industrial and innovation policy of regional development with the aim of effective use of state investments, | is aimed at the development of innovative infrastructure, and its activities should be carried out based on entrepreneurship | in is important a tool for creating competitive national economy. Integration form organization of production, able to provide fast the rate of development of |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| | effective and efficient use of public investments by focusing on the region's strengths, which constitute the region's own specialization | focus on specialization of the region | | the region's economy, and the process itself clustering is considered as a market mechanism economics of qualitative transformation of economic systems. Based on the connections between cluster members healthy competition is formed, which ensures sustainable development of the regional economy. |
| State Strategy of regional development for 2021-2027 [5] | Smart specialization is an approach to strategic planning, which involves the reasoned definition within the framework of a regional strategy, of individual goals and objectives for the development of certain types of economic activity that have innovative potential, considering the competitive advantages of the region and contributing to the transformation of economic sectors into more efficient ones | An approach to strategic planning to determine goals for the development of foreign trade with innovative potential | - | - |

Source: systematized by the author based on [4,5]

According to Henning M., Moodysson J. and Nilsson M., smart specialization is not the same as cluster policy. In contrast, regional cluster policies tend to resist fundamental change and reorientation and, if promoted and initiated with the support of a central development agency, are likely to even emphasize highly imitative

programs of local and national industrial development. The latter results tend to promote standardization of the knowledge base, wasteful duplication of R&D efforts, and dissipation of potential agglomeration economies at the system level – as multiple simulated local governments compete to attract a small, limited pool of mobile capital, management, and knowledge resources.

Smart specialization, on the other hand, involves discovering what makes the local knowledge base original and to some extent unique [3].

Thus, a commitment to smart specialization strategies can promote a greater diversity of knowledge and expertise within the system, making the entire economy more able to take advantage of individual local agglomeration economies and less vulnerable to both supply and demand shocks arising in global markets.

Literature

1. Arnkil R., et al. (2010), Exploring Quadruple Helix. Outlining user-oriented innovation models. University of Tampere, Work Research Center, Working Paper No. 85 (Final Report on Quadruple Helix Research for the CLIQ project, INTERREG IVC Programme).

2. Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisations (RIS 3). Access mode: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/document/download/dbed87e5-ebfc-4753-9a22-1f9636880e2c_en?filename=RIS3_GUIDE_FINAL.pdf

3. Henning M., Moodysson J. and Nilsson M. (2010), Innovation and Regional Transformation: from clusters to new combinations, Region Skane.

4. Heyets, Valeriy & Gryga, Vitalii & Bazhal, Iurii & Boiko, Olena & Bulkin, Igor & Burlaka, Volodymyr & Voitovych, Artem & Harkavenko, V. & Hnatiuk, T. & Grycenko, Andrii & Gruzдова, Tatiana & Danylenko, Anatolii & Dubinskii, Yegir & Dulcka, Iryna & Yegorov, Igor & Yelska, Hanna & Yershova, H. & Zhernovyi, Denys & Zhylynska, Oksana & Khaustov, Vladimir. (2015). Innovative Ukraine 2020: national report.

5. State Strategy of regional development for 2021-2027. Access mode: https://dei.kyivcity.gov.ua/files/2020/10/22/POSTANOVA_KMU_695_DSRR_2027.pdf

УДК 330.3

Кажан С.С., аспірант,
Крахмальова Н.А., к.е.н., доц.,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Литвиненко О.В., аспірант,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Діджиталізація – це процес перетворення аналогових або традиційних процесів, продуктів та послуг у цифровий формат або їх перенесення до цифрового середовища з метою поліпшення ефективності, доступності та зручності. Визначимо основні аспекти діджиталізації [1-2].

1. Автоматизація. Застосування цифрових технологій для автоматизації рутинних операцій та процесів, що дозволяє зменшити людський вплив та покращити ефективність.

2. Цифрові платформи. Створення цифрових платформ, де можна обмінюватися інформацією, виконувати операції та взаємодіяти з клієнтами та партнерами.

3. Хмарні технології. Використання хмарних сервісів для зберігання, обробки та обміну даними, що дозволяє забезпечити доступ до інформації з будь-якої точки світу та з будь-якого пристрою.

5. Штучний інтелект. Використання алгоритмів та моделей штучного інтелекту для аналізу даних, прогнозування тенденцій та прийняття рішень.

6. Електронна торгівля (e-commerce). Розвиток інтернет-магазинів та онлайн-платформ для здійснення торгівлі товарами та послугами в Інтернеті.

Діджиталізація відіграє ключову роль у сучасному бізнесі та суспільстві, сприяючи зростанню продуктивності, зручності та конкурентоспроможності.

Діджиталізація має значний вплив на систему інноваційного розвитку підприємництва, сприяючи зростанню конкурентоспроможності та швидкому

впровадженню нововведень. Діджиталізація дозволяє швидко впроваджувати нові інновації через використання цифрових технологій та інфраструктури, що дозволяє підприємствам оперативно реагувати на зміни на ринку та впроваджувати нові продукти та послуги. Вона дозволяє автоматизувати багато процесів управління та виробництва, що призводить до підвищення продуктивності та ефективності підприємства [3-4].

Цифрові технології створюють нові можливості для розвитку бізнесу, такі як платформи спільного використання, підписка на послуги, онлайн-торгівля та інші. Це дозволяє підприємствам створювати нові джерела прибутку та розвивати свої бізнес-моделі. Такі технології розширюють можливості підприємств у доступі до ресурсів та ринків на світовому рівні. За допомогою Інтернету та онлайн-платформ підприємства можуть знаходити партнерів, клієнтів та постачальників по всьому світу [4-5].

Використання цифрових технологій, таких як комп'ютерне моделювання, штучний інтелект та машинне навчання, може значно зменшити витрати на дослідження та розробку нових продуктів та послуг. Діджиталізація сприяє розвитку інноваційного середовища, заохочуючи співпрацю, обмін ідеями та розвиток нових технологій серед підприємств. Загалом, діджиталізація створює унікальні можливості для розвитку та інновацій у сучасному бізнесі, що допомагає підприємствам збільшити їх конкурентоспроможність та ефективність.

Діджиталізація та інноваційне підприємництво відіграють важливу роль у сучасній економіці, включаючи і в контексті відновлення регіонів після конфлікту чи війни. Діджиталізація дозволяє підприємствам автоматизувати процеси, підвищити продуктивність та знизити витрати. Використання інформаційних технологій, штучного інтелекту, аналітики даних та інших інструментів може значно полегшити роботу бізнесу та сприяти його розвитку. Інноваційне підприємництво зосереджується на розробці новаторських ідей, продуктів та послуг, які задовольняють потреби ринку. Це може включати

створення нових технологій, методів виробництва, екологічно чистих продуктів тощо.

Таким чином, діджиталізація та інноваційне підприємництво можуть взаємодіяти між собою, наприклад, за допомогою використання цифрових технологій для створення та масштабування інноваційних продуктів. Вони можуть стати каталізаторами для розвитку економіки, сприяючи створенню нових робочих місць, підвищенню продуктивності та стимулюванню конкуренції. Крім того, вони можуть відігравати важливу роль у відновленні регіонів після конфлікту або кризи, сприяючи відновленню інфраструктури, розвитку малих та середніх підприємств та створенню нових можливостей для розвитку.

Література

1. Поліщук, Н. В. (2009). Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, (2), 310-317.
2. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.
3. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьєва, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки*, 65-72.
4. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121.
5. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.

Aliyeva Tarana A.
Mustafayev Vugar S.
Mingachevir State University
Mingachevir, Azerbaijan

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AS A TOOL TO ACHIEVE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Entrepreneurial capital formation is the process of raising the necessary financial resources to establish or develop a business. There are various ways and procedures to gather the property, investment and other financial resources that a business owner wants to have. Entrepreneurs want to make a difference in their business by offering new products and services or by making existing products and services better. Entrepreneurship education helps to achieve this goal by supporting this creative thinking and teaching to look at different constraints. Entrepreneurship education is a fundamental tool for sustainable growth and productivity in the business world. Entrepreneurship education encourages creative and innovative ideas. Entrepreneurship education provides students with the opportunity to experience a variety of work experiences. This can take the form of working in the field, creating start-ups or working as an intern at existing companies.

Entrepreneurship education enables students to solve problems they encounter in the field of work and to find creative solutions and efficient methods. It is, in this respect, considered an essential skill for continuous development in the business world. In entrepreneurship education, methods are applied that teach students the importance of creating a business plan and support them in this process. Business plans are used to describe the business idea along with aspects such as strategic, marketing, financial and collaboration plans.

Entrepreneurship education provides opportunities for work experience and encourages students to work in different fields, working on different projects, which helps them develop work experience and collaboration skills.

Entrepreneurship education introduces students to the global context of international economics and business relations. This allows them to be interested in

work opportunities and projects around the world and prepares them to work actively in the international field. In other words, entrepreneurship education is an important tool for achieving the goals of sustainable development in the field of business, supporting creativity, problem solving, experience and an international perspective.

Entrepreneurship education and sustainable development goals are the focus of many countries around the world. These goals are important steps to improve people's quality of life, increase their potential and contribute to the development of society.

It is known that educational systems must adapt to the changing needs of society. This is possible by providing programs which meet the requirements of entrepreneurship in vocational education institutions and directly related to entrepreneurship education. This means ensuring inclusiveness, or rather, providing educational opportunities without limiting anyone due to ethnic and social differences.

Entrepreneurship education is the name given to educational programs designed to provide people with professional entrepreneurial skills and knowledge. This education provides students with practical knowledge and experience to develop entrepreneurial skills in various fields (such as technology, business management, industry and more). These trainings cover fundamental topics in the field, such as developing an entrepreneurial mindset, evaluating available resources, and planning practical solutions.

Entrepreneurship education also organizes trainings and courses to develop leadership skills of students in the field of work. At this time, they are preparing to build and manage their own business.

By increasing technical and technological skills, it helps to increase knowledge in the field of technology, and provides conditions for obtaining the knowledge necessary to be successful in the field of professional entrepreneurship.

Activities are carried out to help entrepreneurship education institutions to apply competitive financing mechanisms to support their innovative initiatives. The goal of the training program on entrepreneurial thinking and practical business skills

is to increase the entrepreneurial approach in vocational education and the wider application of relevant business methods. The mentioned program is implemented as part of the activities of helping vocational education institutions to apply competitive financing mechanisms to support their innovative initiatives.

Interactive learning platforms, which are innovative methods for entrepreneurship education, are considered an innovative approach for learning at their own pace, enabling everyone, including those with disabilities, to use educational opportunities equally. Innovative technologies make the educational process more interesting and effective. It is applied in educational programs to develop the professional skills of students with the method of education and professional entrepreneurship. For example, professional entrepreneurship courses, technical educational institutions and business management training are applied in this field.

Many universities and colleges offer entrepreneurship education programs. These programs cover a wide area and explore topics such as business entrepreneurship, management, marketing, finance and more. MBAs and other entrepreneurship-focused programs are designed for those with a broad range of business experience and cover the areas of business management, leadership, corporate strategy and development, and business acumen.

It is known that there are many organizations that offer products, workshops and development programs for entrepreneurs. These trainings provide practical advice and support for entrepreneurs to solve their specific problems and grow their businesses. On the Internet, there are many online courses and training related to entrepreneurship and business management. Therefore, the application methods of entrepreneurship education include various strategies and practices to prepare students to learn the art of entrepreneurship and to be successful in the field of work.

References

1. Aliyev Sh. Entrepreneurial activity in educational institutions. Azerbaijan teacher newspaper. 26.02.2010
2. Yolchiyev M. Legal Analysis of Entrepreneur and Entrepreneurial Activity Institutes, Journal Of Qafqaz University, No:21, 2011.

UDC 65.011.4

Rostyslav IACENTIUK,

PhD student of the Kyiv National University of Technologies and Design

DIGITAL ENVIRONMENT AS AN IMPERATIVE FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

Theoretical research has been carried out to reveal the diverse and complex interconnections of the digital economy and current innovation processes that form a single digital technosphere based on the totality of tools and competencies of three system warehouses “economics – technology – management”. The relationship revealed here highlights the specificity of digitalization of the global space for the future.

The development of the digital economy is of an innovative nature, which is reflected in a wide range of platforms, networking, sharing, technology, non-intermediary, personalization, omnichannel, freelancing and crowdfunding. The multiplicative effect they generate, in turn, changes the format of innovative activity of economic agents by accelerating and scaling the processes of creation and diffusion of innovations in the electronic environment. The new technological cycle is a catalyst for the modernization of business models of innovative production. Based on the observed patterns of development of economic processes in robots, the replacement of innovative activities as a set of approaches is specified to ensure a complementary exchange of resources, capabilities, ideas, technologies for accelerated This is not the promotion of technologically advanced and competitive products to reduce the gain and/or other corrosive effects.

An important feature of innovative activity among the emerging critical minds of the digital space is the obviousness of the essential risk of achieving the planned result.

The digital middle, on the one hand, provides wide opportunities for the development and development of all-round innovations, allowing access to extensive resources and new markets, less territorial boundaries, and otherwise, to achieve more dynamic ruinous, due to the instability of the economy. In these minds, a business structure that can independently create innovative activities, develop nutrition through digitization and scaling up the creation of unique products and services.

It is important to have access to the latest sources of resource support, expert knowledge, and great data to ensure advanced development. Therefore, the key determinants of this activation are the mechanisms and tools that ensure the phenomenon of digitalization and ensure the necessary level of efficiency in innovation management. Before this, we must first network the partner networks, provide targeted government support and ensure marketing solutions are taken.

References

1. Крахмальова, Н. А., & Слонопас, В. (2023). Особливості формування підприємницького потенціалу в контексті сталого розвитку. Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації. Київський національний університет технологій та дизайну.

2. Verkhovna Rada of Ukraine (2002) Pro innovatsiinu diialnist : Zakon Ukrainy [On innovative activity: Law of Ukraine]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR) [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine], no. 36, art. 266.

3. Verkhovna Rada of Ukraine (2016) Pro naukovu i naukovo-tekhnichnu diialnist : Zakon Ukrainy [On scientific and scientific-technical activity: Law of Ukraine]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR) [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine], no. 3, art. 25.

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Козій Є.А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі стає вкрай актуальною проблемою в сучасному світі. Суворі конкуренція, швидкі зміни у споживчих уподобаннях та постійна необхідність оптимізації бізнес-процесів змушують рестораторів шукати нові способи покращення якості обслуговування та ефективності управління. У такому контексті використання штучного інтелекту виявляється потужним інструментом, що дозволяє автоматизувати багато аспектів роботи ресторану, від оптимізації процесів прийому замовлень до управління запасами та прогнозування попиту. Штучний інтелект також відкриває нові можливості для персоналізації обслуговування, що є важливим фактором у задоволенні потреб сучасних клієнтів. Таким чином, розгляд даної теми не лише важливий з точки зору розвитку ресторанного бізнесу, а й є відповіддю на актуальні вимоги ринку та споживачів.

Стан використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі постійно зростає і демонструє значний потенціал для трансформації галузі. Одним із ключових напрямків застосування штучного інтелекту є автоматизація процесів, починаючи від прийому замовлень через мобільні додатки або чат-боти до оптимізації управління запасами та ефективного розподілу робочої сили.

Аналіз існуючих систем штучного інтелекту в ресторанному господарстві відображає різноманітність та широкий спектр застосування цих технологій у галузі. Ці системи варіюються за своєю складністю та функціональністю, але всі вони спрямовані на покращення ефективності та якості обслуговування.

Так деякі ресторани використовують системи штучного інтелекту для автоматизації прийому замовлень через мобільні додатки або голосові асистенти. Це спрощує процес замовлення та зменшує ймовірність помилок. Інші заклади використовують алгоритми машинного навчання для аналізу даних про продажі та використання їжі, щоб прогнозувати попит та оптимізувати меню та запаси.

Багато закладів використовують системи штучного інтелекту для персоналізації обслуговування, наприклад, рекомендації страв на основі історії замовлень клієнта або його особистих уподобань. Також частою практикою стає використання системи розпізнавання обличчя для ідентифікації клієнтів та надання персоналізованого обслуговування.

Сьогодні перспективи застосування штучного інтелекту в ресторанному бізнесі є великими і багатообіцяючими. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, зокрема, праці [1-3], можна виокремити ключові перспективи розвитку даного питання:

- підвищення ефективності операцій. Впровадження систем штучного інтелекту дозволить автоматизувати багато рутинних операцій, що зменшить час, затрачений на виконання завдань та помилки, пов'язані з людським фактором;

- покращення якості обслуговування. Штучний інтелект дозволить ресторанам надавати персоналізоване обслуговування, враховуючи індивідуальні уподобання та потреби кожного клієнта, що сприятиме збільшенню задоволення клієнтів;

- оптимізація меню та управління запасами. Аналіз даних та прогнозування попиту допоможе ресторанам оптимізувати меню, виробництво та управління запасами, зменшуючи витрати та мінімізуючи втрати;

- збільшення лояльності клієнтів. Застосування штучного інтелекту дозволить створювати більш особисті та цікаві інтеракції з клієнтами, що

сприятиме збільшенню їх лояльності та повторних відвідувань;

– створення конкурентної переваги. Ресторани, які використовують штучний інтелект для оптимізації своєї діяльності, матимуть перевагу на ринку, оскільки вони зможуть швидше адаптуватися до змінних потреб споживачів та пропонувати більш ефективне обслуговування.

Незважаючи на значні переваги, деякі виклики все ще існують, такі як високі витрати на впровадження технологій штучного інтелекту, потреба у спеціалізованих кадрах для їх підтримки та питання конфіденційності даних клієнтів. Проте, зростаюча конкуренція та зростаючі очікування споживачів змушують ресторанний бізнес швидко адаптуватися до цих технологічних змін.

Отже, використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі сприяє підвищенню ефективності операцій, персоналізації обслуговування, оптимізації меню та управління запасами, а також покращенню управління клієнтською базою. Ці інноваційні рішення не лише спрощують процеси ресторанного бізнесу, а й забезпечують підвищення якості обслуговування та залучення нових клієнтів. Вони допомагають ресторанам адаптуватися до змінних потреб клієнтів та оптимізувати свою діяльність для досягнення більшого успіху. Завдяки постійному розвитку технологій та зростанню популярності цих рішень, очікується подальше їх широке впровадження у галузі ресторанного господарства.

Література

1. Штучний інтелект модернізує ресторанну індустрію. Ресторатор. URL: <https://www.restorator.ua/post/artificial-intelligence-is-modernizing-the-restaurant-industry> (дата звернення 11.04.2024).
2. Штучний інтелект в ресторанному бізнесі. Основні напрямки та приклади/ Evergreen. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/ai-in-restaurants.html> (дата звернення 11.04.2024).
3. Ресторанний бізнес йде в майбутнє: як ШІ створює нові рецепти та дизайни закладів. Telegraf. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/ukraine/2023-11-03/5816155-restoranniy-biznes-yde-v-maybutne-yak-shi-stvoryue-novi-retsepti-ta-dizayni-zakladiv> (дата звернення 12.04.2024).

УДК 330.3

Ганущак Р.М., аспірант
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
м. Чернігів, Україна

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Інноваційні кластери є специфічним типом галузевих або територіальних об'єднань підприємств, установ та організацій, які співпрацюють для створення інноваційних продуктів, послуг або технологій. Інноваційні кластери збирають разом підприємства, дослідницькі установи, університети та інші структури, які мають великий потенціал для інновацій та розвитку, що сприяє обміну знаннями, досвідом та ресурсами. У кластерах створюються найліпші умови для виникнення новаторських ідей та розвитку інноваційних продуктів чи послуг. Взаємодія між різними учасниками кластера створює плідну ґрунт для творчого процесу. Для успішної роботи кластерів важлива належна інфраструктура, яка включає в себе науково-дослідні центри, інкубатори, акселератори, підприємства з технологічним перевагою та інші установи. Уряди та регіональні органи можуть надавати підтримку для створення та розвитку інноваційних кластерів шляхом створення сприятливого правового середовища, надання фінансової підтримки, а також залучення до кластерів інвестицій. Інноваційні кластери можуть стати драйвером розвитку конкретних регіонів, створюючи нові можливості для зайнятості, розвитку бізнесу та підвищення конкурентоспроможності. Вони сприяють розвитку мережових зв'язків між різними учасниками, що сприяє обміну досвідом, технологіями та ринковою інформацією. У результаті інноваційні кластери створюють сприятливе середовище для створення та розвитку інноваційних проєктів, що сприяє загальному економічному розвитку та збільшенню конкурентоспроможності регіону або країни [1-2].

Формування інноваційних кластерів в умовах невизначеності може бути викликом, але існують певні інструменти та стратегії, які можна використовувати для досягнення успіху. Умови невизначеності можуть вимагати залучення різних стейкхолдерів, які мають різні знання та досвід. Створення мережових зв'язків з іншими підприємствами, університетами, дослідницькими установами та громадськими організаціями допоможе збільшити доступ до ресурсів та експертної підтримки.

В умовах невизначеності важливо мати гнучкий підхід до управління процесом формування кластеру, що означає здатність швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, вносячи необхідні корективи до стратегії та планування. Урядова підтримка може бути важливою у створенні інноваційних кластерів в умовах невизначеності, що може включати фінансову підтримку, зниження адміністративних перешкод, створення стимулів для інноваційних ініціатив та інше. Важливо, щоб всі учасники кластера мали загальну візію щодо мети та напрямків розвитку, що допоможе уникнути конфліктів та сприятиме спільним зусиллям у досягненні цілей. Кластери повинні створити сприятливе середовище для інновацій, включаючи доступ до фінансування, підтримку досліджень і розвитку, створення інкубаторів та акселераторів для підтримки нових ідей. В умовах невизначеності важливо бути готовим до експериментів та випробувань нових ідей та стратегій. Гнучкість та здатність до швидкого адаптування можуть бути ключовими факторами успіху.

Створення сприятливого інноваційного середовища для кластерів в умовах невизначеності вимагає комплексного підходу та врахування різноманітних факторів. Існує необхідність сприяння активній взаємодії між учасниками кластера, включаючи підприємства, університети, дослідницькі установи та урядові органи. Важливим є забезпечення механізму для обміну знаннями, технологіями та досвідом, наприклад, шляхом організації семінарів, конференцій, робочих груп та інших заходів. Необхідною умовою є

формування доступу до фінансових ресурсів для розвитку інноваційних проєктів та досліджень, що може включати гранти, кредитування, створення інвестиційних фондів та інші форми підтримки. Важливим є створення сприятливого клімату для стартапів та молодих інноваційних підприємств, включаючи спрощення процедур реєстрації, податкові пільги, доступ до менторства та консультаційних послуг. Заохочення формування мережевих зв'язків між учасниками кластера та іншими інноваційними екосистемами національного та міжнародного рівня, зможе забезпечити доступ до нових ринків, технологій та інвестицій. Необхідно розробити гнучкі механізми управління, які дозволяють ефективно реагувати на зміни в економічному та соціальному середовищі, що може включати моніторинг ринкових тенденцій, оцінку ризиків та швидку адаптацію стратегій [2-3].

Створення сприятливого інноваційного середовища для кластерів в умовах невизначеності вимагає активної участі різних стейкхолдерів та розробки комплексної стратегії, спрямованої на створення сприятливих умов для розвитку інноваційної діяльності. Перелічені заходи допоможуть підприємствам та організаціям ефективно формувати інноваційні кластери в умовах невизначеності та сприятимуть їхньому успіху та стійкому розвитку.

Література

1. Бірюков, О. В. (2013). Інноваційні та інноваційно-активні підприємства: спільні та відмінні ознаки. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*, (25 (2)), 169-176.
2. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.
3. Поліщук, Н. В. (2009). Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, (2), 310-317.

УДК 330.3

Молчанов Т.В., магістр
Шкода М.С., д.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва та бізнесу
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

У сучасному контексті економічного розвитку України, особлива увага звертається на показники інноваційності та активності промислових підприємств. Ці показники стають не лише важливими мірками ефективності економічної системи, але й ключовими орієнтирами для стратегій подальшого розвитку країни. Стан та динаміка кількості інноваційно-активних промислових підприємств в Україні визначають не лише її конкурентоспроможність на міжнародному ринку, а й її здатність до технологічних перетворень та створення сприятливих умов для економічного зростання.

Зосередження на показнику кількості активних підприємств дає можливість краще розуміти динаміку розвитку та потенціал економіки України в умовах сучасних викликів, зокрема військового конфлікту та його наслідків.

На основі даних з бази Державної служби статистики, ми можемо спостерігати тенденцію розвитку суб'єктів господарювання на рис. 1. Аналізуючи статистичні дані представлені в діаграмі, стає очевидним, що ситуація з кількістю промислових підприємств та фізичних осіб-підприємців у 2022 році має негативний тренд. Цей показник є вражаючим свідченням складної економічної ситуації, спричиненої не лише внутрішніми чинниками, але й зовнішньою агресією, що досі триває.

За аналізом динаміки можна помітити, що кількість фізичних осіб-підприємців зростала швидше, ніж кількість підприємств. Це вказує на певні особливості розвитку малого та середнього бізнесу, його гнучкість та

відповідність на змінні умови ринку.

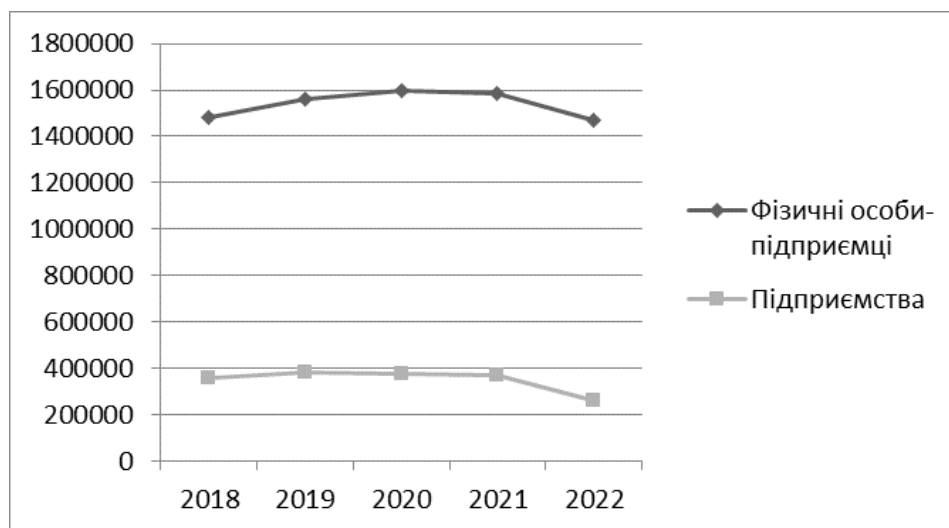


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів господарювання в Україні за 2018 - 2022 рр.[1]

На сьогоднішній день, додатково до відсутності даних за 2023 рік, можна відзначити й інші потенційні впливи на кількість суб'єктів господарювання:

1. Розвиток інноваційних технологій: Попри військовий конфлікт, Україна залишається активним учасником світового технологічного прогресу. Стимулювання інновацій може стати фактором, що підтримає розвиток бізнесу та збільшить кількість суб'єктів господарювання.

2. Підтримка малих та середніх підприємств: Державна політика спрямована на підтримку малих та середніх підприємств може вплинути на стабільність бізнес-середовища та зменшити його вразливість у військових умовах.

3. Міжнародний партнерство та інвестиції: Залучення зовнішніх інвестицій та партнерства можуть стати додатковим стимулом для розвитку бізнесу в умовах війни та сприяти збереженню кількості суб'єктів господарювання.

Розглядаючи ці аспекти, можна бачити, що хоча військовий конфлікт має значний вплив на економічну ситуацію, існують також можливості для

розвитку та підтримки бізнесу, які можуть сприяти зміцненню його стійкості та адаптації до нових умов.

У зв'язку з прогресуючим військовим конфліктом та загальною нестабільністю, можна очікувати подальше зменшення кількості суб'єктів господарювання у 2023 році. Проте, важко надати точний прогноз, оскільки непередбачуваність воєнних подій та їхніх наслідків створює значні труднощі для економічного прогнозування.

Незважаючи на це, важливо зауважити, що в умовах війни існують також можливості для стимулювання розвитку бізнесу та підтримки суб'єктів господарювання. Наприклад, важливо активно впроваджувати політику підтримки малих та середніх підприємств, що може допомогти зберегти робочі місця та збільшити стійкість економіки. Крім того, сприяння розвитку інноваційних технологій та залучення інвестицій може стимулювати зростання ефективності підприємств у складних умовах військового конфлікту.

Література

1. Державна служба статистики України: кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/fin/osp/ksg/ksg_u/ksg_u_17.htm
2. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави. Національна доповідь. / за заг. ред.. В. М. Гейця [та ін.]. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
3. Сучасна економічна динаміка в контексті парадигми економічного розвитку Й.А. Шумпетера : Матеріали XX міжнародної науково-практичної конференції (14-15 жовтня 2011 р.). – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. С. 44-46.

UDC 330.341.1

Yehor LANIN,
PhD student of the Kyiv National University of Technologies and Design

ACTIVATION OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM IN THE CONDITIONS OF WAR

The state of the national economy during the war, characterized by instability, requires timely actions in the period of the destructive process of macroeconomic balance. In the modern economy of knowledge and rapid development of innovative technologies, the transition to high-quality economic growth is manifested in investing in intangible economic assets, increasing the innovative activity of economic entities. It becomes obvious that regulatory actions regarding the business sector cannot be ignored by the state [1].

Based on the conceptual model "Triple Helix", it can be argued that it was this model that formed the basis of the creation of modern European national innovation systems, where the main subjects of innovation processes work together throughout the entire life cycle of innovations.

Dwelling in more detail on the etymology of the term "crisis", it can be noted that a crisis is not only a limit, but also a stimulus for development, it is a period of preparation of the economy for qualitative renewal. Therefore, the crisis is not only a means of supporting and facilitating the functioning of the market (crisis) mechanism in order to stabilize the economy but is also a transitional stage to the creation of innovations.

In today's crisis conditions, when most of the country's territory is under constant bombardment by the Russian Federation, when society daily faces uncertainty and new restrictions related to social isolation and changes in the labor market, it is very important to consider the reduction of jobs as a motivation for self-education and professional development. reorientation, building intellectual capital to strengthen the national innovation system, but at the same time being aware of the possibilities of the state budget in the implementation of innovative economic

development. In order to accelerate the transition to an innovative path of development and increase the intensification of scientific, educational and economic ties, a favorable environment is needed, in which the timely construction and active development of innovative infrastructure is carried out, the problem of the imbalance of the elements functioning within the framework of the system, which in the current conditions of the instability of the economy under power only to the state [2]. With the emergence of new challenges of geopolitical and macroeconomic types, Ukraine is forced to create new chains within the innovation system: achieving high efficiency in the processes of commercialization of technological developments - support of non-raw materials innovative industries - development of new markets - access to accelerated economic growth.

An important aspect of this problem is that in some countries state intervention is noted due to the active implementation of innovation policy, in other countries innovation regulation involves indirect intervention. In addition, the various models of national innovation systems that exist to this day (Euro-Atlantic, East Asian, alternative, the "triple" spiral model") were formed since the beginning of the 20th century, which is expressed in the diversity of the structure of the models, the pace of economic development of the country, the specifics of market conditions, activities of political, economic and social institutions, state and business management mechanisms. Based on this, it can be stated that the prerequisite for the formation of the national innovation system is the solution of the arsenal of tasks aimed at the implementation of the innovation policy of the state.

Literature

1. Government 5.0 як основа ефективності державно-приватних партнерств у період повоєнного відновлення України : монографія / А. О. Касич, О. В. Чернявська, С. М. Бондаренко, М. С. Шкода та ін. ; за ред. А. О. Касич, І. О. Тарасенко. – Київ : КНУТД, 2024. – 254 с.

2. Shkoda M. S. Development of cluster partnership systems as an object of state regulation = Rozvytok system klasterneho partnerstva yak obiekta derzhavnoho rehuliuвання [Tekst] / M. S. Shkoda // Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen. - 2022. - № 6 (11). - S. 87-97.

УДК 339.1

Ляхова Д. С.
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРОДАЖІВ ДЖИНСОВИХ ВИРОБІВ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

За останні роки Україна стала помітним гравцем на світовому, особливо європейському, ринку одягу. Український експорт у 2023 році сягнув майже \$670 млн, а імпорт перевищив \$1,1 млрд. Основні обсяги українського експорту припадають на ЄС, і такий експорт здебільшого здійснюється за схемою давальницької сировини. Закриття ринку збуту є ключовим драйвером для розвитку ринку тканин.

Але якщо ринок таких виробів в Україні вивчений досить добре, представлено багато аналітичних та статистичних матеріалів, то ринок джінсових тканин вивчений недостатньо.

Постійне покращення маркетингу та продажів магазину «Only Jeans» має величезне значення з кількох ключових причин. В першу чергу, це допомагає привернути нових клієнтів і розширювати базу споживачів, оскільки конкуренція на ринку завжди висока.

Також, покращення маркетингу і продажів дозволяє збільшити обсяги продажів, що призводить до збільшення прибутку. Це може бути досягнуто за допомогою оптимізації процесів, підвищення лояльності клієнтів, розширення асортименту товарів, інші стратегії[1].

Покращення маркетингу та продажів також сприяє зміцненню конкурентоспроможності магазину. Стійкість на ринку вимагає бути завжди готовим до змін і адаптуватися до них. Постійне оновлення стратегій допомагає магазину залишатися конкурентоспроможним у змінному середовищі. Підвищення рентабельності є ще однією важливою перевагою покращення маркетингу та продажів. Ефективні стратегії дозволяють зменшити витрати та збільшити маржу прибутку, що призводить до більшої рентабельності [2].

Сильний бренд допомагає залучати клієнтів, а постійне покращення маркетингових зусиль сприяє підвищенню впізнаваності і довіри до бренду «Only Jeans». Також це дозволяє реагувати на зміни в споживчих попитах і забезпечувати товари та послуги, які відповідають сучасним потребам. Важливим аспектом є також збільшення задоволеності клієнтів. Задоволені клієнти більш схильні до повторних покупок і рекомендацій іншим. Покращення маркетингу та обслуговування клієнтів сприяє підвищенню їх задоволеності.

Для покращення маркетингу та продажів магазину «Only Jeans» можна враховувати декілька ключових етапів [1].

По-перше, важливо активніше використовувати соціальні мережі, зокрема Instagram, та регулярно публікувати якісний та різноманітний контент. Фотографії та відео товарів, сторіс і інтерактивні опитування дозволяють залучити увагу аудиторії, а спілкування через коментарі та приватні повідомлення підтримує зв'язок з клієнтами [3].

Другий етап стосується веб-сайту. Основним каналом для онлайн-продажів є власний веб-сайт. Щоб зробити його ефективним, важливо оновлювати його регулярно, оптимізувати для пошукових систем, забезпечити зручний інтерфейс та надати детальні описи товарів. Також важливо забезпечити безпеку платежів та конфіденційність даних клієнтів.

Третій етап стосується покращення використання email-маркетингу. Він є потужним інструментом для залучення уваги та збільшення продажів. Магазин може вдосконалити інформаційний бюлетень, в якому буде регулярно надсилати новини, акції та спеціальні пропозиції своїм підписникам. Важливо враховувати індивідуальні вподобання та історію покупок клієнтів для персоналізації розсилок [4].

Четвертий етап полягає в розширенні асортименту товарів. Магазин може розглянути можливість додавання нових брендів та категорій товарів, які відповідають потребам різних груп клієнтів. Це допоможе привернути більше різних сегментів аудиторії та робити покупки в магазині більш різноманітними

[5].

П'ятий етап стосується зміцнення співпраці з виробниками. Активна співпраця з виробниками тканин дозволить отримувати першоджерело високоякісних товарів та спеціальні умови для спільної реклами та акцій.

Шостий етап включає в себе аналіз конкуренції та трендів ринку. Магазин повинен регулярно аналізувати конкурентів та відстежувати тренди на ринку одягу. Це дозволить адаптувати стратегію маркетингу та асортимент товарів до змінних умов.

Заключним етапом є оптимізація лояльності клієнтів. Створення програми лояльності та надання переваг постійним клієнтам може сприяти підтримці та збільшенню бази стабільних клієнтів.

Враховуючи всі ці етапи, магазин «Only Jeans» може покращити свою маркетингову стратегію та збільшити обсяги продажів своєї продукції [1].

Література

1. Радченко Л.О. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посіб. / Л.О. Радченко, М.П. Льовшина, М.П. Головка, О.В. М'ячиков, І. Ф. Мартишко. – Х.: Світ книг, 2013. – 12с.
2. Федько І.В. Аналіз напрямів та тенденцій розвитку інноваційних технологій джинсової індустрії. Вісник КНУТД. 2015. № 1 (82). С. 177– 184.
3. Загальна характеристика ринку одягу в Україні. Аналіз поточних тенденцій. InVenture URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynokodezhdy-v-ukraine>
4. Огляд ринку одягу в Україні. ММГ URL: <https://www.marketingua.com/ru/article/obzor-rynka-odezhdy-v-ukraine/>
5. Україна: дорожня карта розвитку галузей виробництва одягу та взуття. Українська асоціація підприємств легкої промисловості, 2017. <https://ukrlegprom.org/files/ukrlegprom-roadmap.pdf>.

Науковий керівник:

Г.А. Рижкова, к-т екон. наук, доцент

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Онуфрійчук А.М., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Самообслуговування є важливим трендом в індустрії гостинності, який дозволяє оптимізувати процеси обслуговування, підвищити ефективність операцій та покращити клієнтський досвід. Інноваційні технології, такі як інтерактивні меню, мобільні додатки, кіоски самообслуговування та QR-коди, активно впроваджуються в закладах харчування по всьому світу.

В умовах високої конкуренції готелі та ресторани шукають нові способи підвищення ефективності, зниження витрат та покращення обслуговування клієнтів. Інноваційні технології самообслуговування можуть стати важливою конкурентною перевагою.

Дослідження інноваційного розвитку самообслуговування є актуальним, оскільки воно може надати цінні рекомендації для підприємств індустрії гостинності щодо впровадження передових технологій та адаптації до мінливих ринкових умов.

Для успішної інтеграції нових технологічних рішень зі своїми існуючими системами готелям часто потрібна співпраця зі спеціалізованими постачальниками технологій або консультантами з досвідом проектування та впровадження інтегрованих систем. Співпрацюючи з цими експертами, готелі можуть подолати технічні та операційні проблеми та забезпечити плавний перехід до нових технологій.

Погоджуючись із позицією Шацької З.Я. та Семко В.В. зазначимо, що актуальними є інноваційні технології, які змінять індустрію гостинності в

найближчому майбутньому.

1. Інноваційне управління енергією

Інноваційні термостати та датчики при-сутності можуть відстежувати коливання присутності та реагувати на них.

2. Прогнозне інноваційне технічне обслуговування

Подібно до того, як інноваційні енергетичні системи дозволяють власникам готелів і ресторанів контролювати, відстежувати та оптимізувати споживання енергії, прогнозне інноваційне технічне обслуговування дозволяє їм використовувати дані датчиків для виявлення пошкоджень на їх початковому рівні і попередити обслуговуючий персонал до того, як певна проблема переросте у набагато небезпечнішу і дорожчу.

3. Розумна зарезервована парковка. Готелі і ресторани можуть використовувати інтелектуальні датчики та інноваційні програмні додатки, які дозволяють гостям зарезервувати паркувальні місця напередодні свого візиту та отримати їх місце після прибуття.

4. Ключі від номерів. Сьогодні все більше готелів пропонують гостям доступ до номерів через додаток у смартфонах. Це дозволяє заощадити витрати на друк пластикових карток-ключів і позбавити від зайвого клопоту, пов'язаного із запасними картками-ключами, які можуть розмагнічуватися чи губитися.

5. Інфрачервоні сканери. Застосування інфрачервоних сканерів дасть змогу мінімізувати перебої, пов'язані з прибиранням (що є загальною скаргою клієнтів).

6. Безконтактні платіжні системи. Сучасні платіжні системи також можуть призвести до того, що більше готелів прийматимуть криптовалюту як оплату.

7. Сайт чат-ботів. Веб-чат-боти стали обов'язковими для будь-якого

готельно-ресторанного бізнесу. Гості отримують швидше відповіді, а співробітники мають доступ до інформації в початковому чаті для довідки.

8. Голосове керування. Завдяки останнім досягненням у технології розпізнавання голосу все більше людей використовують голосовий пошук і онлайн-помічників, таких як Alexa від Amazon, Siri від Apple, Bixby від Android і Google Assistant.

9. Технологічні зали та цифрові конференц-зали. Попит на технічні лаунжі та інші коворкінги помітно зріс, оскільки все більше компаній пропонують варіанти роботи з дому, а багато працівників починають кар'єру фрілансерів і стають цифровими кочівниками.

10. Автоматизовані системи управління майном. Оновлені системи управління нерухомістю (PMS) повинні включати апаратне та програмне забезпечення, яке дозволяє готелям і ресторанам автоматизувати адміністративні завдання.

Література

1. Шацька З.Я., Семко В.В. Впровадження нових технологій на вітчизняних підприємствах: Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні»: 2017 р.: матеріали Міжнар. нак.-практ. конф., 24 травня 2017 р. Київ : КНУТД, 2017. С. 370-373.

2. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. // Економіка та суспільство. – № 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>

3. Поворознюк І. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. // Економіка та суспільство – № 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17> (дата звернення 3 квітня 2024 р.)

УДК 330.1 + 338.33

Teimur A. Kasumov,
Postgraduate student,
Mariana S. Shkoda,
Doctor of Economic Sciences,
Kyiv National University of Technologies and Design

INTERPRETATION OF DIVERSIFICATION OF BUSINESS PROCESSES OF MODERN ENTERPRISES

Research on the concept of diversification of business processes has its roots deep in the history of economic science. Over the centuries, various interpretations and methodologies have developed, which laid the foundation for modern strategies and applications in the field of diversification of business processes.

The concept of diversification has undergone evolution taking into account various schools of economic thought and scientific approaches, which allowed to reveal its various dimensions and provide a fundamental basis for the development of modern strategies and methods in business process management. Such a development in the understanding of diversification enables modern enterprises to use a wide range of strategies to improve and optimize their activities.

Diversification as a term has a two-line Latin basis: *diversus* - different and *facio* - I do; later the Latin variant *diversificatio* - changes, variety. The modern English language has created the word "diversification", which means expanding the range of products or investing capital in different types of securities. In general, diversification is the discovery of diversity and versatility [1].

Many famous classics such as Adam Smith, Jean-Baptiste Say, David Ricardo, Thomas Malthus, John Stuart Mill and other economists created concepts and theories that played a significant role in shaping management strategies and economic development. The consideration of these classic opinions allows a better understanding of business process diversification strategies in the context of modern

conditions, in particular, in conditions of increased competition and a rapidly changing economic environment.

Economist A. Smith argued that market competition between enterprises forces them to look for ways to increase efficiency and reduce costs in order to gain competitive advantages. However, he did not talk about the strategic expansion of the business through diversification. Instead, his principles of specialization indicate that companies should focus on their strengths and concentrate on those areas where they can best use their resources [2]. However, his theory of the "invisible hand of the market" can be used to justify diversification strategies: the market and its competition can stimulate enterprises to expand or diversify their activities to respond to changing conditions and consumer demands. Applying A. Smith's thoughts, diversification can be understood as a response to market demand and a way to maintain competitiveness by adapting to changes in the economic environment.

Jean-Baptiste Say, a famous figure in classical economics of the 18th century, left a significant mark on both economic theory and political philosophy. His deep understanding of economic development and the transformative power of competition was groundbreaking for its time [3]. Say emphasized that competition between enterprises not only promotes efficiency, but also stimulates economic progress. His pioneering ideas laid the foundation for the modern understanding of diversification. The author believed that the competitive environment forces enterprises to innovate, pushing them to improve their products, services or market strategies. In essence, this constant pursuit of improvement and expansion reflects the modern concept of diversification. It emphasizes the need for enterprises to adapt and develop, optimizing their activities for prosperity in a competitive market environment [4]. It is also worth noting that the economist in his works. Therefore, it can be argued that his ideas regarding the competitive environment and the stimulation of efficiency had a significant impact on the development of business process diversification strategies in the future.

Therefore, it can be determined that views on the diversification of business processes have undergone a significant evolution, moving from basic risk minimization strategies to complex management strategies. Thus, diversification should be considered in a broad sense and a narrow one.

On the basis of developed theoretical studies, the author's definition of diversification is proposed, which the author defines in broad and narrow meanings.

In a broad sense, it is, first of all, a full-fledged strategy, which consists in expanding the enterprise's activities through the diversity of its activities, which includes expanding the range of products or services, entering new markets, distributing investments between different types of assets and different areas of production. Such a strategy, to a certain extent, is aimed at reducing the risks associated with the concentration of activity in one segment or market and contributes to the creation of a more sustainable and stable enterprise through a wider range of activities and investments.

In a narrow sense, diversification means the distribution of the company's activities between different types of products or markets in order to distribute risks and ensure stability in the event of negative factors in certain sectors or market segments, which involves a balanced approach to investing in order to avoid significant costs in the event of a negative impact on one part of the business.

Literature

1. Забедюк, М.С. Стратегія диверсифікації як шлях підвищення ефективності діяльності підприємства. Економічний форум, 2020. 1(2), 87-92. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-2-11>
2. Сміт, А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Наш Формат. 2018. С. 722. ISBN 978-617-7552-14-6.
3. Passant, A. J. G. The organizational identity of business schools: Toward an entrepreneurial redefinition? A longitudinal case study of a European business school. *Review of Entrepreneurship*, 21(1), 2022. 24-64.
4. Hollander, S. Jean-Baptiste Say and the Classical Canon in Economics: The British connection in French classicism. London and New York. 2005. с. 336.

УДК 330

Поліщук Н. В., д. е. н., професор
Попадюк Я. А., аспірант,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Інвестиційна активність підприємств України під час воєнного стану не забезпечує належної результативності та ефективності виробництва. Дослідження чинників впливу на процес інвестування дає змогу якісно управляти інвестиціями, зменшувати ризики вкладень та збільшувати їх ефективність.

Інвестиційна активність на рівні підприємства є комплексною характеристикою інтенсивності інвестиційної діяльності, спрямованої на вкладення власних та залучення іноземних інвестицій у його розвиток. Натомість, на рівні галузей, регіонів та держави в цілому це визначається кількістю (або питомою вагою) інвестиційно активних суб'єктів господарювання різних форм власності. Рівень інвестиційної активності підприємств значною мірою визначається їх здатністю створювати та втілювати потенціал своєї інвестиційної діяльності. Інвестиційна активність – це показник ефективності інвестиційної діяльності підприємств.

Інвестиційна активність підприємств є складною та динамічною системою, що формується під впливом факторів загальнодержавного та глобального рівнів, а також внутрішніх чинників підприємства. Ефективність цієї системи залежить від умов на мікро-, мезо- та макрорівнях. Важливу роль у створенні необхідних умов для цієї системи відіграє держава, яка має регулювати питання щодо збільшення інвестиційної активності підприємств на законодавчому рівні [1]. Одним із важливих чинників є діюча система оподаткування, так як податки є однією з важливих економічних категорій, що впливають на інвестиційну активність підприємств.

Базисом для збільшення інвестиційної активності на рівні підприємства є цілі, принципи та напрями інвестування, що впливають, зокрема, з теорії сталого розвитку, а також сформований потенціал, включаючи інноваційний, інвестиційний, маркетинговий, виробничий, кадровий та фінансовий потенціал. Напрями інвестування мають виходити з функцій підприємства, а основу потенціалу підприємства має становити людський капітал [2].

На кожному підприємстві повинні бути впроваджені процеси моніторингу, аналізу та покращення результатів інвестиційних проєктів. У разі виявлення відхилень від запланованих результатів інвестування має бути розроблений план коригувальних дій та вжиті відповідні заходи. Дослідження умов та чинників зовнішнього середовища, а також відстеження змін у внутрішньому середовищі підприємства має відбуватися постійно з визначеною періодичністю [3].

Висновки. Збільшення інвестиційної активності підприємств має здійснюватися шляхом запровадження на підприємствах механізму, особливістю якого є його цілеспрямований вплив на сукупність характерних для підприємств чинників, що безпосередньо або опосередковано визначають ефективність функціонування підприємства, екологічний стан та соціальний розвиток.

Література

1. Поліщук Н. В., Попадюк Ю. А. Теоретико-методологічні аспекти інвестиційного механізму підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. № 11. С. 161–167. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-11-161-167> (дата звернення: 15.04.2024).
2. Світлишин І. І. Зростання інвестиційної активності підприємств. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 4 (98). С. 18–27. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2021-4\(98\)-18-27](https://doi.org/10.26642/ema-2021-4(98)-18-27) (дата звернення: 18.04.2024).
3. Коробович Л. П., Костюк В. А., Владика Ю. П. Чинники впливу на інвестиційну активність аграрних підприємств регіону. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2022. № 1. С. 135–140. URL: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2022.1.16> (дата звернення: 18.04.2024).

UDC 65.012

Valeriy O. Shcherbakov,
Postgraduate student,
Mariana S. Shkoda,
Doctor of Economic Sciences,
Kyiv National University of Technologies and Design

FEATURES OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF BUSINESS ALLIANCES IN ENTREPRENEURSHIP

A business alliance is a form of cooperation between a general contractor and subcontractors that either serves to "increase production volumes" or "combines the activities of several enterprises." Among scientists, there is an opinion that real business alliances are something like comprehensive contracts that have a specific goal. In our opinion, a business alliance is a combination of long-term development strategies of independent business structures, their coordinated activities aimed at the realization of common goals, where coordination is ensured through the coincidence of strategic interests of entrepreneurs.

Based on our definition, several characteristic features of business alliances can be identified. First, the presence of several management centers since the partner companies do not merge into a single strategic unit. This means that to decide on any issue of joint activity, the consent of all partners is necessary.

Secondly, relations within the alliance are built considering negotiations - dialogue. Thus, a situation of protracted negotiations may arise in business alliances, while in business structures that have either merged or joined, such a problem practically does not arise, since there is a single management center that independently makes management decisions. However, this feature of business alliances means that none of the partner companies in the alliance can force other companies to make any decision that could harm the other company.

Thirdly, the possibility of a conflict of interest. When entering a business alliance, the partner companies agree to work together to achieve predetermined

goals, but in addition to these goals, the companies have other interests that may come into conflict with the achievement of the set goals.

Ignoring these features of business alliances can lead either to a long-term stoppage of the alliance's activity, or to reaching such a compromise that will not be the most optimal solution. In some cases, a business structure acting independently can decide to start production much faster.

Other features of the alliance are its reversible nature and the uncertainty of the time of action. However, this does not at all characterize the business alliance as an unstable organizational form, since when joining the alliance, partner companies consider its features. Such features of a business alliance as uncertainty and turnover do not increase the riskiness of entrepreneurial business. For the effective functioning and development of business alliances in entrepreneurship, it is necessary to comprehensively investigate their organizational principles. Three main stages of the formation of a business alliance can be distinguished, each stage includes a certain sequence of stages of the formation of alliances:

I. Conceptual-analytical stage: environmental analysis; defining the concept of creating an alliance.

II. Organizational stage: research of partners; justification and clarification of the alliance concept; alliance formation.

Sh. Stage of functioning of business alliance: functioning of partnership; withdrawal from the alliance.

Literature

1. Shkoda, M. S., Shcherbakov, V. O. (2023). АНАЛІЗ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-АЛЬЯНСІВ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ. *Journal of Strategic Economic Research*, (4), 83-89.

2. Shkoda M. S. Development of cluster partnership systems as an object of state regulation = Rozvytok system klasternoho partnerstva yak obiekta derzhavnoho rehuliuвання [Tekst] / M. S. Shkoda // *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen*. - 2022. - № 6 (11). - S. 87-97.

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Сагайдаков М.С., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

Індустрія харчування відіграє дедалі більшу роль у житті сучасного суспільства та кожної людини. Це пов'язано, насамперед, зі зміною технологій переробки продуктів харчування, розвитком комунікацій, диверсифікацією засобів доставки продукції та сировини, інтенсифікацією багатьох виробничих процесів. У швидкісному сьогоденні для споживачів головними принципами є невисока ціна і швидке обслуговування.

Дуже важливим є маркетинг закладів фаст-фуду:

- дизайн закладу швидкого харчування має велике значення. Це логотип, вивіска, оформлення залу та блюд;
- місця швидкого харчування мають бути спроектовані так, щоб бути максимально ефективними. Щоб клієнти могли швидко поїсти і займатися повсякденними справами;
- колірна гамма підбирається спеціально для стимулювання апетиту. Це червоні і жовті відтінки (у закладах McDonald's, KFC, Burger King, Hardees і Subway). Ці кольори створюють відчуття голоду у клієнтів;
- бізнес швидкого харчування – це зручність. Йдеться про надання якісної їжі з невеликим бюджетом.

Моніторинг ринку ресторанного бізнесу дозволив виділити наступні механізми маркетингу і менеджменту, необхідні для подальшого розвитку цієї сфери діяльності:

1. Необхідність активізації ідей здорового харчування. Наразі майже 10% відвідувачів ресторанів є вегетаріанцями, тому для них відкриваються заклади відповідних форматів або надається можливість вибору відповідних страв у меню. Тенденцію здорового харчування необхідно підтримувати й надалі.

2. Відчувається нагальна потреба у переорієнтації з європейської та грузинської кухонь на азійські. Заклади харчування все частіше починають спеціалізуватися на тайській, китайській, корейській і в'єтнамській кухнях.

3. Під час пандемії і воєнних дій гострою стала цінова політика для імпортованих продуктів і напоїв. Тому більшість закладів переорієнтовуються на вітчизняні (або навіть місцеві) продукти харчування, безалкогольні напої та вина. Це пов'язано з підвищенням якості вітчизняної продукції, такої як сири, сиров'ялені ковбаси і м'ясо, появою місцевого виробництва раніше екзотичних морепродуктів, таких як устриці.

4. Нагальною стає подальша орієнтація на монопродуктові заклади. Спеціалізація на одній страві, яка приготована у різних варіантах, створює у закладі особливу атмосферу.

5. Популярною залишається орієнтація на фуд-холи і фуд-кортти як чинник об'єднання у рамках одного простору торгово-розважального центру закладів різного формату задля підвищення трафіку платоспроможних споживачів у такому ТРЦ.

6. Актуальним залишається підвищення уваги до маркетингових стратегій просування. Необхідність виділення значних коштів на промоушен закладів, залучення консалтингових агенцій, включення маркетологів до штату.

7. Необхідно продовжити розбудову служб доставки їжі, яку здійснюють наразі заклади харчування або власними силами, або за допомогою аутсорсингових фірм, таких як Glovo, Voxcatering, Bolt Food та ін.

8. Послідовна діджиталізація і автоматизація роботи закладів швидкого обслуговування, впровадження сучасних CRM-систем, дозволять підвищити

якість і зменшити час обслуговування клієнтів, а також отримувати оперативні дані про роботу закладу.

9. Підвищення привабливості та репутації закладу серед відвідувачів може бути посилено через швидку реакцію на негативні відгуки, створення каналів зворотного зв'язку через Instagram, Facebook та інші месенджери, що дає змогу слідкувати за якістю їжі та коректністю роботи персоналу.

10. В умовах воєнних дій і, нажаль, збільшення кількості переселенців та людей з обмеженими можливостями. Тому необхідне подальше впровадження «безбар'єрного простору» – обов'язкове обладнання пандусів, туалетів для інвалідів, пеленальних столиків для батьків з немовлятами тощо.

Література

1. Михайлюк О.Л. Перспективи впровадження найкращих практик для розвитку підприємств швидкого харчування Одеського регіону. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2023. № 1-2 (84-85). С. 172–186.

2. Гончар Л.О.; Павлюк Д.М. Особливості організації антикризового управління ресторанним бізнесом в умовах пандемії COVID-19. Publishing House “Baltija Publishing”, Випуск 2 (63), 2021. С. 57-66. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2021/63_2021/12.pdf (дата звернення 04.04.2024).

3. Постова В.В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. 2022. Вип. 65. С. 98-103, 2022. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2022/65_2022/19.pdf (дата звернення 04.04.2024).

УДК 37.005

Проскурович О.В., к.е.н., доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Традиційно під процесом «діджиталізація» розуміють переведення інформації у цифрову форму. У останні роки в Україні широко впроваджуються процеси як глобалізації так і діджиталізації. Не обходить стороною це і освіту. Використання цифрових технологій дозволяє досягти свободи творчості усіх учасників педагогічного процесу.

У сучасному світі та в освіті зокрема відбувається цифрова трансформація, яка передбачає впровадження високотехнологічних досягнень в усі сфери життєдіяльності суспільства. Одним із викликів діджиталізованого суспільства є готовність педагога до цифрової трансформації процесу навчання, проектування індивідуальної освітньої траєкторії та організації сучасного процесу педагогіки партнерства між здобувачами освіти та науково-педагогічними працівниками.

Моніторинг запитів відомих кадрових агенцій (Adecco, Advance, AGA Recruitment, Aurora, VSK Consulting, White Sales) показав затребуваність у підборі кваліфікованих фахівців таких їх якостей і компетентностей як: можливість розвитку особистісної гнучкості, адаптивності, комунікативності, рефлексивності, які узагальнено у м'яких навичках (soft skills) та вмінь застосовувати можливості цифрових технологій. Вирішення цих питань можливе за впровадження в систему освіти новітніх цифрових технологій для організації сучасної освітньої взаємодії. Отже, в системі національної освіти зумовлено необхідність гнучкого реагування на потреби у кадрах високої кваліфікації, конкурентоздатних, що передбачає оновлення способів і засобів комунікації.

Таким чином, діджиталізація є головним трендом сучасності та радикальним чином перетворює сутнісні характеристики процесів усіх сфер

суспільного життя. Тому, заклади освіти здійснюють цифрову трансформацію через впровадження новітніх технологій у навчальний процес.

Безперечними перевагами процесу діджиталізації навчання є [1]:

1) діджитал-інструменти дозволяють зосередитися не лише на теорії, а на практичному застосуванні знань та навичок, роблять процес навчання більш ілюстративним через використання різноманітних мультимедійних матеріалів, інтерактивних завдань, грифів та інших;

2) діджитал-інструменти надають доступ до процесу навчання у будь-який зручний час та з будь-якого місця для будь-якого сегменту населення;

3) діджитал-інструменти забезпечують більш індивідуалізований підхід до навчання, можливість доступу до великої кількості інформації з різних джерел, онлайн-курси стали доступнішими для більшості людей;

4) діджиталізація полегшує доступність навчальних матеріалів для людей з особливими потребами та забезпечує їм можливість навчатися в комфортній для них обстановці.

За умов воєнного конфлікту процеси діджиталізації не зупинилися, а навпаки поживавися їх розвиток. Зокрема, на зміну тим викликам, які спричинені військовими діями розроблені напрямки їх вирішення:

1) неможливість (обмеженість) очної форми навчання передбачає організацію освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання, розробку е-контенту, тренінгів, модернізації освітніх майданчиків, цифрове оснащення учасників освітнього процесу;

2) зростання числа внутрішньо-переміщених осіб: здобувачів освіти і науково-педагогічних працівників потребує впровадження електронних послуг щодо ефективного управління та спілкування (відеочати, онлайн конференції, соціальні мережі та лайви): Hangouts Chat, Hangouts Meet, Google Duo, Zoom, Microsoft Teams, FreeConferenceCall.com, Cisco Webex Meeting, Houseparty.com, GoToWebinar, Myownconference.com.ua, ooVoo, Slack, Trello, ASANA, Google Docs, Coggle.it, Mindmeister.com, Mindmup.com, XMind, TurboScan, SlideShare, Workflowy та інші [2];

3) значна частина населення виїхала за кордон, що спонукає до кращого розвитку інституційного потенціалу Міжнародної української школи;

4) неможливість дотримання стандартів вступної кампанії до ЗВО та ЗПО реалізується через оновлену систему прозорих електронних іспитів (НМТ) та електронного вступу до цих закладів;

5) обмеженість інформації щодо організації процесів ефективного прийняття рішень у закладах освіти передбачає продовження підтримки Інституту освітньої аналітики, збір, зберігання та використання статистики освіти.

Згідно статті 57-1 «Державні гарантії в умовах воєнного стану, надзвичайної ситуації або надзвичайного стану» Закон України «Про освіту» [3] регламентуються і законодавчо підтверджуються «гарантії здобувачам освіти та працівникам закладів освіти на: організацію освітнього процесу в дистанційній формі або в будь-якій іншій формі, що є найбільш безпечною для його учасників; збереження місця роботи, середнього заробітку, здійснення виплати стипендій та інших виплат, передбачених законом; місце проживання (пансіон, гуртожиток тощо) та забезпечення харчуванням (у разі потреби)» [3].

Це доводить безперервність освітнього процесу в Україні і надання можливості організації освітнього процесу в умовах воєнного стану. При цьому, значна увага зосереджена на безпеці освітнього процесу, що передбачає наявність достатньої кількості місць і умов навчання у сховищах, посилення питань охорони праці, створення інших умов безпечного освітнього середовища.

Література

1. Василь Тимошенко Діджиталізація освіти: допомагає чи шкодить навчальному процесу? URL: <http://surl.li/gmblz>
2. Залишаюся Вдома: добірка інструментів для ефективної комунікації онлайн URL: <https://euprostit.org.ua/practices/149086>
3. Закон України «Про освіту» із змінами і доповненнями. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T172145?an=2124>

УДК 330.322

Бєлялов Т.Е., д.е.н., професор,
Гірник Я.С., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ

За стрімкого науково-технічного розвитку суспільства, роль інновацій у всіх сферах життєдіяльності набуває першочергового значення, адже вони є головним драйвером економічного зростання на всіх рівнях національної економіки. Відповідно, вимоги часу ставлять перед суб'єктами господарювання нові виклики, відповіддю на які це став розвиток особливої форми організації підприємницької діяльності, що пов'язана із виробництвом інноваційного продукту та характеризується швидким темпом розвитку та високим фінансовим результатом — стартапу.

Фінансування стартапів являє собою складний багатоскладовий процес, в рамках якого відбувається взаємодія між багатьма учасниками інноваційної системи. з приводу джерел фінансування

Ключовою складовою механізму фінансування стартапів є фінансові взаємовідносини двох сторін: стартапів в особі підприємців та інвесторів. Діяльність цих сторін підтримується за рахунок розвитку, що здійснює забезпечення інноваційної діяльності: нормативно-правове, законодавче, кадрове та інше. Результатом (кінцевою метою) є прийняття фінансових рішень. Сам механізм фінансування є частиною фінансової екосистеми та використовує всі притаманні їй характеристики.

Інвесторами можуть виступати різні суб'єкти, що мають можливість та цілеспрямованість здійснювати інвестиційну діяльність щодо стартапів. Тут необхідно визначити основні типи інвесторів - учасників механізму

фінансування (табл. 1)

Таблиця 1

Інвестори – учасники механізму фінансування стартапів

| Учасник механізму фінансування стартапів | Функції |
|--|--|
| 1. Держава | підтримка досліджень та інновацій, розвиток механізмів фінансування ризиків, розвиток міжнародного співробітництва, розкриття дослідницького та інноваційного потенціалу |
| 2. Бізнес | підтримка інновацій, фінансування, адаптація до сучасних управлінських бізнес-моделей, реалізація нових інноваційних ідей на ринку та поширення результатів досліджень та проектів |
| 3. Наука | підтримка дослідницької діяльності, пов'язаної із соціальними проблемами, фінансування досліджень та інновацій, широке охоплення спектра досліджень за темами та видами |
| 4. Суспільство | напрямок реалізації інновацій, формування культури, традицій і соціальних орієнтирів, фінансування (краудфінансування) інновацій |

Джерело: складено авторами на підставі [1]

При цьому інвестор не тільки надає грошові кошти, а й також різні пільги та умови (держава), підтримує наукові розробки (наука), формує потреби (бізнес та суспільство), здійснює не тільки фінансування, а й також є споживачем і головним джерелом визначення напрямів інноваційного розвитку. Саме тому, ті інновації, які найбільшою мірою відповідають потребам і цілям інвестора, можуть та мають бути профінансовані, а отже, зможуть принести прибуток, задовольняючи інтереси підприємця. Гармонізація цих інтересів дає змогу стартапам швидко зростати та масштабуватися.

Отже, питання фінансового забезпечення стартапів стоїть не стільки в кількості наданих грошових коштів, скільки у виборі соціально значущих інновацій для фінансування учасниками екосистеми. Тож, з огляду на двосторонній характер фінансових відносин, а також подвійний підхід (системний та процесний) до розгляду поняття «механізм фінансування стартапів», можна визначити найбільш важливі цілями цього механізму є:

1) для інвесторів - формування ефективного процесу відбору стартапів на основі різних видів аналізу, таких як due-diligence, фінансового, маржинального

аналізу, аналізу ймовірності дефолту тощо, для ухвалення рішення щодо їхнього фінансування;

2) для *стартапів* - пошук іта використання ефективної *системи елементів*, що включає види, джерела, форми та інструменти фінансування.

Основними принципами механізму фінансування стартапів можна визначити наступні: інноваційності; нелінійності; невизначеності; відкритості; процесності; системності; націленості на результат; орієнтації на особистісні характеристики; дискретності.

Основним принципом формування механізму фінансування стартапів є принцип інноваційності, який спрямований на створення інновацій та має призводити до економічного зростання як самої компанії, галузі, так і країни загалом.

Отже, вивчення механізму фінансування стартапів можна розглядати з точки зору системного підходу, а саме системи його елементів, тобто видів, джерел, форм та інструментів фінансування.

Під видом фінансування стартапу розуміється спосіб залучення інвестиційних ресурсів з метою його фінансування. Під джерелом фінансування стартапу розуміється провайдер грошових коштів, що надаються для його фінансування. Під формою фінансування стартапу розуміється зовнішній прояв сутності джерела фінансування.

Під інструментами фінансування стартапу розуміються фінансові активи, які продаються і купуються на ринку і за допомогою яких здійснюється розподіл і перерозподіл створеного капіталу.

Усі представлені елементи залежать від стадій життєвого циклу стартапу та відповідних їм раундів фінансування.

Література

1. Horizon
2020.URL:<https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/official-documents>

UDC 331.36

Rogov V., PhD in Economics,
Acting Associate Professor,
Levit O., PhD student,
Intelligent Digital Economy Department
of Admiral Makarov National University of Shipbuilding,
Mykolaiv, Ukraine

THE ESSENCE AND TRENDS OF CORPORATE LEARNING AND DEVELOPMENT

In today's dynamic business environment, learning and development (L&D) come to the fore as integral components of organizational success. L&D is not just a collection of initiatives; it is a strategic approach to harnessing human potential, fostering growth and ensuring adaptability in the face of constant change.

Learning and development are related concepts within the broader field of human resource management, but they have distinct focuses and purposes.

Learning is the process of acquiring knowledge, skills, attitudes, or competencies. It's a broader term that encompasses various methods and experiences through which individuals gain new insights and capabilities. Learning is a lifelong process that happens in various contexts, not limited to the workplace. It includes formal education, informal learning, and experiential learning. Learning can be a self-directed process where individuals take the initiative to acquire knowledge or skills relevant to their personal or professional growth. Learning methods can include formal education, training programs, reading, online courses, workshops, and other activities that contribute to skill and knowledge development.

Development, in the context of human resources, refers to activities and initiatives that are focused on enhancing an individual's overall capabilities and preparing them for future responsibilities. It is often more specific to the professional growth and advancement of an individual within an organizational context. Development includes activities designed to prepare individuals for higher-level roles.

Development is often aligned with organizational goals and needs. It's about preparing individuals not just for their current roles but for future leadership positions or specialized responsibilities. Developmental activities can include mentorship programs, leadership training, job rotations, coaching, and other initiatives aimed at grooming individuals for more significant roles.

Learning has a broader focus on acquiring knowledge and skills, while development is more specific to preparing individuals for future roles and responsibilities within the organization. Learning can happen in various life contexts, while development is often tied to professional growth within an organizational setting. Learning can be driven by personal motivation, whereas development is often a structured process initiated by the organization to groom individuals for specific roles. Also learning can be more immediate and continuous, whereas development is often seen as a longer-term investment in an individual's career progression.

L&D has undergone significant transformation in recent years, driven by technological advancements, shifting workforce demographics and evolving business needs. Artificial Intelligence (AI) is taking center stage, offering personalized learning experiences by analyzing individual learning patterns and tailoring content accordingly. Machine learning algorithms can predict learning needs, making recommendations for courses or materials that align with an individual's career trajectory.

One of the most prominent trends in L&D is the move towards personalized learning experiences [1]. Organizations are increasingly recognizing the importance of catering to individual learning styles, preferences, and skill gaps. Personalized learning encompasses adaptive learning technologies, which dynamically adjust content based on learners' progress and proficiency levels, as well as competency-based learning approaches that focus on mastering specific skills or competencies. By tailoring learning experiences to the unique needs of each employee, organizations can enhance engagement, retention and skill acquisition.

Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) have gained prominence as innovative tools for delivering immersive and interactive learning experiences. VR

creates simulated environments that allow learners to practice and apply skills in a risk-free space. AR overlays digital information on the real world, providing interactive and context-rich learning experiences. Both technologies contribute to a more immersive and engaging form of learning.

The attention span of modern learners is shrinking, and microlearning is emerging as a response to this trend. Short, focused, and bite-sized learning modules are designed for quick consumption, making it easier for employees to fit learning into their busy schedules. This approach is particularly effective for just-in-time learning, where employees access information as needed.

Data analytics is not just a buzzword; it's a crucial aspect of future L&D strategies. The collection and analysis of data provide valuable insights into the effectiveness of learning initiatives. Metrics such as completion rates, assessment scores, and learner feedback help organizations make data-driven decisions, optimizing learning programs for maximum impact.

Furthermore, there is a growing recognition of the importance of soft skills development in addition to technical competencies. Skills such as communication, collaboration, critical thinking, and emotional intelligence are becoming increasingly valuable.

Thus, learning is the process of acquiring knowledge and skills, while development is a more focused effort to prepare employees for specific roles or responsibilities within an organizational context. Both are crucial for the continuous growth and adaptability of employees and organizations. By leveraging innovative technologies, prioritizing continuous learning and upskilling, focusing on soft skills development and adopting learner-centric approaches, organizations can create effective L&D strategies that empower employees to thrive in the rapidly changing workplace.

Literature

1. Watkins K. E., Marsick V. J. Rethinking workplace learning and development. Edward Elgar Publishing, 2023.

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Клочков Р.Ю., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Готель є місцем відпочинку і, як наслідок, підвищеного скупчення людей. Адміністрація готелю бере на себе обов'язок не лише забезпечити затишне проживання і гарантії чудового відпочинку, але і гарантію безпеки людей, що проживають у готелі, їхнього життя, здоров'я, майна тощо.

Готелі як об'єкти впровадження комплексних систем безпеки мають деякі принципові відмінності від промислових або військових (режимних) об'єктів. Основними з них є

– готельні комплекси (готелі) зацікавлені у створенні іміджу відкритого будинку із забезпеченням режиму найбільшого сприяння для максимального числа клієнтів, в зв'язку з цим будь-які пристрої безпеки не повинні мати страхітливого вигляду, але в той же час вселяти гостям почуття особистої безпеки і забезпечувати їм комфортність; – готелі, в більшості випадків, розташовуються в межах міста, в середовищі активного руху транспорту і пішоходів;

– системи підходів до готелю і в номери повинні бути гранично простими і не створювати для клієнтів великих труднощів.

Слід зазначити, що в сучасних умовах безпека готелю неможлива без системи технічних засобів безпеки. Заходи безпеки, що розробляються та впроваджуються в готелі, мають бути націлені на виконання таких завдань: забезпечення охорони і безпеки гостей та їхнього особистого майна під час перебування в готелі; захист майна готелю від ворожих дій (крадіжок, актів вандалізму тощо); забезпечення захисту готелю (самого будинку і всього, що в

ньому знаходиться) від терористичних актів (нападів, саботажу тощо); підтримування громадського порядку і забезпечення належної поведінки у всіх громадських місцях готелю; створенні атмосфери спокою і конфіденційності під час їх перебування в готелі; забезпечення можливості негайного й ефективного реагування у випадку будь-якої події, що вимагає втручання персоналу готелю або представників сторонніх відомств (наприклад, міліції, швидкої допомоги тощо); гарантування належної поведінки, а також сумлінності і чесності всього персоналу готелю; гарантування можливості надання готелем спеціальних послуг із забезпечення підвищеної безпеки високопоставлених осіб, до охорони яких висуваються особливі вимоги. Застосування цих заходів безпеки не лише убезпечить клієнта під час його перебування в готелі, але і убереже співробітників від необґрунтованих звинувачень. А це, поряд з іншими аспектами, підвищить репутацію готелю і, як наслідок, збільшить його заповнюваність.

Створення комплексної системи безпеки дозволяє значно підвищити ступінь забезпечення безпеки готелю і його мешканців, підвищити якість обслуговування клієнтів, полегшити роботу обслуговуючого персоналу. Наприклад, всі готельні номери можна оснастити спеціалізованими пультами, пов'язаними з загальним комплексом автоматизації будинку, що забезпечують управління освітленням, радіоприймачами, телевізорами, викликом покоївки, технікою, передачу тривожного сигналу до служби безпеки, прохання про медичну допомогу тощо.

Побудова інтегрованого комплексу технічних засобів безпеки дає повний взаємозв'язок усіх систем, забезпечує високий ступінь автоматизації багатьох процесів управління готелем, полегшує і прискорює процес прийняття рішень оператором служби безпеки в екстремальній ситуації. Говорячи про принципи організації комплексу, необхідно враховувати характерні риси і конкретні умови функціонування об'єкта, а також наявні фінансові можливості.

Література

1. Більовська О.О. Формування системи забезпечення безпеки послуг як інструмент підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2017. – №.6. – С. 138-142.

2. Козлова А.О. Безпека готельних комплексів як складова ефективності туристичного менеджменту та привабливості туристичних підприємств для вітчизняних туристів (на прикладі Туреччини). Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. – №. 65. – С. 142-149.

3. Рібун М.В. Безпека підприємств готельного бізнесу як об'єкт теоретичного дослідження. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. 2013. Вип. 1. С. 304-313. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_e_2013_1_40 (дата звернення: 03.04.2024).

4. Технологія готельної справи: навчальний посібник / Укл.: І. К. Нестерчук, С.В. Тищенко, Т.М. Чернишова, Б. Л. Шевчук., А.С. Осіпчук. Житомир: 2019. – 223с.

ПЛАТФОРМА 4.

**МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ
ЕПОХИ**

УДК 005:620.22(075.8)

Касич А. О., д.е.н., проф.,
Касич Р. В., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, Київ, Україна

**МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ
РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Динамічне зовнішнє середовище вимагає від підприємств відповідної та своєчасної реакції на виклики та загрози, що актуалізує використання інноваційних підходів і в процесі управління. Цифровізація життєдіяльності людини не може не впливати управлінські процеси. Штучний інтелект (AI), віртуальна реальність (VR), Інтернет речей (IoT), робототехніка, голографія, адитивне виробництво – всі ці технології полегшують робочий процес для менеджерів і роблять його більш привабливим для ефективного та точного виконання своїх обов'язків.

Питання цифровізації бізнес-процесів підприємства та потенціалу використання цифрових інструментів у менеджменті розкрито в працях [1-4].

Метою дослідження є визначення нових напрямів розвитку менеджменту, що базується на впровадженні цифрових технологій та вимагає перегляду як концепції, так і практичних рекомендацій.

В науці відбулось формування концепції Менеджмент 4.0, яку слід розглядати як сукупність принципів управління бізнесу в умовах цифрової економіки. Менеджмент на рівні теорії та практики зазнає трансформації відповідно потенціалу використання цифрових інструментів та завдань підвищення ефективності та продуктивності роботи менеджерів. Цифрові інструменти у менеджменті дозволяють суттєво покращити технології

управління та інструменти оцінювання ефективності управління.

Метою впровадження системи Менеджмент 4.0 на підприємствах є посилення та вдосконалення виробничих процесів. Оскільки виробничий процес під впливом цифрових трансформацій змінюється і автоматизація заводів стає звичною справою, виникає потреба у трансформації системи управління життєвим циклом продукту, від розроблення до виробництва та реалізації. Менеджмент 4.0 визначає потенціал модернізації різних функціональних сфер підприємства за рахунок використання цифрових технологій, а також вдосконалює процес прийняття рішень за рахунок цифрових інструментів. Основні функціональні сфери, які зазнають змін під впливом цифровізації:

- взаємовідносини з клієнтами – мають потенціал покращення за рахунок вивчення вимог, бажань та потреб споживачів з використанням цифрових інструментів.

- автоматизація процесів забезпечується безпосередню за рахунок роботизації та цифровізації виробничих процесів, що сприяє гнучкості та продуктивності, якості обслуговування та інформаційній безпеці;

- аналітичне забезпечення управління – за рахунок цифрових технологій компанії мають можливість збирати великі обсяги даних про внутрішні процеси та зовнішнє середовище, які є основою і оперативного управління, і розроблення стратегій.

Цифрові технології в рамках управлінських процесів сприяють підвищенню рівня інформаційного забезпечення, точності у прийнятті рішень, кращій координації та підвищенню ефективності роботи менеджерів.

На ринку цифрових інструментів найбільш поширеними стали: Система Управління Бізнес-Процесами (Business Process Management System, BPMS) – це інструмент автоматизації, контролю та управління бізнес-процесами; Управління взаємовідносин з клієнтами (Customer Relationship Management,

CRM) – інструмент відповідає за управління та покращення відносин із клієнтами; Управління Корпоративним Контентом (Enterprise Content Management, ECM/GED) – система організації та керування документами, цифровим вмістом та інформацією; комбінація стратегій, методів та інструментів, які використовуються для накопичення, зберігання та надання інформації, яка підтримує ключові організаційні процеси протягом усього життєвого циклу функціонування підприємства; Аналітика (Analytics) відповідає за аналіз даних, щоб перевірити, чи компанія досягає своїх цілей і завдань; забезпечує оброблення великого обсягу даних і перетворює їх на корисну та зрозумілу інформацію.

Відповідно, менеджмент 4.0 слід розглядати не лише через призму цифровізації бізнес-процесів та використання цифрових технологій в управлінні, а й формування організаційної культури сприяння інноваціям. Як результат власне менеджмент ініціює інновації у різних сферах та визначає цифрові трансформації внутрішніх функціональних сфер відповідно до вимог Індустрії 4.0.

Література

1. Haleem A., Javaid M., Pratar Singh R., Suman R., Khan Sh. Management 4.0: Concept, applications and advancements. *Sustainable Operations and Computers*. 2023, Vol. 4, pp. 10-21.
2. Patalas-Maliszewska J., Topczak M. A new management approach based on Additive Manufacturing technologies and Industry 4.0 requirements. *Advances in Production Engineering & Management*, 2021, Vol 16, Issue 1, p.125.
3. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.
4. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. *Quality Access to Success*, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf

УДК 330.131.3:339.138:339.13.021:373.61:658

Потюк Ю.Б.

аспірант кафедри зовнішньоекономічної та
митної діяльності, Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів, Україна

КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ЗА ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

За умов цифровізування, глобалізування важливого значення для масштабування бізнесу, бізнес-процесів, їх успішності має рівень комунікаційного забезпечення вказаної діяльності. Враховуючи стрімкий розвиток сучасних технологій, постійно зростаючу конкуренцію, для впевненого розвитку підприємствам недостатньо лишень «просто добре» виконувати свою роботу (діяльність), володіючи при цьому бездоганною репутацією. Для того, щоб підприємство процвітало, воно має бути «впізнаваними», постійно бути «на порядку денному», в інформаційному полі. Тобто за умов цифрової епохи однією із головних вимог для сучасного ділового світу є поєднання успішної діяльності, бездоганної репутації із вмінням про все це розповідати (комунікувати) своїм стейкхолдерам. Саме тому актуальною є проблематика комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу за цифрової епохи. Аналізування досліджень, публікацій показало, що розглянута проблема є актуальною, проблемам комунікаційного забезпечення підприємницької діяльності присвячено праці таких вчених як: Акайомова А. [1], Валінкевич Н. [2], Гавкалова Н. [3], Гришина В. [3], Завербний А. [4], Захарчин Г. [5], Зернецька О. [6], Кандагура К. [7], Кіреєв О. [11], Копитова І. [8], Кошелєва О. [9], Кравчук О. [9], Стеклова А. [10], Цисельська О.В. [9], Чигир А. [2], Філіппова С. [11] та багато інших. Дещо поза увагою залишається дослідження комунікаційного забезпечення масштабування бізнес-процесів, особливо в умовах зовнішньоекономічної діяльності, глобалізування, діджиталізування тощо.

Лишень ті підприємства, що успішно, послідовно, систематично масштабуватимуть свою діяльність в контексті зовнішньоекономічної діяльності зможуть залучати більше клієнтів, збільшувати (нарощувати) власні доходи, оптимізувати витрати, розширяти географію присутності, розвивати нові напрями бізнесу тощо. Масштабування бізнес-процесів виступає комплексним процесом із розширення, зростання, розвитку діяльності. Метою його є нарощування обсягів продаж, розширення ринкової присутності, впливу тощо.

Для процесу масштабування бізнесу особливо важливу відіграє цифровізування, діджиталізування економіки. Перш за все це стосується комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу. Активне застосування у бізнес-процесах переваг цифровізування надає безмежні можливості щодо розширення підприємства, залучення нових клієнтів, інвесторів та його інших стейкхолдерів. Нами систематизовано ключові значення комунікаційного забезпечення при масштабуванні в умовах цифрової епохи: налагодження та розвиток зв'язку із стейкхолдерами; чітке витлумачення (пояснення) місії, візії підприємства, своєчасне адаптування до змін (за високо динамічних умов господарювання), застосування надійних систем управління (менеджменту) взаємовідносин із клієнтами (CRM), формування системи управління репутацією (репутаційного менеджменту) в мережі (SERM), аналітичне оцінювання комунікацій тощо [3, 4, 5, 6, 9, 10]. Забезпечення безперебійного, високоефективного комунікаційного забезпечення процесів масштабування бізнесу сприятиме досягненню наступних переваг: підвищення рівня ефективності діяльності, нарощування обсягів продаж товарів/послуг, глобалізування доступу до ринків, підвищення рівня конкурентоспроможності, розширення можливостей щодо залучення іноземного інвестування, формування високого репутаційного рівня, створення, підтримання цінності підприємства для клієнтів тощо. Комунікаційне забезпечення масштабування

бізнес-процесів виступає необхідністю для ефективного розвитку, росту підприємства. Без ефективного комунікування неможливим є досягнення стабільного масштабування.

Література

1. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація / А. Акайомова // Віче. - 2011. - № 22. - С. 2-5.
2. Валінкевич Н. Теоретичні аспекти інформаційно-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів суб'єктів малого підприємництва. / Н. Валінкевич, А. Чигир // Економіка та суспільство. - 2024. Вип. 59. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3495>
3. Гавкалова Н.Л. Організаційно-комунікаційне забезпечення – основа ефективності управлінської діяльності персоналу підприємств: монографія / Н.Л. Гавкалова, В.В. Гришина // Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. - 2021. - 191 с.
4. Завербний А.С. Комунікаційні стратегії: проблеми та перспективи формування і реалізування за умов євроінтегрування / А.С. Завербний // Innovation and Sustainability. - 1. - 2022. - С. 13–19.
5. Захарчин Г.М. Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом / Г.М. Захарчин // Економіка та суспільство. 2023. - 56. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3085>
6. Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія. Київ: Наукова думка. - 2017. - 352 с.
7. Кандагура К.С. Комунікативні проекти в умовах інформаційного суспільства: вітчизняні та зарубіжні моделі. Наукові розвідки з державного та муніципального управління. - 2015. - Вип. 1. - С. 139-149.
8. Копитова І.В. Комунікації як основа механізму управління / І.В. Копитова // Інноваційна економіка. - 2016. - № 5-6. - С. 146-151.
9. Кошелева О.Б. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни / О.Б. Кошелева, О.А. Кравчук, О.В. Цисельська // Питання культурології. - 2021. - Випуск 38. - С. 287–300.
10. Стеклова А. Стійке масштабування бізнесу: чому без комунікацій нічого не вийде. URL: <https://ain.ua/2024/02/02/chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vyjde-kolonka/>
11. Filyppova S. Cascading formation of business communications of an innovation-active enterprise in the conditions of informatization of economy by means of business partnership / S. Filyppova, O. Kirev // Monograph. Schweinfurt, Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt). - 2018. - 206 p.

УДК: 378:37.091.12:[005-51:379.8]:004

Нехай В.А., к. е. н., доцент,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів, Україна

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 4.0: ОСВІТНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

У сучасному світі, де технології стрімко розвиваються і змінюють спосіб нашої взаємодії, праці та навчання, менеджмент соціокультурної діяльності стає важливішим, ніж коли-небудь. Цифрові трансформації, вимагають нового підходу, орієнтованого на інновації та використання сучасних технологій. У цьому контексті освітні програми (ОП) та управлінські рішення відіграють значну роль у формуванні сучасного менеджменту соціокультурної сфери.

Відповідно до Концепції розвитку цифрових компетентностей до 2025 року, основною метою якої є «визначення пріоритетних напрямів і основних завдань з питань розвитку цифрових навичок та цифрових компетентностей, підвищення рівня цифрової грамотності населення ...» [1], система освіти стає одним із ключових інститутів, у межах якого створюються умови для розвитку цифрової грамотності менеджерів соціокультурної сфери.

Зростання цифрової компетентності в суспільстві ставить перед освітніми установами завдання переглянути та адаптувати свої ОП. Важливо включати в навчальний процес вивчення цифрових інструментів та навичок, необхідних для ефективного управління соціокультурною діяльністю.

Впровадження інноваційних технологій, таких як аналіз великих даних, штучний інтелект та віртуальна реальність, може покращити ефективність управління проектами у сфері культури та мистецтва. Вони допоможуть у зборі, аналізі та інтерпретації даних, а також у плануванні та реалізації культурних заходів. Сучасні технології дозволяють створити цифрові платформи для доступу до культурних ресурсів, таких як музеї, виставки, концерти та літературні твори тощо. Це дозволяє розширити аудиторію та зробити культурні цінності доступними для більш широкого кола людей. ОП мають сприяти розвитку лідерських та комунікаційних навичок серед

майбутніх менеджерів соціокультурної сфери. Вони повинні надавати можливості для практичного застосування цих навичок у розв'язанні реальних проблем та ситуацій.

Цифрова трансформація суспільства створює нові виклики та можливості для менеджменту соціокультурної діяльності. ОП та технологічні інновації є ключовими чинниками у формуванні сучасного підходу до управління культурними та соціальними проєктами. Розвиток цих напрямків є важливим для забезпечення сталого розвитку культурного сектора в цифрову епоху. Важливо навчити майбутніх менеджерів ефективно спілкуватися з колегами, клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. ОП можуть містити модулі з публічного виступу, ведення переговорів, письмової та візуальної комунікації, а також використання нових медіа та соціальних мереж для спілкування, що з успіхом використовуються в ОП підготовки Менеджерів соціокультурної діяльності першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка.

Управління у сфері культури вимагає особливої уваги до етичних питань та розуміння культурних різниць. ОП повинні надавати знання та інструменти для етичної поведінки та розв'язання етичних дилем. Важливо, щоб ОП забезпечували можливість практичного застосування набутих навичок. Це може охоплювати стажування, проєктну роботу, волонтерство або роботу над конкретними культурними проєктами.

Загальний підхід повинен бути інтерактивним та заохочувати студентів до активної участі, розвитку критичного мислення та творчого підходу до розв'язання проблем. Розвиток лідерських та комунікаційних навичок у майбутніх менеджерів соціокультурної сфери відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку культурної індустрії та суспільства в цілому.

Література

1. Концепція розвитку цифрових компетентностей. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 167-р. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#n13>

УДК 331.108.3:658.3

Цалко Т.Р., к.е.н., доцент,
Невмержицька С.М., к.т.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКРУТИНГУ

Минулий 2023 рік став «шоковим» для роботодавців і працівників у сфері рекрутингу. Повномасштабна війна вплинула на ринок праці, бізнес змушений працювати в нових реаліях дефіциту кадрів, ресурсів, інфляції, переміщення, дефіцити енергетичних ресурсів і небезпеки [5]. Якщо 2022 став роком великої кризи для ринку праці, то у 2023 році показники кількості вакансій майже повернулися до рівня 2021 року. За даними [2] кількість вакансій зменшилася зі 100 000 у лютому 2022 року до 7 000 у березні, що означає падіння на 93%. Але вже у вересні 2023 року одна із найвідоміших онлайн-платформ для пошуку роботи в Україні Work.ua зафіксувала рекордну кількість вакансій від початку повномасштабного вторгнення – 105 809 пропозицій (рис. 1) [1].

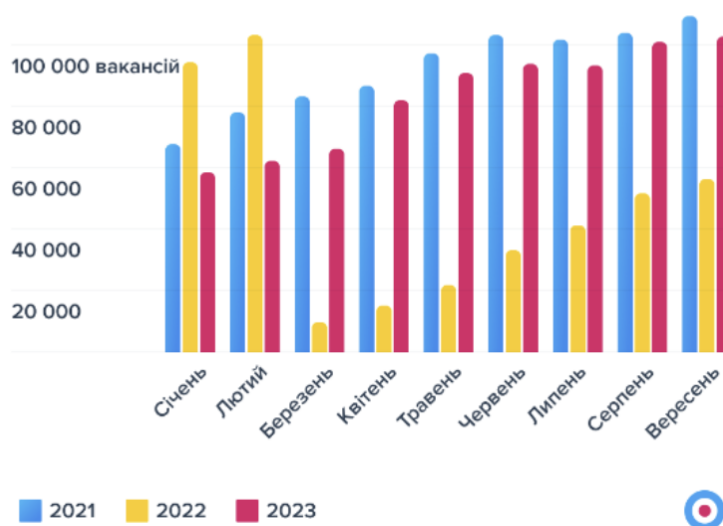


Рис. 1. Динаміка вакансій з січня до вересня 2023 року в порівнянні з 2021-2022 роками.

Джерело: [1]

Упродовж минулого року бізнес адаптувався і відновив ділову активність. Зокрема, 80% компаній наразі працюють у довоєнному режимі, 12% працюють частково, але планують відновитися. Проте ринок праці у 2023 році спіткала інша біда, а саме, брак на ринку праці необхідної кількості кваліфікованих кадрів із причини релокації, мобілізації. Три чверті роботодавців відчують дефіцит кадрів в Україні. Про це йдеться в результатах дослідження ринку праці, оприлюдненого Європейською Бізнес Асоціацією [4].

Зміни в державному законодавстві, зокрема в регулюванні трудових відносин, демографічна ситуація, мобілізація, зниження призовного віку, електронні реєстри й нові завдання роботодавців сформували для HR-спеціалістів дуже агресивне середовище функціонування.

Інша проблема, яка виникла на ринку праці, це низька активність рекрутингу та рекрутерів. 37% HR спеціалістів зазначають, що перебувають у стані вигорання та 10%, що почали працювати гірше. Отже, важко знайти кваліфікований персонал, бракує кваліфікованих рекрутерів й більшість з них перебуває у стресовому стані та не можуть впоратись із викликами сучасності на ринку праці України.

Основними завданнями рекрутерів у 2022-2023 роках стали:

- збільшення якості найму;
- прискорення процесу набору співробітників;
- збільшення прихильності кандидатів до вакансії;
- забезпечення потоку якісних кандидатів;
- використання новітніх інноваційних технологій для пошуку персоналу.

Роботодавці, щоб виділитися на ринку праці і залучити якісний персонал в умовах жорсткої конкуренції, мають диференціюватися, пропонуючи унікальний і привабливий досвід рекрутингу [3].

Серед основних інноваційних методів в рекрутингу, які успішно працюють в Україні на ринку праці можна виділити такі:

1. Автопошук кандидатів за допомогою спеціальних платформ. Такі сайти-платформи не тільки універсальні, але й надзвичайно прості у використанні. Вони мають комфортний інтерфейс та чимало каталогів, за допомогою яких вдасться досить швидко знайти необхідне оголошення. Йдеться про онлайн платформи з пошуку робітників, такі як: Layboard.com, Upwork, Work.ua, OLX.ua, Freelancer, Robota.ua, Remote.com, Jobspresso тощо.

2. Сайти відгуків про роботодавців, де теперішні та колишні працівники можуть поділитися своїм досвідом та думками про роботу в конкретній організації. Ці сайти надають цінну інформацію про репутацію роботодавця, робоче середовище, культуру, стиль управління та загальну задоволеність працівників.

3. Процес підбору персоналу зі штучним інтелектом (ШІ) – мається на увазі первісний аналіз та підбір резюме; аналіз, опис і створення портрету вакансії; використання чат-ботів зі ШІ; платформи для відеоінтерв'ю на основі штучного інтелекту.

4. Таргетована реклама в соцмережах, в тому числі для створення і закриття інклюзивних вакансій.

5. Організація найму в дистанційному форматі – дає велику перевагу і можливість найняти людину з будь-якої точки світу, економія часу та коштів.

Отже, більшість інноваційних методів рекрутингу допомагають компаніям продемонструвати свою прогресивну культуру, технологічну досконалість і прихильність до залучення співробітників, що може значно покращити бренд роботодавця і залучити фахівців найвищого рівня.

Література

1. Кузенкова Є. Осінь підкинула роботи: у вересні знову рекордна кількість вакансій, але шукачі відгукуються мляво. *Work.ua*. 9 жовтня 2023 р. URL: <https://www.work.ua/articles/analytics/3182/>
2. Мігаль М. Війна і дефіцит працівників: динаміка кадрових ресурсів в Україні. *Інститут аналітики та адвокації*. 13 жовтня 2023 р. URL: https://iaa.org.ua/articles/vijna-i-deficyt-pracivnykiv-dynamika-kadrovih-resursiv-v-ukrayini/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwir2xBhC_ARIsAMTXk86gQppMegHbWjMDtV4M1a4BuWID_7XunbZiIuorI9JUIt8ZEwzGzlsaApMWEALw_wcB
3. Невмержицька С. М. Роль кадрових агентств у доборі персоналу. *Proceedings of the 14th International scientific and practical conference “Modern stages of scientific research development”* (December 27-30, 2022) Prague, Czech Republic. International Science Group. 2022. P. 234-238. – URL: https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=ZrykEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA234&dq=inf+or:r65wMY0mJKYJ:scholar.google.com&ots=yXWVzyq3kJ&sig=yrWNT242H5oEGBxSOuFQS Mtfyrg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
4. Три чверті роботодавців відчують дефіцит кадрів в Україні. 24 квітня 2024 р. *Європейська Бізнес Асоціація*. URL: <https://eba.com.ua/try-chverti-robotodavtsiv-vidchuvayut-defitsyt-kadriv-v-ukrayini>
5. Цалко Т. Р., Невмержицька С.М., Птуха А.Р. Антикризове управління персоналом під час війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-120> – URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/60>

УДК 338.2

Степовий С. М., аспірант
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
науковий керівник: д-р. екон. наук., професор **Світовий О. М.**

СУЧАСНІ МОДЕЛІ В УПРАЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В реаліях сьогодення інновації – це не просто модне слово, а стратегічний імператив для підприємств, які прагнуть процвітати в умовах зростаючої конкуренції та швидкого розвитку ринку. По суті, інновація – це процес перетворення ідей на товари чи послуги, які створюють цінність, за які клієнти готові платити. Однак природа управління інноваціями що є тим, як підприємства та організації просувають нові ідеї до ринкового успіху, останніми роками зазнала значних трансформацій.

Історично склалося так, що інновації часто розглядалися як лінійний процес, головним рушієм якого були внутрішні дослідження та розробки (Research and Development – R&D). Ця традиційна модель була акцентована на секретності та захисті інтелектуальної власності для збереження конкурентних переваг. Однак цей підхід поступово поступається місцем більш динамічним, відкритим і спільним моделям інновацій. Ці новіші моделі визнають, що цінні ідеї та досвід часто лежать поза межами організації, і що використання зовнішніх джерел інновацій може значно підвищити креативність, знизити витрати та прискорити інноваційний процес.

Інноваційні моделі, керовані даними (DDI). Поява великих даних та передової аналітики змінила ландшафт управління інноваціями. Інновації, керовані даними (DDI), використовують величезні обсяги даних для виявлення взаємозв'язків, прогнозування тенденцій та прийняття обґрунтованих рішень, тим самим підвищуючи ефективність інноваційного процесу та його результати. Цей підхід дозволяє підприємствам використовувати потенціал даних для розуміння потреб клієнтів, оптимізації операцій та виявлення нових можливостей для інновацій [1] [2].

Інтеграція інновацій на основі даних (DDI) на підприємствах

революціонізує спосіб, у який організації розробляють та впроваджують інноваційні рішення. Використовуючи величезні обсяги даних, компанії тепер можуть отримувати цінну інформацію, передбачати ринкові тенденції та розвивати культуру прийняття обґрунтованих рішень.

Підприємства використовують потенціал інновацій на основі даних, збираючи, аналізуючи та інтерпретуючи великі масиви даних для формування своїх інноваційних стратегій. Цей процес включає кілька ключових кроків:

1. Збір даних: підприємства збирають дані з різних джерел, включаючи взаємодію з клієнтами, операційні процеси та зовнішні ринкові тенденції.

2. Аналіз даних: передові інструменти аналітики та штучного інтелекту (ШІ) використовуються для аналізу зібраних даних, виявлення закономірностей, кореляцій та взаємозв'язків, які раніше не були очевидними.

3. Застосування взаємозв'язків: взаємозв'язки, отримані в результаті аналізу даних, потім застосовуються в інноваційному процесі, спрямовуючи розробку нових продуктів, послуг і бізнес-моделей, які тісно пов'язані з потребами та можливостями ринку [1].

Таким чином, інновації на основі даних (DDI) забезпечують більш гнучкий, оперативний підхід до інновацій, що дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до мінливої динаміки ринку і зберігати конкурентну перевагу. Прогнозні можливості такої моделі також відіграють вирішальну роль у визначенні нових тенденцій і технологій, допомагаючи підприємствам в реалізації інноваційних процесів.

Інноваційні моделі з використанням штучного інтелекту. Технології штучного інтелекту значно прискорили темпи досліджень і розробок (R&D) у різних галузях. Використовуючи алгоритми машинного навчання, компанії можуть:

– прогнозувати тенденції: ШІ допомагає визначати нові тенденції та поведінку споживачів, аналізуючи величезні обсяги даних, що дозволяє компаніям випереджати вимоги ринку;

– прискорити розробку продуктів: завдяки швидкому створенню прототипів і моделюванню ШІ скорочує час і витрати, пов'язані з розробкою

нових продуктів, збільшуючи швидкість їх виведення на ринок і потенціал для інновацій [3].

Штучний інтелект пропонує інструменти та ідеї, які допомагають компаніям ефективніше та результативніше орієнтувати свої пропозиції:

- персоналізований маркетинг: алгоритми ШІ аналізують дані про клієнтів, щоб адаптувати маркетингові зусилля, гарантуючи, що правильні продукти досягають потрібної аудиторії в потрібний час;

- оптимізовані ланцюги поставок: ШІ оптимізує операції в ланцюгах поставок, прогнозуючи коливання попиту й автоматизуючи управління запасами, забезпечуючи тим самим своєчасну й економічно ефективну доставку продукції;

- автоматизація бізнес-процесів: автоматизуючи рутинні завдання, ШІ дозволяє компаніям зосередитися на основній інноваційній діяльності, підвищуючи продуктивність та операційну ефективність;

- нові ціннісні пропозиції: ШІ дозволяє створювати нові ціннісні пропозиції, такі як послуги та продукти на основі ШІ, відкриваючи нові потоки доходів і конкурентні переваги;

- етичні та управлінські міркування: оскільки ШІ стає невід'ємною частиною інновацій, вирішення етичних проблем і створення надійної системи управління стають обов'язковими для забезпечення відповідального використання та довіри між зацікавленими сторонами [3].

Отже, інтеграція штучного інтелекту в машинне навчання та бізнес-процеси – це кардинальна зміна в інноваційному ландшафті. Використовуючи можливості штучного інтелекту, компанії можуть не лише вдосконалити свої поточні пропозиції, а й стати лідерами на абсолютно нових ринках і в нових бізнес-моделях. Оскільки ШІ продовжує розвиватися, його роль у формуванні майбутнього бізнес-інновацій, безсумнівно, зростатиме, створюючи як можливості, так і виклики, які вимагатимуть ретельного дослідження.

Перспективні напрямки майбутніх досліджень. Інтеграція нових технологій: подальші дослідження того, як нові технології, такі як блокчейн, штучний інтелект, квантові обчислення можуть бути інтегровані в практику

управління інноваціями.

1. Сталі та соціальні інновації: дослідження того, як інноваційні процеси можуть вирішувати глобальні виклики, такі як зміна клімату, соціальна нерівність, розвиток відсталих регіонів, проблеми у сфері охорони здоров'я.

2. Вимірювання впливу інновацій: розробка більш детальних показників та систем оцінювання для оцінки соціально-економічного впливу інновацій, що виходять за рамки традиційних фінансових показників.

3. Глобальні інноваційні мережі: дослідження динаміки глобальних інноваційних мереж та шляхів їх оптимізації для сприяння міжнародній співпраці та обміну знаннями.

4. Інклюзивні інновації: зосередження уваги на стратегіях, спрямованих на те, щоб інновації приносили користь усім верствам суспільства, особливо в недостатньо охоплених послугами регіональних громадах [4].

Отже, ландшафт управління інноваціями постійно розвивається під впливом технологічного прогресу, мінливих вимог ринку та глобального соціально-економічного середовища. Створюючи середовище, в якому цінується креативність, співпраця та інклюзивність, підприємства можуть не лише стимулювати власне зростання, але й сприяти досягненню ширших цілей сталого розвитку та суспільного добробуту.

Література

1. Luo J. Data-Driven Innovation: What Is It. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 2021. November 2. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3951983> (дата звернення: 02.04.2024).

2. Samarasinghe S., Lokuge S. Data-driven Innovation: Understanding the Direction for Future Research. *ResearchGate*. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/366063475_Data-driven_Innovation_Understanding_the_Direction_for_Future_Research (дата звернення: 02.04.2024).

3. Soni N., Sharma E., Singh N., Kapoor A. Artificial Intelligence in Business: From Research and Innovation to Market Deployment. *Procedia Computer Science*. 2020. Vol. 167(1). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.03.272> (дата звернення: 03.04.2024).

4. Інноваційний імператив: уроки швидкозростаючих компаній. Дослідження від компанії Deloitte. 2021. URL: <https://www.deloitte.com/ug/en/our-thinking/insights/topics/leadership/cio-insider-business-insights/technology-leadership-cio-innovation.html> (дата звернення: 03.04.2024).

УДК 378.147

Білорус Т.В., к.е.н, доцент
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ

Трансформація системи освіти в Україні передбачає перехід від інструментів традиційного навчання до Smart-освіти та активного використання Smart-технологій. Нажаль тенденція таких змін для більшості ЗВО не носить системного характеру та має дуже повільні темпи, особливо з точки зору організації очного навчання.

В освітньому процесі Smart-технології – це використання різноманітних технологій та інноваційних підходів для покращення якості навчання і сприяння ефективному засвоєнню матеріалу студентами. Вони включають у себе використання мобільних пристроїв, планшетів, інтерактивних дошок, вебконференцій, відеоуроків, онлайн-курсів тощо, що дають змогу студентам отримати доступ до матеріалів із будь-якого місця і в будь-який час [3].

Слід погодитися з думкою К. Юзефович [2] стосовно того, що «основною умовою використання Smart-технологій в освіті виступає формування інтегрованого інтелектуального віртуального середовища, яке забезпечене відповідним освітнім контентом та може вдосконалюватися всіма учасниками навчального процесу, як викладачем, так і студентами (слухачами). При цьому дане середовище має змінюватися динамічно з урахуванням прогресивних технологій як навчання, так і комунікаційного процесу».

У підготовці менеджерів Smart-технології значно підвищують зацікавленість та мотивацію студентів, розвивають навички цифрової грамотності та інші компетентності сучасного покоління, що є особливо важливими в епоху Менеджменту 4.0. Окрім цього досить важливим завданням при підготовці менеджерів є персоналізація навчального процесу згідно з індивідуальними потребами та здібностями студентів, що виявляється

абсолютно можливим саме з використанням Smart-технологій.

У своєму дослідженні автори [1] виділяються наступну класифікацію освітніх Smart-технологій:

– А1 – технології навчання підтримки (традиційного навчання): пояснювально-ілюстративне навчання; технологія різнорівневого навчання; технологія модульного навчання

– А2 – технології розвивального навчання: технологія проблемного (проблемно-модульного) навчання; технологія педагогічних майстерень; технологія проектного навчання; технологія розвитку критичного мислення; технологія навчальної дискусії; технологія навчальної ділової гри;

– А3 – особистісно-орієнтовані технології навчання (авторські системи).

Для визначення пріоритетності використання тих чи інших технологій у викладанні управлінських дисциплін слід виокремити певні критерії (переваги та недоліки їх використання). Такими критеріями можуть бути:

– К1 – ступінь підвищення активності та мотивації студентів;

– К2 – можливість впровадження гейміфікації;

– К3 – інтеграція у професійне середовище (спілкування з практиками);

– К4 – можливість забезпечення освітнього процесу сучасними технологіями, сприймання та розуміння інформаційно-комунікаційних технологій як органічної складової майбутньої професійної діяльності;

– К5 – можливість впровадження особистісно-орієнтованої технології навчання (дистанційне навчання та вільний доступу до матеріалів, економія часу тощо);

– К6 – наявність недоліків в окремих програмних продуктах, зокрема щодо корегувального зворотного зв'язку;

– К7 – підвищення ризику зниження соціалізації (брак живого спілкування);

– К8 – посилення соціальної нерівності (індивідуальні гаджети, які потрібно використовувати студентам, не є однаково доступними).

При визначенні пріоритетності використання різних типів Smart-

технологій слід звернути увагу на те, що перші п'ять із зазначених вище критеріїв мають прагнути до максимуму, а дію решти трьох критеріїв потрібно мінімізувати.

Розв'язання завдання вибору визначення пріоритетності використання окремих Smart-технологій на практичному рівні можна звести до їх рейтингування із застосуванням методів багатокритеріального аналізу (SAW, TOPSIS, COPRAS тощо), які широко представлені у теорії та практиці управління.

Застосування в освітньому процесі Smart-технологій при підготовці менеджерів надає цілу низку переваг, а саме:

- підвищення якості освітніх послуг та актуальності набутих теоретичних знань та практичних навичок;
- потенційне зменшення управлінських помилок під час реальної професійної діяльності;
- опанування сучасних технологій, методів, інструментів управлінської діяльності;
- гнучкість системи освіти за рахунок відсутності територіальних обмежень, якості доступу до бази знань, можливості персоналізації навчання та побудови індивідуальної освітньої траєкторії.

Література

1. Медведєв Р.П., Шевченко Л.С., Уманець В.О. Особливості професійної підготовки майбутнього педагога у smart-університеті. Смарт-освіта: досвід, реалії, перспективи. *Монографія*. Вінниця. 2019. 220 с.
2. Юзефович К. Застосування Smart-технологій у навчанні у ВНЗ. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 57, том 3, 2022. С.282-287. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/57-3-45>
3. Tsekhmister Y.V., Konovalova T., Tsekhmister B.Y., Agrawa IA., Ghosh D. Evaluation of Virtual Reality Technology and Online Teaching System for Medical Students in Ukraine During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*. 2021. Vol.16, No.23. P.127–139. DOI: <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i23.26099>

УДК 378.147.39:004

Денисенко М. П., д.е.н., професор,
Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка, м. Кропивницький, Україна

Юринець З. В., д.е.н., професор,
Львівський національний університет
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Юринець Р. В., к.ф.-м.н., доцент,
Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів, Україна

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ

Дослідження процесу створення та реалізації освітніх технологій в умовах формування цифрової культури є надзвичайно актуальним завданням у сучасному світі. Причин для цього є достатньо:

1. Швидкість технологічного розвитку. В сучасному світі технології швидко змінюються, і освітній процес повинен відповідати цим змінам. Дослідження процесу створення та реалізації освітніх технологій дає змогу виявляти нові можливості та виклики, які принесе цифрова епоха.

2. Підвищення якості навчання. Використання сучасних технологій у навчальному процесі сприяє поліпшенню якості навчання, робить його більш доступним та інтерактивним.

3. Підготовка до цифрової економіки. Розвиток освітніх технологій допомагає студентам отримати необхідні навички та компетенції для успішної роботи в цифровій економіці.

4. Індивідуалізація навчання. Застосування технологій дає змогу створювати персоналізовані навчальні програми, адаптовані до потреб кожного студента.

5. Розвиток креативності та критичного мислення. Використання інтерактивних технологій сприяє розвитку креативності, критичного мислення

та проблемного мислення учнів [1].

6. Глобальний доступ до знань. Освітні технології створюють умови для студентів в отриманні доступу до навчальних ресурсів та експертів з усього світу, що розширює їхні можливості для навчання.

7. Підвищення ефективності навчального процесу. Застосування новітніх освітніх технологій обумовлює оптимізацію організації навчання, зменшення часу на адміністративні процедури та підвищує продуктивність.

8. Адаптація до змін. В умовах швидких змін у суспільстві та інноваційних технологіях важливо, щоб освітні системи були гнучкими та готовими до адаптації до нових умов.

Розвиток освітніх технологій у контексті формування цифрової культури сприяє виробленню розуміння щодо можливостей інтеграції сучасних технологій в освітній процес, а також підготовки молодого покоління до життя в цифровому світі.

Освітні технології в епоху розвитку цифрової культури та трансформацій поєднують різноманітні інструменти та підходи, які сприяють ефективному навчанню. Доцільно виділити найбільш поширені:

1. Використання інтерактивних платформ та онлайн-курсів. Цифрові платформи, такі як Moodle, Coursera, edX та інші, надають можливість доступу до різноманітних навчальних матеріалів, відеолекцій, завдань та тестів. Вони дають змогу студентам самостійно вивчати матеріал та отримувати зворотний зв'язок від викладачів.

2. Використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR). Це інструменти, які формують імерсивне навчальне середовище, де студенти взаємодіють з віртуальними об'єктами та ситуаціями, що покращує засвоєння матеріалу та розвиває практичні навички [2].

3. Використання мобільних застосунків та платформ. Мобільні застосунки та платформи, такі як Google Classroom, Microsoft Teams, Schoology

та інші, сприяють покращенню спілкуванню і взаємодії між студентами та викладачами, обміну матеріалами, виконання завдань та оцінюванню прогресу.

4. Використання аналітики даних. Аналітика даних дає змогу викладачам та адміністрації шкіл та університетів збирати та аналізувати дані про навчальний процес. Це полегшує виявлення слабких місць та покращує якість навчання.

5. Використання соціальних мереж і колективного навчання. Соціальні мережі та платформи для колективного навчання, такі як Slack, Discord, Padlet та інші, сприяють покращенню спілкуванню і взаємодії між студентами, обміну ідеями, дозволяють спільно працювати над проектами.

6. Використання штучного інтелекту. Штучний інтелект доцільно використовувати для індивідуалізації навчання, адаптації до потреб кожного студента та надання персоналізованого зворотного зв'язку.

Вказані освітні технології обумовлюють створення більш гнучкого та інтерактивного навчального середовища, сприяють активному залученню студентів і покращують якість освіти в епоху розвитку цифрової культури. Загалом, майбутнє освітніх технологій полягатиме в поєднанні сучасних технологій з педагогічними методиками для створення ефективних, доступних та захоплюючих навчальних середовищ. Таким чином, розвиток освітніх технологій у контексті діджиталізації є ключовим для підготовки сучасних громадян до життя в цифровому світі та розвитку суспільства загалом.

Література

1. Денисенко М.П., Юринець З.В. Формування команд фахівців та їх роль в економічному розвитку й стратегічному управлінні бізнесом. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2022. № 1. С. 67–75

2. Сновидович І.Г., Юринець З.В. Цифрові навички як чинник професійного розвитку. Соціоекономіка та менеджмент: стан, тенденції, управлінські рішення : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Київ, 11 трав. 2022 р.): у 2-х ч. К.: КНЕУ, 2022. Ч. 1. С. 170-173.

УДК 330.1

Вартанова О.В., д.е.н., професор,
Повзун Д.І., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТІЙКІСТЬ ПЕРСОНАЛУ

Професійний розвиток персоналу – одна із найбільш важливих складових загального підвищення ефективності діяльності компаній. Від того, наскільки рівень професійної підготовки працівників відповідає потребам розвитку компанії, значною мірою залежать темпи зростання продуктивності праці, обсягів виробництва. Водночас заходи з розширення і поглиблення професійних знань, умінь і навичок колективу значно підвищують командний дух та лояльність працівників до компанії. Для багатьох висококваліфікованих працівників можливість професійного зростання має більше значення, ніж заробітна плата. Нерідко провідних спеціалістів можна утримати в компанії тільки перспективою здобуття додаткових знань і досвіду, бо від цього залежить перспектива їх кар'єрного просування. Чим краще, стабільніше, більш узгоджено працює персонал, тим більших прибутків компанії він приносить. На цей час професійний розвиток і навчання персоналу необхідні кожній компанії незалежно від сфери її діяльності, форми власності чи країни розташування, при чому його значущість підвищується кожного року враховуючі швидкі, динамічні та непередбачувані зміни бізнес-середовища.

Розвиток персоналу розглядається або як сукупність заходів у сфері навчання, підвищення кваліфікації, або як процес надбання необхідних навичок, компетенцій, навчання, розкриття потенціалу працівників. Однак на нашу думку розвиток персоналу має розглядатися як процес, безперервність якого забезпечується послідовною реалізацією запланованих заходів у певній сфері діяльності компанії.

Мета розвитку персоналу – забезпечення компанії працівниками, які володіють тими професійними компетенціями, що відповідають її цілям та

стратегії розвитку.

Професійний розвиток персоналу відіграє значну роль в контексті забезпечення стійкості персоналу компанії.

В загальному розумінні під стійкістю персоналу розуміється динамічний стан системи управління персоналом, що характеризує її здатність зберігати працездатність під впливом внутрішніх і зовнішніх трансформацій із забезпеченням балансу кількісних і якісних параметрів, що спрямовано на забезпечення потреб і запитів персоналу та створення на підприємстві конкурентних умов його розвитку [1]. Відповідно до персоналістського підходу, під стійкістю персоналу (в даному контексті – резильєнтністю) розуміється здатність людини впоратися зі складними життєвими подіями та відновлюватися після труднощів чи стресу. Фізична та психологічна стійкість персоналу в свою чергу відображається на стійкості персоналу компанії в цілому.

В контексті забезпечення стійкості резильєнтність персоналу вказує на здатність підприємства утримувати та залучати висококваліфікованих та досвідчених працівників протягом тривалого періоду часу, що включає в себе декілька аспектів:

- стійкість персоналу або його збереження, що полягає в ефективності утримання персоналу підприємством завдяки впровадженню програм навчання та розвитку персоналу, систем стимулювання, створенню сприятливого робочого середовища та балансу роботи і особистого життя;

- атракція талантів, що в контексті забезпечення стійкості персоналу включає в себе здатність підприємства привертати та залучати нових талановитих працівників, чому сприяє бренд і репутація роботодавця на ринку праці, конкурентоспроможна заробітна плата, можливість кар'єрного росту та ін.;

- задоволення роботою та залученість, що сприяє утриманню працівників та зростанню продуктивності їх роботи;

- управління професійним розвитком персоналу, що включає

впровадження заходів щодо навчання і організаційного розвитку персоналу з метою забезпечення стійкості і стабільності персоналу;

- високий рівень резильєнтності персоналу є важливим чинником забезпечення стабільності та розвитку підприємства, оскільки дозволяє зберігати цінний досвід та знання співробітників в робочому середовищі.

Професійний розвиток персоналу в контексті забезпечення стійкості персоналу компанії вимагає змін в підходах до управління персоналом з урахуванням, з одного боку, вимог працедавців, а з другого – вимог здобувачів вакансій зумовлюють необхідність забезпечення стійкого розвитку персоналу на основі запобігання плинності персоналу та формування системи предикторів звільнення персоналу. Це дає змогу попередити непередбачувані звільнення персоналу, виявити причини звільнення персоналу, частково убезпечити кадровий склад підприємства від непередбачуваних звільнень, покращити результативність використання персоналу, забезпечити позитивний імідж підприємства на ринку праці [2].

За результатами досліджень фахівцями виявлено, що 10% працівників мотивують своє звільнення відсутністю перспектив професійно-кваліфікаційного зростання [4]. Із цього приводу Т. Петрова, розглядаючи проблеми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів на виробництві, визначає напрями стимулювання зацікавленості роботодавців до підвищення кваліфікаційного рівня працівників [3].

Сьогодні професійне навчання перетворилося на велику індустрію як стосовно задіяних коштів, так і числа провайдерів і користувачів навчання. За деякими даними річний бюджет навчання тільки американських компаній сягає 100 млрд дол. Найбільші витрати на навчання виділяються в компаніях, зайнятих в сфері комунікацій, транспорту і послуг. Від них не набагато відстають виробничі компанії. Для великих компаній річний бюджет професійного навчання нерідко складає суму, що перевищує мільярд американських доларів.

Навчання персоналу є тим напрямком в роботі з персоналом, в якому найбільш органічно поєднуються інтереси роботодавця, трудового колективу і конкретного працівника. Як показує практика, кожна компанія здійснює професійне навчання персоналу, яке найчастіше відбувається у вигляді первинної професійної підготовки працівників, перепідготовки або підвищення кваліфікації працівників та фахівців. За умов постійного оновлення техніки і технології промислових підприємств, професійне навчання та перенавчання персоналу, максимальне розкриття можливостей і здібностей працівників є дуже необхідними. Удосконалення системи розвитку персоналу на підприємстві буде сприяти підвищенню якості трудової діяльності, ініціативності, творчої активності та закріпленню працівників на підприємстві.

Як відзначає В. Мортіков, «альтернативна цінність працівника зростає із підвищенням його кваліфікації, яка дозволяє йому виконувати нові та більш різноманітні трудові ролі» [5, с. 7]. Тому за наявності на підприємстві можливостей та умов вдосконалення професійних знань та навичок працівник зможе задовольнити свої особисті потреби та реалізувати себе як фахівець тривалий період часу.

Література

1. Вартанова О.В. Компетенція підприємства у стратегічному управлінні знаннями: формування та розвиток: монографія. Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2012. 340 с.
2. Вартанова О.В. Предиктори звільнення персоналу в системі забезпечення його стійкого розвитку. *Збірник наукових праць Черкаського державного технічного університету*. Серія: економічні науки. 2019. № 54. С. 10-16. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1628/1/4.pdf>
3. Петрова Т. Професійний розвиток працівників: проблеми стимулювання персоналу та заінтересованості роботодавців. Україна: аспекти праці. 2010. № 2. С. 26-34.
4. Шаульська Л.В. Профорієнтаційні заходи в системі забезпечення економіки робітничими кадрами. Регіональні проблеми людського та соціального розвитку : тези доп. наук.-практ. конф. С. 206-211.
5. Мортіков В. Проблеми вибору та альтернативних оцінок на ринку праці Україна: аспекти праці. 2010. № 6. С. 3-8.

Svintsitska N.G., postgraduate student
Kyiv National University of
Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

IMPROVEMENT OF EDUCATIONAL MARKETING TECHNOLOGIES IN THE LUXURY FASHION INDUSTRY

In today's world, education in the field of marketing technologies related to the luxury fashion industry requires improvement of the educational process for the future elite of this sphere. Since the luxury fashion industry is one of the most dynamic and promising sectors of the business technology world, and the younger generation needs to have both practical and theoretical basis. Let's consider the issues of the standard educational process, the direction of mastering services and the need to improve educational technologies in the luxury fashion industry sector.

One of the ways to improve education in the field of marketing technologies related to the luxury fashion industry is through the use of information and communication technologies (ICT). ICT allows access to relevant information, educational materials and resources through the use of computer programs, the Internet and electronic devices and applications [1].

Recognizing the power of social media as a tool for disseminating information and the importance of open knowledge platforms, projects such as DataFormat are carefully crafted to disseminate data-driven content that sheds light on transformative aspects of fashion.

Starting in May 2022, DataFormat developed a monthly editorial plan in collaboration with the Fashion Research Laboratory of the Milan Polytechnic Institute. The laboratory is engaged in research, applied projects, and knowledge transfer to support and promote the sustainable development of fashion and the cultural and creative industries in the luxury segment. During each month, the company chose a different artist to interpret the data provided by FiP with a completely personal and innovative approach. Fashion In Process Research Lab Note Introduction Fashion in Process (FiP) is an interdisciplinary research lab at the Faculty of Design of the Politecnico di Milano. FiP focuses on innovation for culture-

intensive industries, combining technology and humanities through a design-oriented approach.

The result is a column that embodies diversity and uniqueness, with each component linked by interconnected themes. We also delved into important topics such as sustainability, trends, retail and commerce analysis, branding and marketing, as well as explored the broader macro sphere and digital life in the Luxury segment. In Luxury, we explored the dynamic intersections of technology and innovation, influencer marketing, and Generation Z's approach to fashion and luxury [2].

An internship at a well-known German company, a semester in Milan, or a thesis at a famous fashion house in Paris - this is what the bachelor's program in International Management with in-depth study of luxury goods, fashion, and brands at the Nuremberg branch of the French business school ICN looks like. However, while luxury brand managers have been trained in France for quite some time, in Germany, the relevant offers have appeared only in recent years. The Munich Business School was a pioneer. The course Luxury Business Management is offered here as a specialization of the master's program International Business. "The crisis has not hindered the luxury market at all," says Andre Schlipp, head of the ICN Business School in Nuremberg.

Branded goods are always in great demand, both in Europe and around the world. No wonder, for example, that many brands in the fashion industry have a luxury segment [3].

The introduction of ICT technologies in the educational process can significantly improve the quality of education and promote the development of creative thinking among students. The main advantage of using IK technologies is the ability to access online courses. Some universities are developing the necessary database of other courses to complement the range.

This approach allows students to become more familiar with current trends in the luxury fashion industry, and this type of training also allows them to point out general material sites and the availability of detailed visual descriptions and opportunities for self-study.

A further step to improve education in the field of marketing technologies related to the fashion industry in the luxury segment is also the formation of joint professional teachers of the fashion industry and students who have received high educational training in specialized professional institutions. In this way, it is possible to create an environment of mutual support and knowledge exchange, which is realized at the highest level. During their studies, students will be provided with new knowledge and access to a number of fashion industry professionals and facilitate cooperation between students and experts in the field of marketing technologies related to the fashion industry in the luxury segment.

For the successful implementation of innovative technologies, graduates need additional training after graduation. To do this, it is necessary to develop a special scientific and foreign plan for the professional development of specialists for such a field of marketing technologies related to the fashion industry in the luxury segment with financial capabilities that can provide all the costs primarily for the academic task of accessibility at the international level (Masterclass).

It is worth noting the prominence and prospects of such a direction as educational marketing technology in the luxury fashion industry.

References

1. chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fashioninprocess.com/files/uploads/2023/12/18/dataformat_digitaledition-2.pdf
2. Менеджер <https://www.dw.com/uk/%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0-%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%83-%D0%BB%D1%8E%D0%BA%D1%81-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80%D0%B8-%D1%96%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D1%97-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BA%D0%BE%D1%88%D1%96/a-17084809>
3. Information technologies and the Internet in the educational process and research https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Zhuk_PROCEEDING-IES-2016.pdf

УДК 330.3

Проскурович О.В., к.е.н., доцент кафедри ЕАМ та ІТБ,
Пашковська В.Д., студентка ОП «Економічна кібернетика»
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

УПРАВЛІННЯ ТА ЛІДЕРСТВО В ЦИФРОВІЙ ОСВІТІ

На сьогодні вітчизняна система освіти має зазнавати докорінних цифрових змін та відповідати світовим тенденціям цифрового розвитку для успішної реалізації людини свого потенціалу. Дедалі більше професій потребують набуття високого рівня цифрових навичок і володіння новими технологіями.

Так як цифрова компетентність стає базовою потребою, то українська система освіти має забезпечувати формування цифрових компетентностей здобувачів освіти, педагогічних та науково-педагогічних працівників та розвиток електронних сервісів у закладах освіти, в цілому.

Для цього була створений проєкт Концепції, який визначає стратегічні напрями цифрового розвитку та цифрової трансформації освіти і науки. Проєкт було презентовано на площадці Всеукраїнського форуму “Україна 30. Освіта і наука”.

Кінцевою метою цієї Концепції є використання цифрових технологій для трансформації процесів у системі освіти і науки з метою їх спрощення, автоматизації та зручності для користувачів. Кінцеву мету планується досягти через реалізацію таких напрямів:

Напрямок 1. «Ефективне використання цифрових технологій в освітньому процесі» реалізується трьома стратегічними цілями такими як:

стратегічна ціль 1. «Цифрове освітнє середовище є доступним та сучасним»;

стратегічна ціль 2. «Працівники сфери освіти володіють цифровими компетентностями»;

стратегічна ціль 3. «Зміст освіти в галузі ІКТ відповідає сучасним вимогам».

Напрямок 2. «Оптимізація процесів управління, регулювання та моніторингу» реалізується шляхом досягнення таких стратегічних цілей:

стратегічна ціль 4. «Послуги та процеси у сфері освіти і науки є прозорими, зручними та ефективними»;

стратегічна ціль 5. «Дані у сфері освіти і науки є доступними та достовірними»[1].

Реалізація цієї Концепції дозволить здійснити цифрову трансформацію закладів освіти, в яких педагогічні та науково-педагогічні працівники, а також здобувачі освіти володіють цифровими компетентностями, забезпечені обладнаннями цифровими, сучасними робочими місцями, а також доступом до цифрового контенту для персонального розвитку, навчання впродовж життя.

Розвиток цифрового лідерства та ефективне управління змінами є ключовими факторами успіху в епоху цифрової трансформації освіти. У швидкоплинному цифровому світі, де технології невпинно розвиваються, освітні лідери повинні володіти унікальним набором навичок та компетенцій, щоб забезпечити сталий розвиток своїх організацій. Щоб процвітати в цю епоху, лідери змін повинні розвивати унікальний набір навичок, який поєднує в собі позачасові принципи лідерства та адаптивність до цифрової епохи.

Емоційний інтелект у віртуальному світі: емоційний інтелект залишається наріжним каменем ефективного лідерства, але в цифрову епоху він виходить за рамки особистої взаємодії. Тепер лідери повинні орієнтуватися у віртуальних зустрічах, електронній пошті та миттєвих повідомленнях, водночас підтримуючи міцні міжособистісні зв'язки.

Вкрай важливими в сучасних умовах є адаптивність і гнучкість лідерів. Цифровий збій є постійним, і лідери повинні бути адаптивними та гнучкими. У епоху цифрових технологій здатність швидко змінюватись у відповідь на зміни

ринку чи технологічний прогрес є неоціненною. Лідери повинні заохочувати культуру адаптивності в своїх командах, виховуючи готовність сприймати зміни та розглядати невдачі як можливості для зростання.

Технічна грамотність як лідерська навичка: в епоху цифрових технологій технічна грамотність є лідерською навичкою, яку не можна ігнорувати. Лідери повинні розуміти новітні технології, що стосуються їх галузі, і як вони можуть стимулювати інновації та ефективність.

За умов цифровізації віддалене управління командою передбачає уміння лідерів працювати віддалено та досягати успіху в дистанційному управлінні командою однодумців.

У епоху цифрових технологій дані є потужним ресурсом, який лідери можуть використовувати для прийняття обґрунтованих рішень. Вони повинні ефективно приймати рішення на основі існуючих даних. Керівники мають володіти досвідом аналізу даних, використовуючи ключові показники, щоб скеровувати свої стратегії та визначати сфери для вдосконалення [2].

Для здійснення ефективного впливу на діяльність підлеглих, сучасний керівник повинен мати глибоке розуміння психологічних основ управління, вміти створювати умови, що сприяють формуванню зацікавленості членів колективу в продуктивній роботі закладу освіти.

Література

1. Концепція цифрової трансформації освіти і науки України на період до 2026 року. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/05/25/tsifrovizatsiigromadskeobgovorennya.docx> (дата звернення: 13.04.2024).
2. Cultivating Leadership Skills in the Digital Age. The Economic Times. URL: <http://surl.li/sofeu> (дата звернення: 13.04.2024).
3. Базелюк В., Кубіцький С., Михайліченко М. Техніка управлінської діяльності: навч. посібник. URL: <http://surl.li/sofif> (дата звернення: 13.04.2024).

УДК 331.5

Тарасенко І.О., д.е.н., професор,
Олефіренко К.С., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ЕТАПІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

На сучасному етапі розвитку світ переживає найглибшу соціально-культурну катастрофу, пов'язану із втратою єдиної загальнолюдської перспективи внаслідок загострення економічних, соціальних, екологічних і політичних проблем в глобальному масштабі. Доцільність розвитку, в центрі якого стоїть лише матеріальне виробництво, все більше ставиться під сумнів, що обумовлює необхідність зміни всієї парадигми – від ідеології накопичення матеріального багатства до ідеології «розумної достатності», від ідеології конкуренції до ідеології взаємодопомоги. Це обумовило потребу фундаментальних досліджень характеру економічних відносин в умовах глобалізації, в результаті чого об'єктивно виникла парадигма суспільства сталого розвитку.

Сутність концепції сталого розвитку на початковому етапі (1992 р.) визначалася як задоволення життєвих потреб теперішнього покоління при збереженні подібної можливості для наступних поколінь з акцентом на екологічну складову. Парадигма сталого розвитку є альтернативою теорії економічного зростання, яка ігнорує екологічні наслідки економічного розвитку за екстенсивною моделлю. Експертами Всесвітнього банку сталий розвиток було визначено як процес управління сукупністю активів, під якими розумівся не лише традиційно підрахований фізичний капітал, але й природний і людський капітал з урахуванням того, що сталий розвиток повинен забезпечити зростання в часі всіх цих активів [1, 2]. В 1994 році в доповіді ООН «Про розвиток людського потенціалу» концепцію сталого розвитку було

доповнено гуманістичною компонентою, яка в ній стала основною. В новій модифікації концепції сталий розвиток визначався не лише як такий, що породжує економічне зростання, але й такий, що справедливо розподіляє його результати, відтворює довкілля більшою мірою, ніж руйнує його, збільшує можливості людей, а не збіднює їх [3, с. 6-7].

В Політичній декларації Йоганнесбургського самміту [4] підкреслюється особлива важливість даного періоду розвитку людства, який супроводжується проблемами увіковічення диспропорцій як між країнами, так і в межах окремих країн, загостренням проблем бідності, голодом, погіршенням здоров'я населення та збільшенням неграмотності, а також погіршенням стану екосистем, від яких залежить добробут і перспективи людського існування. За таких умов потребується комплексний підхід до розв'язання всіх зазначених проблем, які країни можуть вирішити лише спільними зусиллями на основі глобального партнерства в інтересах забезпечення сталого розвитку [4].

Україна, поділяючи принципи сталого розвитку, підтримала впровадження Порядку денного у сфері сталого розвитку до 2030 року. Так, у 2019 році Президент України Володимир Зеленський підписав Указ щодо реалізації Цілей сталого розвитку та необхідність їх адаптації до специфіки розвитку України, включивши їх як пріоритетні до основних положень державної політики України [5]. Процес впровадження цих принципів в практику господарювання та життєдіяльності українського суспільства ускладнився значними руйнуваннями і збитками, які зазнала наша країна в умовах повномасштабного вторгнення з боку РФ. До таких наслідків доцільно віднести: значні людські втрати, знищення об'єктів державної, комунальної, приватної власності, руйнування енергетичної і транспортної інфраструктури, техногенні аварії, екоцид, і як наслідок – величезні економічні втрати. Все це спричинило колосальну за масштабами внутрішню і зовнішню міграцію, зниження рівня життя українців, і не лише економічну, а й соціальну та

гуманітрну кризи. Тому, в [6, с. 101] вчені зазначають, що «зусилля у сфері відбудови України і гуманітарної допомоги мають бути взаємопов'язані для того, щоб гарантувати, що наша країна не втратить десятиліття власних здобутків».

З огляду на зазначене, вважаємо доцільним на етапі подолання наслідків військової агресії в післявоєнному періоді державну політику спрямувати на відбудову країни, враховуючи як пріоритетні цілі сталого розвитку України. Досягнення, визначених в [5] 17 глобальних цілей Порядку денного до 2030 року, а також 169 відповідних завдань, вчені рекомендують здійснювати, виходячи з таких міркувань [6, с. 102]: «по-перше, вони стануть орієнтиром на етапі швидкої відбудови критичної соціальної та економічної інфраструктури, відновлення довкілля та подолання інших наслідків гуманітного та техногенного характеру; по-друге, вони забезпечать основу для середньострокових і довгострокових зусиль щодо відновлення і розвитку завдяки підходу «відбудувати краще», а також реалізуючи завдання євроінтеграційного курсу України».

Таким чином, до основних українських національних проблем майбутнього, вирішувати які потрібно вже сьогодні, слід віднести такі [6, 7]: деградація довкілля; стан енергетики; демографічна ситуація; зміни клімату; наслідки екологічних та техногенних катастроф. Для вирішення зазначених проблем потребується розробка і ухвалення державою та суспільством Стратегії сталого розвитку України, проєкт якої було представлено у 2017 році [8]. Останнє завдання є найбільш складним, оскільки потребує інтелектуальної сміливості, стратегічного мислення, відповідальності перед наступними поколіннями. Звичайно, механізм стримування негативних наслідків глобалізації з боку громадського руху полягає в здійсненні ефективного суспільного впливу на рішення міжнародних організацій, урядів країн і транснаціональних компаній з метою забезпечення балансу між інтересами

великих бізнесових кіл і гуманітарними та соціально-економічними інтересами світової спільноти. За таких умов завданням української влади на етапі післявоєнного відновлення повинна бути розробка довгострокової національної стратегії на основі інноваційно-інтелектуального, випереджаючого принципів розвитку, яка б знайшла своє вираження в національній концепції сталого розвитку.

На сучасному етапі для України, як і інших країн, особливо гостро стоїть питання про пошук шляхів і механізмів післявоєнного відновлення України, враховуючи Цілі сталого розвитку країни, з метою її виведення на новий більш високий рівень існування. Проведений аналіз створює переконливі підстави для визначення таких умов переходу України на модель сталого розвитку в повоєнному періоді: (1) екологічнобезпечний розвиток економіки, результатом якого повинно стати досягнення вищого рівня добробуту при одночасному розв'язанні ресурсо-екологічних і соціальних завдань; (2) відтворення та раціональне використання всіх видів ресурсів, запровадження ефективної системи природокористування та охорони довкілля, підтримання екологічної рівноваги як основи збереження довкілля для сучасного і майбутніх поколінь; (3) необхідність системної еколого-економічної реструктуризації промисловості, сільського господарства, узгодження цілей та заходів розвитку галузей і регіонів, окремих підприємств, які є елементами соціо-еколого-економічної системи країни; (4) співпраця з міжнародними організаціями з питань сталого розвитку та розв'язання ресурсо-екологічних проблем на основі інноваційного розвитку економіки, запровадження в практику господарювання найкращого досвіду та передових науково-технічних і соціально-економічних досягнень; (5) утвердження в суспільстві принципів соціальної справедливості, подолання соціальних проблем і стабілізація на цій основі демографічної ситуації в країні, повернення мігрантів, зниження захворюваності та збільшення тривалості життя людини.

Зростаюча залежність національної економіки від зовнішніх факторів, в тому числі наслідків військової агресії, обмеженість і висока вартість енергетичних ресурсів, необхідність більш раціонального використання сировинної бази і робочої сили мають слугувати стимулом для використання інновацій задля підвищення потенціалу віддачі від наявних в країні та імпортованих з-за її меж ресурсів, переходу вітчизняної економіки до стандартів економічно безпечного виробництва і споживання з метою забезпечення сталого економічного розвитку в цілому. Вирішення цих та інших проблем і потребує втручання держави, зокрема розробки державних рішень стосовно забезпечення ефективного сталого економічного розвитку країни на основі нових знань, високих технологій та інновацій.

Література

1. Згуровський М. Україна в глобальних вимірах сталого розвитку. *Дзеркало тижня*, № 19 (598). 20-26 травня 2006 р. URL: <http://www.dt.ua>
2. Національна доповідь України про стан виконання положень «Порядку денного на XXI століття» за десятирічний період (1992-2001 рр.). Рада національної безпеки і оборони України. URL: <http://www.rainbow.gov.ua/news/124.html>
3. Human Development under Transition. *Summaries of National Human Development Reports*, 1996. N.-Y. : Turpe and CIS, 1996. p. 6–7.
4. Йоханнесбургський самміт 2002 г. План виконання рішень. Резолюція 1. Політична декларація. Приложение. Йоханнесбургська декларація зі стійкого розвитку. Від Стокгольма до Ріо-де-Жанейро и Йоханнесбургу. URL: http://www.un.org/russian/conferen/wssd/docs/decl_wssg.pdf
5. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року. Указ Президента України від 30.09.2019 № 722/2019 (rada.gov.ua). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>
6. Капінос Г., Ларіонова К. Проблеми управління сталим розвитком України в умовах війни. *Scientific journal «Modeling the development of the economic systems»*. URL: <https://mdes.khmn.edu.ua/index.php/mdes/article/view/154/134>
7. Щербак Ю. Сталий розвиток та майбутнє України. *Газета «День»*, № 167. 3 жовт., 2007 р.
8. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (проект). URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf

УДК 330

Оліх Л. А., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ПОШТОВХ ДО ЗМІНИ ПАРАДИГМИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

На початку ХХІ століття основою розвитку економічних систем провідних країн світу стає впровадження інновацій, що базуються на комбінаціях технологій, зокрема електроніки і програмного забезпечення [1, с. 14]. Тобто спостерігається формування засад четвертої промислової революції. Поштовхом до її виокремлення як самостійного явища стає використання інтернету в усіх сферах діяльності, роботизація процесів як виробництва, так і надання послуг, використання технологічних платформ в управлінських процесах. Ключовими напрямками реалізації четвертої промислової революції у країнах-лідерах стали такі програми [2, с. 67]:

- «Індустрія 4.0» (Німеччина): центром уваги виступає узгодженість всіх інженерних компонентів, результатом чого є досконалий продукт.

- «Зроблено в Китаї – 2025» (Китай): швидкість створення ключових технологій через розвиток мережі кластерів, основним критерієм функціонування яких є ресурсоефективність.

- «Промисловий інтернет» (США): акцент на радикальних інноваціях у програмному забезпеченні.

- «Промисловий ланцюг створення вартості» (Японія): основне завдання – розширення експериментальних проектів, спрямованих на формування високотехнологічної промисловості.

Отже, впровадження нових технологій є основою загальнонаціональних стратегій розвитку. Інновації стають доступними не тільки для компаній-лідерів ринку, а й виступає інструментом для розвитку і зміцнення новостворених підприємств і тих, які прагнуть працювати у довгостроковій

перспективі.

Основною метою впровадження нових технологій і продуктів вже не завжди виступає прибуток. Дана теза підтверджується прийнятою у 2015 році резолюцією Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» [3]. У ній представлені 17 Глобальних цілей (Цілі сталого розвитку), що реалізуються через 169 завдань. Ідея даного документу не нова. Він прийнятий на зміну «Цілям розвитку тисячоліття» (термін реалізації завершився у 2015 році). Основна мета даної резолюції полягає у гармонізації діяльності людства загалом та у впровадженні нових технологій зокрема. Їх основою виступають: людиноцентризм – досягнення високого рівня життя населення планети через задоволення як первинних, так і вторинних потреб; екологічний баланс та збереження природи.

Акцент на зазначених напрямках призвів до становлення у другій половині 2010-х років нової парадигми розвитку суспільства – Індустрії 5.0. Її ключовою ідеєю є взаємодія «людина – технологія». У попередні періоди (Індустрія 3.0 та Індустрія 4.0) людина генерувала чимало технологій, які замінили її у багатьох напрямках діяльності. Вінцем людських досягнень став штучний інтелект та його широке застосування у різних сферах діяльності. Проте людина залишається єдиним суб'єктом, здатним впливати на технології – змінювати їх, спрямовувати у нові напрями застосування, генерувати нові технології. Тому важливим на даному етапі є збереження балансу «технології – морально-етичні цінності». Інструментом його дотримання і виступають цілі сталого розвитку.

Література

1. Оліх Л. А., Корнілова І. М.. Основи науково-технічної та інноваційної політики: навчальний посібник. Вінниця : ТВОРИ, 2021. 160 с.
2. Ривак Н. О., Керницька А. В. Ініціативи Індустрії 4.0 у країнах ЄС : досвід для України // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Випуск 4 (144). 65-70.
3. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. Publisher: United Nations. 2015.

УДК 004:008(477)

Солдатенко О. І., к.п.н., доцент,
доцент кафедри мистецьких дисциплін Національного університету
«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів, Україна

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Менеджмент 4.0 – це концепція управління, що відображає вплив цифрової трансформації на підходи до керівництва та організаційного управління. Вона виникла в контексті Четвертої промислової революції, яка характеризується інтеграцією цифрових технологій у всі сфери життя і бізнесу [2]. Основні риси Менеджменту 4.0: цифрові технології, гнучкість та агільність, партнерство зі стейкхолдерами, стратегічне прийняття рішень на основі даних, нові форми роботи та цифрова трансформація культури.

Основні аспекти Менеджменту 4.0 «Цифрової трансформації культури» це: інноваційна ментальність (відмова від стереотипів та готовність до експериментів і пошуку нових рішень; адаптивність (створення гнучких структур і процесів, які можуть швидко адаптуватися до змін у середовищі та ринкових умов), цифрова грамотність (розвиток компетентностей у сфері цифрових технологій серед персоналу); колаборація та відкритість (створення культури співпраці, де співробітники вільно обмінюються ідеями та інформацією, а також взаємодіють з партнерами та клієнтами); лідерство та емпатія (розвиток лідерських якостей, спрямованих на підтримку та мотивацію, врахування потреб та інтересів персоналу).

Цифрова трансформація культури в Україні – це процес, який впливає на всі сфери життя: розвиток мистецтва та культурних інституцій; поширення масової культури, сприяючи її доступності будь-де і будь-коли; культурний маркетинг та просування творів митців; появу інтерактивних мистецьких інсталяцій, віртуальних реалізацій, мультимедійних шоу та інших цифрових мистецьких форматів; інтерактивність та участь аудиторії; дозволяє здобувати нові знання та компетенції у галузі культури та мистецтва; сприяє культурній освіти та підвищенню рівня інформованості громадян про культурну спадщину України та світу; підтримує активну участь громадян у культурному житті країни; робить культурний обмін більш доступним та прозорим, сприяючи

розвитку туризму та міжнародних культурних зв'язків; сприяє збереженню та доступності історичних та культурних цінностей;

Ось кілька прикладів цифрової трансформації культури в Україні: цифрові музеї та архіви (проєкт «Музей Голодомору» створив віртуальний музей); культурні онлайн-платформи («Українська цифрова бібліотека» збирає та надає доступ до класичних українських літературних творів); віртуальні мистецькі та культурні проєкти (проєкт «Віртуальний Дніпро» або віртуальний тур по Києву чи Львову, дозволяють глядачам відвідати найкрасивіші та найцікавіші місця в Дніпрі, дослідити пам'ятки та визначні міста, не виходячи з дому); культурні онлайн-заходи (фестивалі, виставки та концерти, що транслюються в онлайн-форматі); інтерактивні мистецькі інсталяції (інтерактивна інсталяція «Соняшник» в Києві, де глядачі можуть взаємодіяти з великими світлодіодними квітами через спеціальний додаток на смартфоні); цифрові платформи для культурного обміну («Culture.pl» просуває польську культуру та сприяє культурному обміну між Україною та Польщею через онлайн-ресурси, виставки та інші заходи); культурні додатки для смартфонів «Шукай Музей» або «Культурна Спадщина України»; культурна блогерська та YouTube спільноти; культурна е-комерція (онлайн-магазини та платформи для продажу художніх творів, рукоділля та інших культурних продуктів сприяє розвитку та підтримці мистецької сфери в Україні) [1].

Отже, цифрова трансформація культури в Україні відкриває безліч нових можливостей для розвитку та збереження національної культурної спадщини, підвищення культурного рівня суспільства та розвитку творчого потенціалу країни. Наведені приклади показують, як цифрові технології перетворюють культурний ландшафт України, роблять культурні цінності більш доступними та привабливими для аудиторії та сприяють розвитку та підтримці культурних ініціатив.

Література

1. Орищук В. В. Категорійний апарат у сфері цифрового розвитку. *Публічне управління та митне адміністрування*, № 1 (36), 2023. С. 94-103.
2. Ринкевич Н. С. Трансформація організаційної культури підприємств в умовах модернізації: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2021. 35 с.

УДК 37.005

Вальков О.Б., ст. викладач,
Славгородська В.М., студентка
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ SMART CAMPUS В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Досить актуальним в процесі діджиталізації освітнього процесу є створення та функціонування цифрового університету. Для конкурентоспроможності сучасного Smart-університету необхідно створити цифрове освітнє Smart-середовище, яке включає різноманітні інноваційні компоненти. Зокрема, це конвергентна комп'ютерна мережа, яка підтримує різні категорії підмереж і забезпечує гнучку взаємодію. Важливою складовою є «зелені» комп'ютерні класи, побудовані з використанням термінальних рішень та енергоефективних технологій [1].

Для ефективного управління парком комп'ютерної техніки необхідна система централізованого адміністрування. Корпоративний data-центр університету оптимізує управління серверною інфраструктурою закладу. Цифрове освітнє середовище також передбачає впровадження інноваційних навчальних планів і програм, цифровізацію бізнес-процесів навчальних підрозділів.

Не менш важливими елементами є сучасна електронна бібліотека, інтеграція освітнього простору, розвиток IP-телефонії, мережевого університетського телебачення, а також підтримка інфраструктури суперкомп'ютерного кластера для проведення складних наукомістких обчислень. Впровадження такого комплексного цифрового освітнього середовища Smart дозволить сучасному Smart-університету бути конкурентоспроможним, гнучким та інноваційним [2].

Впровадження концепції цифрового освітнього Smart-кампусу в університеті сприятиме розвитку взаємодії у віртуальному просторі та

формуванню якісних інформаційних послуг для всіх споживачів у сфері освіти. Створення такого Smart-середовища відповідає тенденції трансформації інформаційного суспільства в Smart-суспільство. Цифровий освітній Smart-кампус стає важливим інфраструктурним елементом, який забезпечує повний цикл автоматизації ключових завдань університету. Він надає персоналізований інформаційний простір і відповідні послуги для студентів, викладачів, співробітників та інших зацікавлених сторін.

Реалізація Smart-кампусу дозволяє ефективно взаємодіяти у віртуальному середовищі, зокрема через розвинену комунікаційну інфраструктуру, єдину точку доступу до інтегрованого науково-освітнього середовища, інтеграцію освітніх ресурсів і сервісів. Це сприяє формуванню цифрових компетентностей, навичок роботи у віртуальному просторі як у здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників так і в персоналу навчального закладу [3].

Застосування концепції Smart-кампусу забезпечує комплексну систему ІТ-безпеки на рівні ресурсів та інфраструктури, створюючи надійну та безпечну інформаційну систему університету.

Загалом Smart-кампуси цифрової освіти є основою для перетворення закладів вищої освіти на конкурентоспроможні, сучасні та розумні університети.

Тому сучасна освіта переживає серйозну трансформацію під впливом процесів цифровізації та впровадження смарт-технологій. Основний тренд у цьому напрямку полягає в тому, що цифровізація стане невід'ємною частиною підготовки професіоналів і сприятиме широкому використанню розумних інновацій в освітньому процесі, від інноваційних навчальних програм до хмарних технологій.

Система освіти визнана однією з ключових інституцій для розвитку цифрової грамотності та компетенцій претендентів на освіту, що веде до комплексних змін на всіх рівнях. Конкурентоспроможність сучасних розумних

університетів вимагає створення інтелектуального середовища цифрової освіти з розвиненою ІТ-інфраструктурою, автоматизованими процесами та інтегрованими сервісами.

Застосування концепції Smart-капусу сприятиме розвитку віртуальної взаємодії та формуванню якісних інформаційних послуг для всіх освітян відповідно до переходу до розумного суспільства. Тому, цифровізація освіти є важливим напрямком модернізації освіти, що забезпечує підготовку фахівців, адаптованих до вимог цифрової епохи.

Література

1. Попель М. В. Хмарні сервіси і технології у науковій і педагогічній діяльності / М. В. Попель, М. П. Шишкіна // Інформаційні технології і засоби навчання. - 2019. - Т.70. - №2. - С. 206-222.

URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/2654>

2. Гриб'юк О. О Використання хмарних технологій в освітньому процесі / О. О. Гриб'юк, В. Л. Юнчик // Інформаційні технології і засоби навчання. - 2019. - Т.70. - №2. - С. 1-21.

URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/2830>

3. Биков В. Ю. Оцінювання інформаційно-комунікаційної компетентності учнів та педагогів в умовах євроінтеграційних процесів в освіті / В. Ю. Биков, О. В. Овчарук // Інформаційні технології і засоби навчання. - 2021. - Т.82. - №2. - С. 1-25.

URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/3569>

УДК 330

Гребельник О. П. д.е.н., професор
кафедри митної справи та товарознавства ДПУ
Максимович С. В. магістрант
програми: “Менеджмент митної справи”
Державний податковий університет
м. Ірпінь, Україна

МЕНЕДЖМЕНТ 4.0: ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МИТНОГО КОНТРОЛЮ

Менеджмент 4.0 - це концепція, що виникла в контексті Четвертої промислової революції, де відбувається злиття фізичних, цифрових та біологічних технологій, що створює умови для трансформації управління в різних сферах, у тому числі і в митному контролі. Ефективність митного контролю в умовах Менеджменту 4.0 стає ключовим фактором для забезпечення безпеки національних кордонів, боротьби з контрабандою та організованою злочинністю, а також для забезпечення швидкого та безперервного переміщення товарів через кордони країни [2].

Одним з факторів підвищення ефективності митного контролю в умовах Менеджменту 4.0 є використання сучасних технологій. В умовах посилення інтеграційних процесів митна система стає цифровим хабом міжнародної торговельної інформації та обробки даних щодо зовнішньоекономічних операцій [3].

Цифрові системи та штучний інтелект дозволяють автоматизувати багато процесів митного контролю, що зменшує ймовірність помилок та збільшує швидкість обробки великої кількості даних. Наприклад, системи розпізнавання обличчя та біометричні технології можуть бути використані для ідентифікації осіб, які перетинають кордон, тим самим забезпечуючи вищий рівень безпеки.

Також, важливим аспектом є впровадження інноваційних методів та стратегій у митний контроль. Наприклад, використання аналітичних інструментів Big Data дозволяє здійснювати прогнозування потоків товарів і виявляти потенційні порушення вже на етапі попереднього аналізу даних.

Такий підхід дозволяє максимально ефективно використовувати ресурси та забезпечує більш точне спрямування зусиль на виявлення порушень.

У контексті Менеджменту 4.0 важливо активно впроваджувати принципи гнучкості та адаптивності у митний контроль. Швидкі зміни у технологічному середовищі та економіці світового ринку вимагають від митних служб здатності оперативно реагувати на нові виклики та змінювати стратегії контролю відповідно до потреб [1].

Важливим елементом підвищення ефективності митного контролю є розвиток міжнародного співробітництва та обміну даними між митними органами різних країн. Це дозволяє ефективніше боротися з транскордонною злочинністю та підвищує загальний рівень безпеки.

Подальші інновації в області митного контролю можуть включати у себе розвиток технологій Інтернету речей (IoT), які дозволяють збирати дані з різних джерел, таких як контейнери, транспортні засоби та товари, що перетинають кордон. Інтеграція цих даних в аналітичні системи допоможе покращити процеси митного контролю шляхом раннього виявлення порушень та виявлення та аналізу аномальних паттернів [5].

Розвиток блокчейн-технологій може забезпечити безпеку та недоторканість даних, пов'язаних з міжнародною торгівлею. Використання блокчейну для відстеження переміщення товарів може сприяти боротьбі з контрабандою та підробкою, а також забезпечити більшу відкритість та прозорість у торговельних операціях.

При цьому важливо забезпечити розвиток технологій супроводом відповідних змін у законодавстві та політиці, що регулюють митний контроль. Нові технології можуть створювати нові виклики у сфері конфіденційності даних, кібербезпеки та етики, тому важливо розробляти відповідні правові та етичні рамки.

Технологічні та законодавчі аспекти, успішність митного контролю також залежать від ефективного управління людськими ресурсами та професійної підготовки персоналу. Запровадження Менеджменту 4.0 передбачає не лише

автоматизацію та цифровізацію процесів, але й розвиток компетентностей персоналу в галузі використання новітніх технологій, аналізу даних та прийняття стратегічних рішень.

З цієї причини важливо вдосконалювати системи навчання та розвитку персоналу, забезпечуючи їм доступ до актуальних знань та навичок. Це може включати в себе організацію тренінгів з використання сучасних програмних продуктів, курсів з аналітики даних та кібербезпеки, а також регулярне оновлення професійних стандартів [4].

Окрім того, важливо створювати мотивуючі умови праці для працівників митних служб, для забезпечення їх високої продуктивності та відданості роботі. Це може включати в себе не лише фінансові стимули, але й можливості професійного зростання, участь у розвитку стратегій митного контролю та визнання досягнень.

Отже, успішна реалізація Менеджменту 4.0 в контексті митного контролю потребує комплексного підходу, що охоплює технологічні, правові, організаційні та людські аспекти. Лише взаємодія цих різних складових може забезпечити високу ефективність та надійність митного контролю в умовах сучасного світу.

Література

1. Berry L. *Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success*. New York: The Free Press, 1999. P. 142.
2. Майер Дж. М., Раух Д. Е. *Основні проблеми економіки розвитку* / пер. з англ.: Д. Олесневич та ін. ; наук. ред. : А. С. Філіпенко. Київ: Либідь, 2003. 684 с.
3. *Розвиток митної політики України в контексті реалізації економічної функції держави: монографія* / За ред. О. П. Гребельника. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. С. 37.
4. Світлак І. І. *Організаційно-правові засади провадження посередницької діяльності митного брокера та митного перевізника в Україні*: дис. канд. юрид. наук: 12.00.07 / Національна академія держ. податкової служби України. Ірпінь, 2006. С. 112.
5. Петруня В. Ю. *Економічна глобалізація: вплив на бізнес та суб'єктів надання митних послуг в контексті маркетингового управління*. *Вісник Академії митної служби України*. 2011. № 1. С. 71–78.

УДК 005:620.22(075.8)

Касич А.О., д.е.н., проф.,
Касич Р.В., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, Київ, Україна

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Цифрова ера відноситься до четвертої промислової революції, коли організації використовують нові технології загального призначення, включаючи цифрові технології.

Більшість досліджень розглядають цифрові технології, що складаються з широкого спектру інформаційних і комунікаційних технологій, включаючи штучний інтелект (AI), робототехніку, Інтернет речей, автономні транспортні засоби, тривимірний (3D) друк, технологію розподіленої книги та квантові обчислення [2].

Технологічні зміни радикально впливають на управління організаціями. Загальна структура технологій менеджменту стикається з деякими критичними проблемами в цифрову еру, які потребують уваги досліджень. Простіше кажучи, цифрові технології складаються з пристроїв (таких як смартфони та датчики), програм (таких як комп'ютерне програмне забезпечення та інформаційні системи) та інфраструктури (таких як мережі фіксованого зв'язку та бездротові мережі).

У літературі виділяють такі критичні характеристики цифрових технологій [1-4]:

- 1) можливість перепрограмування дозволяє багатьом продуктам і послугам мати гнучкі та редаговані характеристики;
- 2) гомогенізація даних за рахунок цифрових технологій дозволяє легко

створювати відкриті системи, які можна передавати;

3) повсюдне поширення та постійне збільшення використання цифрових технологій забезпечують безперервний потік даних важливих для менеджменту;

4) автоматизація процесів генерації та обробки даних з багатьох джерел, включаючи датчики та машинне навчання, підвищує доступність даних;

5) цифрові технології сприяють створенню нових бізнес-моделей і ціннісних пропозицій, які все більше покладаються на надання послуг;

6) швидкість розробки програмного забезпечення та пристроїв вимагає гнучких і гнучких методів управління.

Використання нових технологій створює проблеми для організацій, оскільки ефективне управління підприємством передбачає врахування особливостей широкого спектру бізнес-операцій. Організації трансформуються, постійно змінюючи свої цінності, структуру та бізнес-модель, щоб не відставати від змін, викликаних цифровими технологіями, що широко відомо як «цифрова трансформація».

Дослідження в галузі менеджменту [1-5] розглядає зміни щодо природи та призначення динамічних можливостей через повсюдне поширення нових цифрових технологій і пропонує «теорію цифрових динамічних можливостей».

Загальна версія структури технологій менеджменту описує шість основних груп дій/можливостей, а саме [1]:

1) Ідентифікація включає процеси пошуку, аудиту, збору даних і розвідки для технологій і ринків і необхідна для технологій на всіх стадіях розробки та життєвого циклу ринку. Ця область процесу включає ринкові зміни, а також технологічні розробки.

2) Відбір враховує стратегічні питання на рівні компанії, що вимагає чіткого розуміння стратегічних цілей і пріоритетів, розроблених на рівні бізнес-

стратегії. Потім процес відбору узгоджує технологічні рішення з бізнес-стратегією.

3) Придбання стосується того, як фірма отримує технології, які є цінними для її бізнесу. Придбання ґрунтується на рішенні «купити–співпрацювати–прийняти». Іншими словами, технології можуть бути розроблені всередині компанії, шляхом певної форми співпраці або отримані від зовнішніх розробників.

4) Експлуатація тягне за собою комерціалізацію, але спочатку очікувані вигоди повинні бути реалізовані шляхом ефективного впровадження, засвоєння та експлуатації технології в межах фірми. Технології засвоюються шляхом передачі технологій від науково-дослідних розробок до виробництва або від зовнішньої компанії/партнера до внутрішнього виробничого відділу. Процеси експлуатації включають поступовий розвиток, удосконалення процесів і маркетинг.

5) Захист включає дії, починаючи від патентування і закінчуючи утриманням персоналу, які повинні здійснюватися для захисту інтелектуальних активів у фірмі, включаючи знання та досвід, вбудовані в продукти та виробничі системи.

6) Навчання є критично важливою частиною технологічної компетентності, що включає роздуми менеджерів про технологічні проекти та процеси, що здійснюються всередині або за межами фірми, та їх удосконалення. Між цим процесом і більш широкою сферою управління знаннями існує міцний зв'язок.

Особливістю використання цифрових технологій в менеджменті є те, що вони мають потенціал використання незалежно від розміру фірми, обсягу, галузі та структури. Це неявно припускає, що менеджери застосовують і адаптують діяльність з управління відповідно до конкретного організаційного

контексту. Діяльність організації в ТМ намагається знайти відповідний баланс між ринковою «тягою» (вимогами) і технологічний «поштовх» (можливості), які діють поза організацією.

Таким чином, унікальні функції та можливості цифрових технологій надають багато переваг і викликів компаніям у використанні цих технологій в процесі управління. Ці переваги сприяють збільшенню трьох основних можливостей фірм: відкритості до інновацій, доступності інформації та генерації обґрунтованих управлінських рішень.

Література

1. Cetindamara D., Phaalb R. Technology management in the age of digital technologies. IEEE. Transactions on Engineering management, 2021. pp. 1-9.
2. Haleem A., Javaid M., Pratar Singh R., Suman R., Khan Sh. Management 4.0: Concept, applications and advancements. Sustainable Operations and Computers. 2023, Vol. 4, pp. 10-21.
3. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. *Quality Access to Success*, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9.
https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf
4. Patalas-Maliszewska J., Topczak M. A new management approach based on Additive Manufacturing technologies and Industry 4.0 requirements. *Advances in Production Engineering & Management*, 2021, Vol 16, Issue 1, p.125.
5. Касич А.О. Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 37. С.86-92.

УДК 331.101.3:005.95/.96

Варганова О. В., д.е.н., проф.
Малярєнко І. С., аспірантка
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

СТРУКТУРА СКЛАДОВИХ КОРПОРАТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ПЕРСОНАЛУ

Актуальність теми благополуччя та його місця і ролі в корпоративній стратегії управління персоналом має велике значення, тому що успіх компанії значною мірою залежить від благополуччя її працівників.

Концептуальний імператив розвитку благополуччя в глобальному контексті ґрунтується на усвідомленні того, що благополуччя людини взаємопов'язаний через кордони і що виклики та можливості, з якими ми стикаємося, стають дедалі більш глобальними за своєю природою. У цьому контексті благополуччя виходить за рамки індивідуального щастя і охоплює загальне здоров'я, процвітання і самореалізацію людей і громад у всьому світі.

Концепція «благополуччя» (well-being) є багатогранним феноменом, який у різних джерелах прирівнюється до стану щастя або комплексу позитивних психоемоційних станів людини.

На відміну від короточасних емоційних реакцій, благополуччя характеризується стійкістю та здатністю особистості до регуляції і розвитку відповідних психічних якостей. Експерти компанії Аон Х'юїт визначають благополуччя як «збалансований стан, сформований із необхідних ресурсів, можливостей і завдань, що забезпечують оптимальне функціонування особистості та організації».

Структура корпоративного благополуччя персоналу згідно з наявними науковими даними, благополуччя співробітника розглядається як комплекс

взаємопов'язаних аспектів, а саме: фізичне, емоційне, фінансове та соціальне. Фізичне благополуччя передбачає наявність енергетичних ресурсів для виконання повсякденних обов'язків, емоційне - здатність до зваженого самотавлення та переживання позитивних емоцій, фінансове - впевненість у своєму матеріальному становищі, а соціальне - розуміння значущості соціальної інтеграції та налагодження продуктивних міжособистісних стосунків.

Порівняння підходів щодо структури благополуччя теоретичний аналіз академічних та консалтингових досліджень дозволив виявити як спільні риси, так і розбіжності в розумінні структурних компонентів благополуччя. Так, класичні академічні моделі, як правило, включають лише зазначені вище чотири ключові аспекти. Натомість підхід консалтингових компаній, зокрема Вілліс Тауерс Вотсон, характеризується більшою деталізацією структури, з виокремленням таких додаткових компонентів, як вибір гідного способу життя та цільова спрямованість (purpose driven). Такий комплексний погляд на благополуччя відображає прагматичні потреби організацій у розбудові ефективної політики управління персоналом.

Роль роботодавця у забезпеченні благополуччя персоналу експерти наголошують на необхідності активної участі роботодавця у створенні умов для підтримання благополуччя співробітників, оскільки це розглядається як вигідна інвестиція в бізнес.

Зокрема, турбота про психофізіологічний стан, фінансову стабільність та соціальну інтеграцію персоналу корелює із зниженням абсентеїзму, підвищенням продуктивності праці, зменшенням плинності кадрів тощо. При цьому важливо відзначити, що відповідальність за підтримання благополуччя лежить як на самому індивіді, так і на роботодавцеві.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що благополуччя співробітника є

багатогранним конструктом, що включає фізичний, психологічний, фінансовий та соціальний аспекти.

Для забезпечення благополуччя персоналу компанії можуть упроваджувати спеціалізовані ініціативи та програми, а також імплементувати відповідні заходи в загальну систему управління людськими ресурсами. Такий комплексний підхід сприятиме підвищенню продуктивності, залученості та загальної ефективності організації.

Література

1. Пахоль Б.Є. Професійне благополуччя: огляд ключових концепцій і наукових досліджень феномену / Б. Є. Пахоль // Український психологічний журнал: збірник наукових праць / Warr, P. (1990). The measurement of well-being and other aspects of mental health. *Journal of occupational Psychology*, 63(3), 193–210.
2. Guest, D., Conway, N. (2004). *Employee well-being and the psychological contract: A report for the CIPD*. CIPD Publishing
3. OECD Guidelines for Measuring Subjective Wellbeing. Available at: <https://www.oecd.org/wise/oecdguidelines-on-measuring-subjective-Wellbeing-9789264191655-en.htm> (дата звернення: 15.04.2024).
4. 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> (дата звернення: 15.04.2024).

УДК 004:338

Гончаренко І.М., к.е.н., доц.,
Ахбаш А.С., здобувачка,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ «МЕНЕДЖМЕНТ 4.0» В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Швидкий розвиток цифрових технологій, динамічні зміни економічних процесів в умовах глобалізації спонукають установи та організації до застосування нових підходів до управління. «Менеджмент 4.0» - це концепція, яка поєднує застосування передових стратегій та сучасних ІТ в управлінні підприємством або організацією для підвищення продуктивності та загальної ефективності економічної та господарської діяльності. У контексті цифрової епохи «Менеджмент 4.0» зосереджується на інтеграції автоматизації, збору даних і протоколів обміну даними для оптимізації бізнес-процесів та використання ресурсів.

Впровадження технологій «Менеджмент 4.0» дозволяє компаніям поєднувати автоматизацію зі збором даних і протоколами обміну, тим самим спрощуючи процедури і розширюючи доступ до цінних даних. Це сприяє оптимальному використанню ресурсів та поліпшенню контролю якості, створюючи при цьому більш безпечне робоче середовище і підвищуючи продуктивність в цілому. Використання робототехніки в системі гнучкої автоматизації промислового виробництва стало важливим аспектом «Менеджменту 4.0» [4]. Роботизоване устаткування виконує безліч різноманітних завдань на виробництві, наприклад, таких як: зварювання, складання, плазмове різання, фінішна обробка. Правильна інтеграція роботів призводить до вивільнення персоналу, зменшення вузьких місць, підвищення

задоволеності працівників трудовим процесом та надає багато інших переваг.

Реалізація концепції «Менеджменту 4.0» значною мірою покладається на прогнозоване технічне обслуговування в режимі реального часу, яке допомагає виробничим організаціям запобігати перебоям у виробництві, спричиненим поломками обладнання на заводі. Це покращує використання активів, підвищує продуктивність виробничих процесів та енергоефективність. Поява цифрових двійників, віртуальних клонів бізнес-процесів, виробничих ліній, заводів і мереж постачання, дозволяє виробникам оптимізувати операції і створювати інноваційні продукти. Моделюючи різні сценарії, виробники можуть оцінити модифікації процесів, щоб зменшити час простою і збільшити потужність.

Щоб підвищити продуктивність і ефективність, «Менеджмент 4.0» робить сильний акцент на зборі та оцінці великих обсягів даних. Пошук закономірностей і тенденцій, які можуть допомогти у прийнятті рішень, спрощується завдяки використанню розширеної аналітики даних [5]. Така передова стратегія, заснована на даних, сприяє поліпшенню контролю якості, підвищенню ефективності виробництва та оптимізації роботи на виробництві.

Важливим аспектом концепції «Менеджменту 4.0» є інтеграція інноваційних віртуальних рішень і ресурсів, які автоматизують ручні процедури та оптимізують стратегічні обов'язки. Ці рішення включають використання алгоритмів машинного навчання для проведення превентивного технічного обслуговування, що забезпечує реагування в режимі реального часу на проблеми з безпекою або якістю обладнання.

Варто зазначити, що «Менеджмент 4.0» це якісний стрибок в організації та управлінні усім ланцюжком створення вартості, від виробництва до дистрибуції життєвого циклу продукту. Інтеграція цифрових технологій, таких як інтернет речей, хмарні технології, сучасні комп'ютери, робототехніка, сприяє

розширенню автоматизації і технологій обробки даних. Такий взаємопов'язаний підхід покращує швидкість, надійність і потік даних у багатьох системах.

Впровадження технологій «Менеджмент 4.0» призвело до значних перетворень у різних сферах. Наприклад, «розумні» заводи, які використовують сучасні датчики, пристрої і машини, генерують великі обсяги даних, які можуть бути використані для оптимізації виробничих операцій. Такі фабрики можуть виробляти економічно ефективні персоналізовані товари, які відповідають індивідуальним потребам клієнтів, що призводить до кращого обслуговування та задоволення їхніх потреб [1].

Завдяки впровадженню стратегій «Менеджмент 4.0» було досягнуто значних перетворень. Наприклад, хмарні обчислення дозволяють виробникам обробляти та зберігати величезні обсяги даних ефективно та економічно доцільно. Малі та середні підприємства можуть заощаджувати кошти за допомогою хмарних обчислень, прогножуючи свої потреби та масштабування в міру зростання бізнесу. Штучний інтелект і машинне навчання дозволяють виробникам повною мірою використовувати велику кількість даних, що генеруються на виробництві, допомагаючи їм приймати більш обґрунтовані рішення.

Також, «Менеджмент 4.0» трансформує виробничу логістику і змінює вимоги до логістичних провайдерів. Безпечний обмін даними стає можливим завдяки таким ініціативам, як «промисловий простір» даних, який дозволяє безпечно обмінюватися даними між учасниками, зберігаючи при цьому їх цілісність. Крім того, перспективи технології блокчейн в управлінні ланцюгами поставок пропонують потенціал для посилення зв'язку та автономії в логістиці.

Насамкінець, технології «Менеджмент 4.0» сприяють інтеграції машин, даних і знань, забезпечуючи високий рівень координації та контролю між різними видами діяльності та робочим персоналом в бізнес-організаціях.

Отже, такий цілісний підхід до управління оптимізує операції і створює цінність. Оскільки технології «Менеджмент 4.0» продовжують розвиватися, виробничий та промисловий сектори стануть свідками підвищення ефективності, продуктивності та адаптивності. Організації повинні впроваджувати ці технології, щоб залишатися конкурентоспроможними в цифрову епоху і забезпечувати стійке зростання та успіх.

Література:

1. Abid Haleem, Mohd Javaid, Ravi Pratap Singh, Rajiv Suman, Shahbaz Khan. Management 4.0: Concept, applications and advancements. Sustainable Operations and Computers Volume 4, 2023, Pages 10-21.

2. ERASMUS+ «Boosting the role of HEIs in the industrial transformation towards the Industry 4.0 paradigm in Georgia and Ukraine (HEIn4). <http://www.hein4.net>

3. Digital Business Model for Industry 4.0. https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Industry/digitalbusiness-models-industry-4-0.pdf?__blob=publicationFile&v=3

4. Вавдіюк Н. С., Мельничук М.Д. Менеджмент Індустрії 4.0: навчальний посібник для здобувачів закладів вищої освіти / уклад. Луцьк: ЛНТУ, 2023. 182 с.

5. Зварич Л.В. Актуальні питання менеджменту організації в умовах цифрової економіки. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2021. № 9-10 (286-287). С. 168-177.

УДК 004.8:340]:321.01-028.63

Петько С. М., к.е.н., доцент
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Технології ШІ, які можна використовувати у процесі навчання та для оцінювання результатів, привернули особливу увагу серед дослідників, розробників-інженерів, освітян та урядів країн. Програми, оснащені ШІ, здійснили революцію в сфері освіти, застосування яких покликане забезпечити високоякісну, диверсифіковану та неперервну освіту для людини. У штучному інтелекті криється потенціал, який може полегшити та розробити нові системні підходи в оцінюванні знань, до чого можна віднести адаптивне оцінювання за підтримки цифрових програм оснащених штучним інтелектом. Однак слід розуміти, що використання таких програм у навчанні та для оцінювання знань, створює відповідні ризики, які ще не врегульовані в освітньому законодавстві [1; 2; 3; 4]. Зрозуміло, що ризики використання технологій ШІ в освіті викликають занепокоєння серед наукової спільноти з поглядів сучасних підходів до організації освітнього процесу, через відсутність беззаперечних доказів їх ефективності, наявності низки етичних питань та майбутньої ролі викладачів в освітньому процесі.

До основних інструментів на основі ШІ, що використовуються в освітньому процесі та оцінюванні його результатів відносяться: *інтелектуальні системи навчання, системи діалогового навчання, дослідницькі освітні середовища, системи автоматизованого оцінювання письмового тексту, читання та вивчення мови за підтримки ШІ, розумні роботи, віртуальна та доповнена реальність* [6, с. 15].

Зауважимо, що з усіх існуючих ШІ-додатків саме *інтелектуальні*

системи навчання досліджуються науковцями понад 40 років та є найбільш поширеними ІІІ-програмами у сфері освіти, що використовувалися найбільшим відсотком студентів у процесі їхнього навчання. Більш того, технології *інтелектуальних систем навчання* за короткий період часу спромоглися залучити значний відсоток інвестицій та привернути увагу глобальних технологічних компаній. Вони були прийняті в освітні системи різних країн для використання мільйонами студентів в освітньому процесі. Алгоритм їх роботи полягає у покроковому наданні доступу до навчальних посібників та завдань за темами курсових дисциплін. Інтелектуальна система визначає оптимальний шлях проходження навчального курсу з кожної дисципліни, спираючись на експертні знання про конкретний предмет та когнітивні науки, реагуючи при цьому на індивідуальні помилки та успіхи студентів. Такий підхід часто використовується в системах управління навчанням як Moodle, Open edX та платформах як-от Khan Academy [6, с. 15].

Інтелектуальні системи працюють таким чином. Коли студент бере участь в освітньому процесі, система використовує машинне навчання для автоматичного регулювання рівня складності завдань, при цьому паралельно надаючи підказки або інструкції розпізнаючи слабкі та сильні сторони знань студента. Тобто, ІІІ-системи спрямовані на те, щоб студент був здатний ефективно та глибоко засвоїти навчальну тему. Найновітніші інтелектуальні системи навчання здатні проаналізувати афективний стан студента, фокусуючись на його сконцентрованості під час виконання завдання для визначення рівня його уваги. На комерційному рівні існує понад 60 інтелектуальних систем, найпоширеніші з них – Alef, ALEKS, Vujus, Mathia, Qubena, Riid, Squirrel AI.

Системи діалогового навчання використовують ІІІ-технологію обробки природньої мови (NLP) для імітації усної мови в діалозі між людиною-викладачем та студентами, поетапно виконуючи онлайн завдання, які

найчастіше використовується в навчанні у комп'ютерних науках. Зазвичай системи діалогового навчання оснащені ШІ, спираються на Сократівський діалоговий підхід для початку наукової дискусії, при якому вона (система) сама створює запитання та не надає запрограмовані інструкції в яких орієнтуються студенти, що можуть знайти правильні відповіді запитання. Основна мета систем діалогового навчання – заохочення студентів до колективної творчої дискусії для досягнення глибокого розуміння наукового предмету в діалоговому форматі. Зараз використовується не так багато систем діалогового навчання, більшість яких існує в межах дослідницьких проєктів. Найбільш відомими та визнаними комерційними системами діалогового навчання є AutoTutor та Watson Tutor (розроблена компанією IBM та Pearson Education) [6, с. 16].

На відміну від покрокових підходів інтелектуальних та діалогових систем навчання – *дослідницькі освітні середовища* – розглядаються їхньою альтернативою, які за основу беруть конструктивістську філософію: замість того, щоб слідувати покроковій послідовності у моделі «передачі – здобуття знань» (як у вищезгаданих двох системах), студенти заохочуються до активного створення власного уявлення та набування знань шляхом їх залучення до дослідницької діяльності. Роль ШІ у дослідницьких освітніх середовищах полягає в мінімізації когнітивного перевантаження студентів, яке доволі часто пов'язане з навчанням, шляхом надання системами автоматизованих інструкцій і зворотного зв'язку на основі машинного навчання та відстеження набутих знань. Зворотній зв'язок спрямований на усунення помилок та пропонує альтернативні підходи для того, щоб підтримати студента під час його досліджень. На сьогодні відомо лише декілька ШІ-інструментів, що формують дослідницькі освітні середовища: ECHOES, Fractions Lab та Betty's Brain

Системи автоматизованого оцінювання письмового тексту. В ході виконання завдань (написання ЕСЕ, рефератів та ін.) студентами на

комп'ютерах, до моменту отримання адаптивної підтримки, автоматичне оцінювання письмового тексту використовує технологію обробки природної мови для забезпечення автоматичного зворотного зв'язку під час написання тексту. Є два підходи автоматичного оцінювання письмового тексту: 1) формувальний: використовується для того щоб надати можливість студенту виправити помилки та покращити написаний текст перед його подачею на перевірку; 2) підсумковий: пришвидшення перевірки письмових робіт студентів викладачем, використовуючи автоматичне оцінювання. Додамо, що такі системи були розроблені для зниження витрат часу на перевірку студентських робіт, тому можуть розглядатися як потрібні системні ШІ-додатки. Формувальний та підсумковий підходи автоматизованого оцінювання письмового тексту використовується у багатьох освітніх контекстах за допомогою таких відомих ШІ-додатків: WriteToLearn, e-Rater, Turnitin [6, с. 16].

Читання та вивчення мови за підтримки ШІ. Мобільні додатки на основі ШІ все більше використовуються для вивчення іноземних мов, що своєю чергою створюють безпрецедентний вплив на освітній процес. Наприклад, розпізнавання мови за NLP-технологією використовується для оригінального порівняння мови, використовуючи записані системою аудіозаписи студентів, які вивчають іноземну мову зі зразками записів людей-носіїв мови, при якому автоматичний зворотній зв'язок програми допомагає студентам зрозуміти та покращити правильність вимови іноземних слів (фонетика). Автоматичний переклад передбачає допомогу студентам у читанні навчальних матеріалів іноземними мовами, розуміння його змісту та надання можливостей студентам із різних мовних середовищ легше взаємодіяти один з одним. Серед відомих ШІ-додатків, створених для вивчення іноземної мови, виокремимо такі: AI Teacher, Amazing English, Babbel, Duolingo та ін. [6, с. 16].

Smart-роботи, які оснащені ШІ широко використовуються в інклюзивній

освіті, зокрема в роботі з дітьми у яких присутні мовленнєві вади. Наразі створені гуманоїдні роботи з мовленнєвою підтримкою для учнів-аутистів, які на відміну від людини запрограмовані на передбачувану механічну взаємодію, яку з часом діти з відхиленнями у розвитку здатні повністю розуміти. Мета створення *Smart-роботів* – розвиток комунікативних та соціальних навичок серед учнів з мовленнєвими порушеннями. Серед автономно запрограмованих роботів, можна виділити такі роботи-гуманоїди, як Pepper та Nao.

Віртуальна та доповнена реальності у навчанні є взаємодоповнюючими інноваційними технологіями в освітньому процесі, що часто поєднуються з машинним навчанням та іншими ІІІ-технологіями, що використовуються для підвищення практичного досвіду користувача (студента або учня). Віртуальна реальність використовується в різних науках, але найбільш за все у природничих. Завдяки ІІІ-технології обробки природньої мови віртуальна реальність створює звуки для потрібного середовища та переносить людину у віртуальний світ (наприклад, в міській транспорт, атмосфера аеропорту, звуки лісу, тропічних джунглів, океану, води, дощу, навколишньої небезпеки, трафік у місті та ін. [5]). Причому студент (учень) у процесі такого «занурення» може керувати реалістичними віртуальними аватарами та переходити з одного середовища в інше. Використовуючи доповнену реальність, користувач може накладати цифрові зображення на реальний світ у форматі фотографій та відео. До відомих прикладів ІІІ-додатків віртуальної та доповненої реальності, які використовуються в освіті можна віднести *Blippar*, *EonReality*, *Google Education*, *NeoBear*, *VR Monkey* та мобільні додатки *Instagram* або *Snapchat* [6, с. 17].

Література

1. Петько С. М. Актуальність вивчення південнокорейського «економічного дива» в українських закладах освіти. *Українсько-корейська співпраця у сфері видання підручників* : зб. матеріалів круглого столу (м. Київ,

28 жовтня 2021 р.). Київ : Посольство Республіки Корея в Україні. – Київ, 2021. С. 25–30. URI: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/43346>

2. Петько С М. Правове регулювання використання технологій штучного інтелекту в країнах – цифрових лідерах. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету* : наук. журн. / М-во освіти і науки України, Одес. політех. ун-т ; [редкол.: Філіппова С. В. (голов. ред.) та ін.]. – Одеса, 2023. № 4 (26). С. 55–72. DOI: 10.15276/EJ.04.2023.7. DOI: 10.5281/zenodo.10456760.

URI: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/41946>

3. Петько С. М. Роль освіти, інновацій та ІКТ у побудові цифрової економіки Республіки Корея [Електронний ресурс]. *Цифрова економіка та економічна безпека* : електр. наук.-практ. журн. / Причорномор. наук.-дослід. ін-т економіки та інновацій, Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка ; [редкол.: Кудріна О. Ю. (голов. ред.) та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Одеса, 2022. № 2 (02). С. 161–167. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.2-27>

4. Петько С. М. Технології індустрії 4:0 у цифровій парадигмі розвитку глобальної економіки. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»* : зб. наук. пр. / Нац. техніч. ун-т України «КПІ ім. Ігоря Сікорського» ; [редкол.: Кравченко М. О. (голов. ред.) та ін.]. – Київ : Вид. дім «Гельветика», 2022. Вип. 24. С. 51–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2307-5651.24.2022.8>

5. Стокові звуки за запитом. Фоновий шум.
URL: <https://depositphotos.com/ua/sound-effects>
[all.html?sh=feba38cb6349b82a61b4e92a7114cdeed292391c](https://depositphotos.com/ua/sound-effects/all.html?sh=feba38cb6349b82a61b4e92a7114cdeed292391c)

6. AI and education Guidance for policy-makers. The Global Education 2030 Agenda. UNESCO, 2021. 50 p.

УДК 37.005

Проскурович О.В., к.е.н., доцент
Славгородська В.М., студентка
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Цифровізація в освіті стає невід’ємною частиною підготовки фахівців. Це проявляється у широкому впровадженні та активному використанні різноманітних розумних інновацій у навчальному процесі.

Зокрема, розумні інновації використовуються при розробці інноваційних навчальних планів і освітніх програм підготовки здобувачів у вищій школі. Вони відповідають вимогам сучасної цифрової епохи та забезпечують формування необхідних компетентностей. Важливою складовою є інтегрована освіта, яка поєднує різні освітні компоненти та передбачає міждисциплінарний підхід до оволодіння загальними та спеціальними компетентностями. Активно використовуються технології групової навчальної діяльності, спрямовані на розвиток співпраці, спілкування та критичного мислення здобувачів вищої освіти.

За сучасних умов впроваджується особистісно-орієнтоване навчання, в тому числі для забезпечення інклюзивного навчання. Проводиться прикладне профільне навчання, яке враховує індивідуальні особливості та інтереси здобувачів. Невід’ємною частиною навчального процесу у вищій школі є використання освітніх інформаційних технологій, зокрема спеціалізованого програмного забезпечення. Також активно використовуються хмарні технології, які забезпечують гнучкий доступ до освітніх ресурсів: Google з пакетом хмарних послуг G Suite for Education і Microsoft з пакетом Office 365 Education [1].

Відповідно до стратегічних документів щодо трансформаційного

розвитку освіти: Положення про Єдиний державний вебпортал цифрової освіти «Дія. Цифрова освіта», Положення про Національну освітню електронну платформу, Державної стратегії регіонального розвитку до 2027 року, Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки, Концепції розвитку цифрової компетентності до 2025 року в Україні система освіти є однією із ключових інституцій щодо оволодіння цифровою грамотністю та компетентностями. Це зумовлює значні зміни в освіті на всіх рівнях. На рівні дошкільної, шкільної, професійно-технічної, вищої та післядипломної освіти реалізуються заходи щодо формування цифрових компетентностей учнівської та студентської молоді.

Освітні стандарти, програми та методики оновлюються з урахуванням необхідності розвитку цифрових навичок. Педагогічні та науково-педагогічні працівники проходять перепідготовку та підвищення кваліфікації для оволодіння сучасними цифровими засобами та технологіями. Заклади освіти модернізують матеріально-технічну базу, запроваджують електронні освітні ресурси, хмарні сервіси тощо. Впроваджуються нові моделі та технології навчання на основі використання цифрових пристроїв, додатків, платформ. Такі комплексні зміни в системі освіти покликані забезпечити розвиток цифрової грамотності та компетентності здобувачів освіти відповідно до сучасних вимог цифрового суспільства [2].

Сучасні цифрові технології («передові», «розумні», «SMART») не лише формують цифрове освітнє середовище, але і розвивають у ньому телекомунікаційні технології, технології великих даних (big data), технології розподіленого реєстру (блокчейн), штучний інтелект, чат-боти, інтернет речей, технологія цифрового сліду та інші.

Застосування інформаційних технологій у навчальний процес дозволяє [3]:

- 1) здійснювати індивідуальну роботу на електронному навчальному курсі

під час заняття або у процесі самостійної роботи. Є можливість працювати зі створеним інтерактивним ресурсом окремим здобувачем у довільному режимі: здобувач сам задає темп оволодіння матеріалом, може багаторазово повертатися до нього за потреби, є можливість бачити результати виконання окремих робіт, вносити у них правки та коригування;

2) залучати зворотній зв'язок між ресурсом та студентом за допомогою використання інтерактивних завдань. При роботі з ресурсом у студента є можливість не лише виконати завдання на перевірку знань, а й побачити правильне рішення. Тому подібні ресурси виконують як контролюючу, так і навчальну функцію. При цьому навчання відбувається ненав'язливо;

3) міцне засвоювати знань за допомогою візуалізації даних. Самостійно читаючи текст на слайді та виконуючи різні інтерактивні завдання, студенти запам'ятають візуальні образи, схеми, діаграми, які бачили у презентації;

4) активізувати зацікавленість освітнім компонентом. Подача навчального матеріалу і контроль знань стають більш різноманітними за рахунок великого вибору інтерактивних завдань.

Отже, використання інформаційних технологій у навчальному процесі позитивно впливає на його ефективність через поєднання навчально-методичної і комунікаційної сфер життя його учасників.

Література

1. Спірін О. М. Модель процесу інформатизації вищої освіти України / О. М. Спірін, Ю. Г. Носенко, А. В. Яцишин // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2020. – Т.75. – №1. – С. 292-307. URL: <http://surl.li/srdhy>

2. Дем'яненко В. М. Цифрова трансформація освіти і науки в умовах глобального карантину / В. М. Дем'яненко, М. П. Лещенко, І. І. Капустян // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2020. – Т.77. – №3. – С. 1-16. URL: <http://surl.li/srkaa>

3. Романовський О. Г. Цифрові освітні технології у підготовці майбутніх викладачів вищої школи в умовах карантину / О. Г. Романовський, Л. Н. Кайдалова, О. О. Романовська, і Н. В. Науменко // Інформаційні технології та засоби навчання (ITLT). – 2022. – Т. 87, вип. 1, С. 255–277, doi: 10.33407/itlt.v87i1.4583.

УДК 338.1:005.336.4:658:004.383.3

Рябокін Т. В., аспірант
кафедри смарт-економіки
Лісняк С. І., аспірант
кафедри смарт-економіки
Хаустова Є.Б., д.е.н., професор,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В КЛАСИФІКАЦІЇ СКЛАДОВИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Наукові підходи до ідентифікації складових інтелектуального капіталу в економіці знань потребують врахування цифрових технологій та появи інструментів штучного інтелекту (ШІ) в інтелектуальній діяльності сучасних закладів вищої освіти. На підставі визначення інтелектуальних активів як нових, унікальних та ексклюзивних ресурсів, що контролюються за результатами їх використання під час інтелектуальної діяльності в минулому та будуть використані в майбутньому, до складу інтелектуального капіталу віднесені інтелектуальні людські активи та активи відносин, а також організаційні активи. За умов відсутності однієї з вищезазначених ознак ресурс не відповідає умовам визнання активом та формує інтелектуальний потенціал [1].

Визначення місця ШІ в структурі інтелектуального капіталу потребує відповідного дослідження. Як відомо, інтелект може бути людським, а може бути штучним. Зазначений аспект слід врахувати у формуванні структури інтелектуального капіталу, зокрема сучасного закладу вищої освіти. Штучний інтелект (artificial intelligence, AI) — це метод змусити комп'ютер чи програмне забезпечення «мислити» як людський мозок, що досягається шляхом вивчення закономірностей роботи людського мозку та аналізу когнітивних процесів. Результатом цих досліджень є розробка інтелектуального програмного забезпечення та систем [2]. Рада Європи визначила ШІ як «... набір наук, теорій і методів, метою яких є машинне відтворення когнітивних здібностей

людини. Сучасні розробки спрямовані на те, щоб мати можливість довірити машині виконання складних завдань, які раніше були делеговані людині» [3].

Розрізняють такі види ІІІ, що мають перспективи використання в інтелектуальній діяльності університету:

- Чисто реактивні. Найчастіше такі системи ІІІ використовуються для швидкої відповіді на набір стандартних вхідних даних. З іншого боку, ці системи не можуть «зберігати» свій досвід та використовувати результати для прогнозування майбутніх реакцій. Наприклад, в освітньому процесі такі системи можуть використовуватися у вигляді простих симуляційних навчальних інтерактивних програм.

- Обмежена пам'ять. Саме під цей тип підпадає більшість сучасних систем ІІІ, які можуть «навчатися» на попередньому досвіді і використовувати те, що вони дізналися, щоб робити вірні міркування у майбутньому.

У той час як перші два типи штучного інтелекту поширені, наступні два знаходяться на стадії розробки: теорія розуму та самосвідомі машини.

Наведені види штучного інтелекту формалізуються у вигляді програм та цифрових платформ, які можуть бути внесені до відповідних груп інтелектуальних активів, які в свою чергу формують належну складову інтелектуального капіталу. Виходячи з загальноприйнятої структури інтелектуального капіталу університету запропоновано такий його зв'язок із активами, що представлені штучного інтелекту (табл.1).

Виходячи з наявності контролю (прав власності) на інтелектуальні активи, вони поділяються на власні та залучені, що дає можливість говорити про власний та залучений інтелектуального капітал в частині активів штучного інтелекту. Саме власні організаційні активи - Чисто реактивні штучні інтелекти та Обмежена пам'ять, можуть виступати інтелектуальним продуктом та мати економічну цінність (ринкову вартість). На відміну від них залучені активи - Теорія розуму та Самосвідомі машини. не зможуть у майбутньому виступати

інтелектуальним продуктом, що дозволяє говорити про їх суспільну цінність та переважно природне право власності (користування).

Таблиця 1

Зв'язок видів штучного інтелекту із складовими інтелектуального капіталу університету

| Інтелектуальний капітал | | | |
|---|---|--|--|
| Людський капітал | Капітал відносин | Організаційний капітал | |
| | | Інноваційний капітал | Процесний + інформаційний капітал |
| Залучені інтелектуальні людські активи як предмет та засіб інтелектуальної діяльності | Власні та залучені активи відносин (ринкові) у вигляді оригінальних неявних колективних знань та інформаційних каналів (зв'язків), що формуються в процесі взаємовідносин із зовнішнім середовищем та можуть виступати предметом і засобом інтелектуальної діяльності | Власні організаційні активи у вигляді явних знань як засіб та результат інтелектуальної діяльності | Власні організаційні активи як засіб та результат інтелектуальної діяльності |
| Самосвідомі машини | Теорія розуму на рівні розуму зможе визначати потреби, емоції, переконання і когнітивні процеси істот з якими взаємодіє машина, що потребує досягнень і в інших дисциплінах штучного інтелекту | Права власності та права використання системами штучного інтелекту | Чисто реактивні штучні інтелекти Обмежена пам'ять |
| Види штучного інтелекту | | | |

Примітка. Розроблено автором.

Подальші дослідження потребують розроблення системи ознак класифікації інтелектуальних активів в частині штучного інтелекту для окремих суб'єктів господарювання з урахуванням відмінностей між активами та ресурсами, між індивідуальними та колективними знаннями, між раціональними та нераціональними (емоційними) знаннями.

Література

1. Хаустова Є. Б. Поняття інтелектуального капіталу вищого навчального закладу в рамках соціологічної концепції / Є. Б. Хаустова // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. — 2015. — № 11. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5100>
2. ЩО ТАКЕ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ІСТОРІЯ, ВИДИ ТА СКЛАДОВІ
Режим доступу : <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-shtuchnij-intelekt-istorija-vidi-ta-skladovi>
3. AI Glossary. Council of Europe portal. 2021. URL: <https://coe.int/en/web/artificial-intelligence/glossary>

УДК 334

Кузьменко О.В., к.е.н., доцент,
Зубов Є.Д., аспірант,
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Соціальне підприємництво набуває все більшого значення для розвитку світової економіки, спостерігається зростання його впливу на ефективність регіонального управління. Для економіки України соціальне підприємництво, схильне до впливу змінних факторів: політичних, фінансових, економічних, соціальних та екологічних умов, рівня розвитку технологій, внутрішньої політики держави, інвестиційної політики держави.

Актуальність соціального підприємництва в Україні для стабілізації соціально-економічних відносин підтверджується низкою досліджень, які в сучасний період сфокусовані на переході від обговорення терміну «соціальне підприємництво» до проблем цілей його діяльності, оцінювання впливу та пошуку ефективного функціонування. Розвиток соціального підприємництва пов'язується з перетворенням моделей діяльності традиційних волонтерських та благодійних організацій, які набули рис соціального бізнесу: виробляють та продають товари, укладають контракти та надають комерційні послуги, а прибуток використовують для вирішення суспільних проблем [1].

В Україні соціальне підприємництво є соціальною практикою, яка тільки починає розвиватися, кількість реально діючих у бізнесі соціальних підприємств невелика, більшість із них самі не сприймають себе як соціальні підприємці.

За кількісним показником громадських організацій Україна значно відстає від європейських країн. Соціальне підприємництво як бізнес-тренд щороку набирає обертів. За інформацією Європейської Комісії, у країнах-членах ЄС функціонує близько 2 млн соціальних підприємств, що стали

сферою прикладання праці для 11 млн людей, або 6% зайнятого там населення [2]. Так, в Італії зареєстровано 102 461 соціальне підприємство (частка зайнятого населення країни – 1,5%), у Франції – 96603, а в Бельгії – 18004 підприємства, де працевлаштовано відповідно 1,77% і 5,02% населення.

Не зважаючи на кризові процеси у соціально-економічній системі України та катастрофічної нестачі бюджетних ресурсів, які виникли в результаті пандемії, воєнного стану, соціальне підприємництво в країні розвивається. У бізнес-моделі «суспільство-бізнес-держава» від співпраці з соціальними підприємствами значної вигоди набувають місцеві громади [3].

Однак соціальне підприємництво в Україні зіштовхується з численними перепонами законодавчого податкового, адміністративного, просвітницького характеру, що становить для авторів інтерес та формує вектор подальших наукових досліджень. Також можна відзначити, що в практиці українського соціального підприємництва відбувається посилення державної підтримки, розвивається аутсорсинг соціальних послуг, розробляються моделі соціального інвестування. Однак для посилення ролі соціального підприємництва в Україні необхідне формування спеціалізованих інституційних структур, цілі діяльності яких мають бути спрямовані на його обслуговування: формування нормативно-правових умов діяльності, створення робочих місць, освіти та підготовку кадрів, які здійснюють дослідження закономірностей його розвитку та оцінювання ефективності соціальних технологій.

Література

1. Банк проблем та моделей соціальних підприємств їх вирішення. Аналітичний звіт. Social business in UA: Civitta, 2018. 58 с. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base.
2. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/info/index_en
3. Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості / ПАКТ. Київ (Україна), Вашингтон (США), 2018. 38 с. URL: https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA_REPORT_ukr.pdf.

УДК 331.53

Невмержицька С.М., к.т.н., доцент,
Цалко Т.Р., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОШУКУ РОБОТИ

У сучасному цифровому світі, що швидко змінюється, технології відіграють ключову роль практично в усіх аспектах нашого життя, включно з процесом пошуку роботи. Минули часи, коли в пошуках роботи треба було переглядати газети або покладатися на «сарафанне радіо». Сьогодні претенденти мають під рукою величезний набір технологічних інструментів та онлайн-ресурсів, які дають можливість використовувати технології в процесі пошуку роботи у своїх інтересах [1, 4].

Використання віртуальних технологій має низку переваг, які значно збільшують шанси на отримання бажаної роботи, зокрема: - цілодобовий, своєчасний доступ до повідомлень про нові вакансії; - віртуальний пошук в інтернеті та віртуальні співбесіди розширюють фізичне охоплення оголошень про наявні вакансії; - використання соціальних мереж / мережевих платформ, спеціалізованих сайтів вакансій тощо, збільшує можливість знайти незвичайну або важкодоступну інформацію про роботу та вакансії; - претендент має змогу показати свої навички роботи з технологіями; - спрощується спілкування між кандидатами на вакантну посаду та потенційними роботодавцями; - можливість спілкування у процесі пошуку роботи з професіоналами або перспективними групами за профільними напрямками; - можливість розмістити своє резюме / подати онлайн заявку на вакансії, які зацікавили тощо [4, 5].

Для того, щоб максимізувати свої можливості в процесі пошуку роботи, доцільно використовувати такі технології:

- Інтернет-портали та платформи вакансій

В Україні чимало сайтів, які надають потрібну інформацію щодо вакансій, вимог та можливостей. Серед найкращих українських сайтів: Rabota.ua, Work.ua, Layboard.com, Djinni.co, Dou.ua, OLX.ua [2]. Усі вони доступні, безоплатні та мають постійне оновлення пропозицій. Наприклад, на рис.1 наведено статистику щодо кількості нових вакансій та резюме в Україні за три місяці 2024 року в базі Work.ua [3].

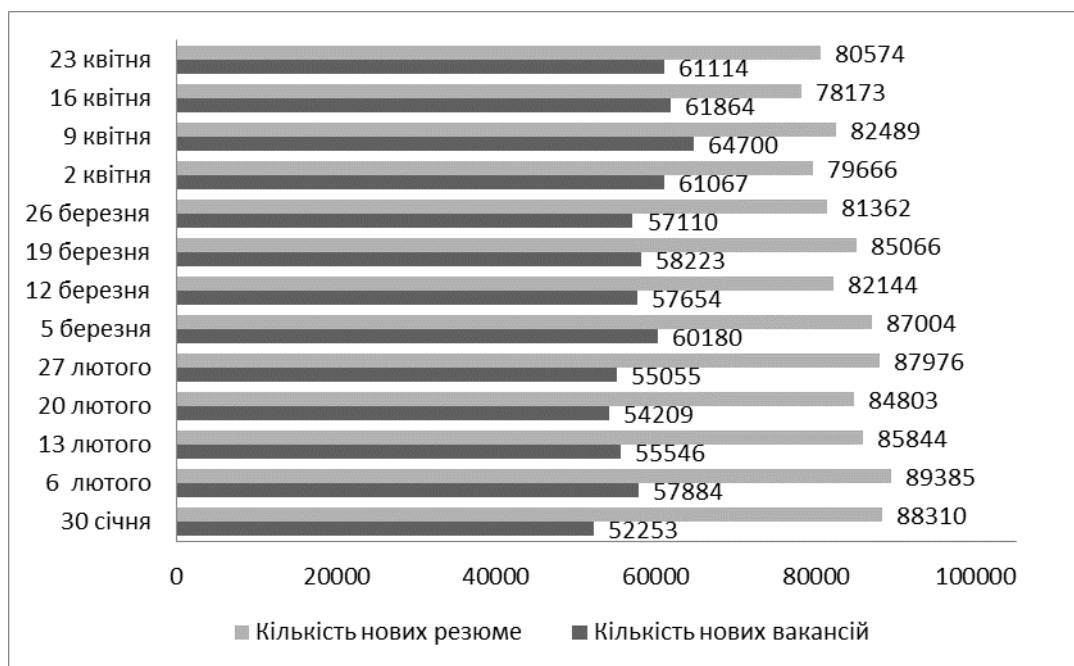


Рис. 1. Кількість нових вакансій та резюме в Україні за три місяці 2024 року в базі Work.ua [3].

Крім українських, є чимало таких корисних міжнародних ресурсів, як LinkedIn, Indeed, ZipRecruiter, Monster Studios тощо.

- Професійне спілкування в соціальних мережах

Сьогодні платформи соціальних мереж призначені не лише для спілкування з друзями та обміну особистими оновленнями, вони стали потужними інструментами для професійних мереж. Такі платформи, як LinkedIn, Twitter, Facebook і навіть Instagram перетворилися на віртуальні простори, де професіонали спілкуються, діляться галузевими знаннями та публікують вакансії. Претенденти можуть брати участь в обговореннях і стежити за компаніями, які їх цікавлять, щоби бути в курсі останніх тенденцій і

вакансій тощо. Сильна присутність в інтернеті на цих платформах також може привернути увагу рекрутерів та менеджерів з найму [5].

- Професійний розвиток через онлайн-курси

Платформи онлайн-навчання, такі як Prometheus, Coursera, Google Digital Workshop, LinkedIn Learning тощо, пропонують безліч курсів та сертифікатів у різних напрямках. Претенденти можуть використовувати ці платформи для придбання нових навичок або оновлення наявних, що робить їх більш конкурентоспроможними на ринку праці. Додавання відповідних сертифікатів до резюме не лише демонструє прагнення до професійного розвитку, а й демонструє адаптивність та активний підхід до навчання [5].

- Віртуальні інтерв'ю та відеорезюме

Віртуальні співбесіди стали звичайним явищем, яке дає можливість кандидатам та роботодавцям спілкуватися незалежно від географічних відстаней. Претендентам на вакантну посаду слід ознайомитися з такими платформами, як Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Skype, та переконатися, що вони знайомі із цією технологією. Претенденти мусять знати формальний дрес-код на співбесіді, а також способи, як швидко справити враження на інтерв'юера. Крім того, створення відеорезюме може виділити кандидатів серед конкурентів. Добре продумане відеознайомство дає змогу людям продемонструвати свою індивідуальність, комунікативні навички та інтерес до посади тощо, що неможливо зробити за допомогою традиційного резюме.

- Системи відстеження кандидатів (ATS – Applicant tracking system)

Системи відстеження кандидатів широко використовуються компаніями для ефективного управління та фільтрації заявок на роботу. Ці системи сканують резюме щодо ключових слів та відповідної інформації ще до того, як вони потрапляють до рекрутерів. Претенденти можуть оптимізувати свої резюме, адаптуючи їх відповідно до конкретних вимог вакансії, на яку вони претендують.

- Телефон як невід'ємна частина процесу пошуку роботи

Сьогоднішні претенденти добре знаються на мобільних пристроях і опановують технології. Ми завжди користуємося мобільними пристроями, і згідно з останніми дослідженнями, 50 % людей перевіряють свої смартфони не менше 25 разів на день. Саме тому рекрутери, хедхантери та роботодавці теж онлайн. Від пошуку можливостей для свого життя в інтернеті та вивчення дошки вакансій до швидкого подання заявок на пропозиції щодо роботи. Наприклад, ви можете надіслати пряме повідомлення компанії через Instagram, якщо у вас є якісь сумніви щодо вашої заяви про прийом на роботу.

У сучасному світі використання технологій має дуже важливе значення для успішного пошуку роботи. Включивши ці технології до свого арсеналу дій під час пошуку роботи, люди можуть підвищити свою помітність серед роботодавців, і, зрештою, обійняти бажані посади на сучасному конкурентному ринку праці. Однак важливо пам'ятати, що інтернет має доповнювати, а не замінювати інші джерела інформації та методи пошуку роботи.

Література

1. Бардадим С. А., Невмержицька С.М., Цалко Т.Р. Діджиталізація HR-процесів в організації. *Збірник статей II Всеукраїнської конференції «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості»* (18 листопада 2021 року, м. Київ). – Київ: КНУТД, 2021. – URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19577/1/Innovatyka2021_V2_P054-059.pdf
2. Бойко І. Рейтинг сайтів з роботою в Україні. – URL: <https://www.unian.ua/economics/other/rejting-saytiv-z-robotoyu-v-ukrajini-12253731.html>
3. Кількість вакансій і резюме в Україні. За 3 місяці. Нових за тиждень. *Work.ua. Сайт пошуку роботи №1 в Україні*. URL: <https://www.work.ua/stat/count/>
4. Невмержицька С. М. Роль кадрових агентств у доборі персоналу. *Proceedings of the 14th International scientific and practical conference “Modern stages of scientific research development”* (December 27-30, 2022) Prague, Czech Republic. International Science Group. 2022. P. 234-238. – URL: https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=ZrykEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA234&dq=info:r65wMY0mJKYJ:scholar.google.com&ots=yXWVzyq3kJ&sig=yrWNT242H5oEGBxSOuFQSMtfyrg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
5. The Future of Job Search: Harnessing Technology for Success. – URL: <https://www.derventiouk.com/blog/job-search-employment-future-technology-success/>

УДК 330.675

Вартанова О.В., д.е.н., професор,
Кузнєцов Д.О., здобувач
ОНП «Доктор філософії»
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДАННЯ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ПРОТЯГОМ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ МІСІЄЮ МІЖНАРОДНОГО КОМІТЕТУ ЧЕРВОНОГО ХРЕСТА В УКРАЇНІ

Проблеми логістичної діяльності в Міжнародному Комітеті Червоного Хреста (МКЧХ) залишаються вкрай гострими, оскільки в умовах військової агресії успішне функціонування міжнародної гуманітарної організації безпосередньо залежать від ефективної взаємодії усіх підсистем організації, в першу чергу логістичної.

Місія МКЧХ працює в Україні з 2014 року, надаючи допомогу постраждалим від військових дій. Але останні 2 роки є особливими в історії діяльності МКЧХ в Україні.

Вперше після Другої Світової війни людство, і, зокрема Міжнародний Комітет Червоного Хреста зіткнулося зі збройним конфліктом такої інтенсивності. Руйнування цілих міст, мільйони біженців, потреба у гуманітарній допомозі, підвищена небезпека діяльності, у тому числі і логістичної – все це є факторами, з якими МКЧХ не стикався в Україні в такому обсязі, що і визначає актуальність теми дослідження.

Логістика Місії Міжнародного Комітета Червоного Хреста об'єднує постачання та закупівлю, зберігання, транспортування в один процес. Функції логістики в Червоному Хресті включають в себе аналіз потреб населення територій, постраждалих від бойових дій в Україні, та прогнозування потреби в матеріальних ресурсах для надання допомоги цьому населенню. Логістика в Червоному Хресті також має розглядати питання оперативного планування, що має на увазі скорочення запасів при належному рівні надання допомоги.

Аналізуючи статистичні дані за 2 роки повномасштабних бойових дій, та порівнюючи їх за даними за попередні роки, можна виявити найбільш «вузькі місця» логістичного ланцюга, та подивитися у динаміці, як МКЧХ вирішував ці проблеми.

Основними видами логістичної діяльності в Міжнародному Комітеті Червоного Хреста в Україні є: постачання та закупівлі, зовнішнє і внутрішнє транспортування, складування, управління запасами, комплектування замовлень, вантажопереробка, управління фізичним розподілом. Присутнє у цьому списку внутрішнє транспортування є ключовою ланкою логістичного ланцюга, і тому статистичні дані з внутрішнього транспортування є предметом нашого аналізу.

Дані щодо внутрішнього транспортування МКЧХ в Україні (I півріччя 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2022 р., та 2022-2023 рр.), які подано у табл. 1, свідчать про суттєве змінення розподілу вантажів, яке відображає реальну ситуацію, в якій опинилася Україна (а разом з нею і Місія МКЧХ).

У більш «спокійні» часи (2020 р.), коли МКЧХ працював через свої представництва, міжскладські перевезення домінували над прямою дистрибуцією.

На початку повномасштабної агресії (перша половина 2022 р.), коли деякі представництва МКЧХ було евакуйовано (зокрема, з Маріуполя, Северодонецька та Слов'янська) – відносна кількість прямої дистрибуції, тобто надання допомоги безпосередньо бенефіціарам, без зберігання на регіональних складах, зросла, що відображає, по-перше, відсутність налагодженої системи регіональних представництв, і, по-друге – велику потребу в допомозі по всій країні.

Дані за 2022 – 2023 роки свідчать, що, не дивлячись на відбудову регіональних представництв, пряма дистрибуція наразі є основною формою надання допомоги. Тобто, аналіз динаміки внутрішніх транспортних потоків МКЧХ в Україні за I півріччя 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2022 р., та за 2022 – 2023 в цілому, свідчить, з одного боку, про наявність проблем з налагодженням каналів «поставки останньої милі», особливо в період, коли

відбулася руйнація налагодженої системи розподілу гуманітарної допомоги кінцевим бенефіціарам, а з іншого боку – про «вивчені уроки», перебудову системи логістики МКЧХ відповідно до існуючих потреб з надання цієї допомоги постраждалим внаслідок бойових дій.

Таблиця 1

Внутрішні транспортні потоки МКЧХ в Україні (I півріччя 2020 р.
порівняно з аналогічним періодом 2022 р., та з 2022 – 2023 рр.)

| Період | Кількість регіональних представництв | Міжскладські перевезення (МП) | Пряма дистрибуція (ПД) | Зміни, ПД/МП, % |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------|-----------------|
| I півріччя 2020р. | 5 | 163 | 41 | 25.15 |
| I півріччя 2022р. | 2 | 42 | 24 | 57.17 |
| 2022 р. | 5 | 156 | 171 | 109.62 |
| 2023 р. | 5 | 190 | 253 | 133.16 |

Таким чином, можна зробити висновок, що кінцева дистрибуція більше не є найбільш «вузьким місцем» логістичного ланцюга МКЧХ в Україні. МКЧХ зміг, по-перше, відбудувати систему дистрибуції у регіонах, які потерпають від бойових дій, а по-друге, не дивлячись на те, що бойові дії не припиняються – зміг організувати процес доставки гуманітарної допомоги до кінцевих бенефіціарів, хоча це лишається вкрай небезпечною та складною задачею.

Література

1. Амітан В. Н., Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2013. 73 с.
2. Васелевський М., Білик І., Дейнега О., Крикавський Є., Якимишин Л. Економіка логістичних систем: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2018. С.534–549.
3. П'ять основних технологій для цифрової трансформації в логістиці. URL: <https://www.everest.ua/ai-platform/ai-business/p-yat-kljuhovih-tehnologij-dlya-cifrovoi-transformacii-v-logistici/> (дата звернення 30.03.2020).
4. Клімова І. Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні. Держава та регіони. 2016. № 3. С. 143—147
5. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. Економіка промисловості. 2005. № 1 (27). С. 114—124.
6. [Електронний ресурс] URL: <https://www.icrc.org/ru/where-we-work/europe-central-asia/switzerland>
7. [Електронний ресурс] URL: <https://redcross.org.ua/about-urcs/movement/>

УДК 338.1

Кузьменко О.В., к.е.н., доцент,
Черпаков Д.О., аспірант,
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Зміни середовища функціонування підприємства та активний розвиток інформаційних технологій вимагають постійного розвитку та вдосконалення системи управління підприємством, розробки нових прогресивних методів і механізмів, які будуть здатні зменшити вплив негативних факторів на загальні показники діяльності підприємства. В сучасних умовах виставляються нові вимоги до механізму управління підприємством, ефективність якого повинна забезпечуватися як під впливом удосконалення організації виробництва, праці та управління, так і спроможністю його пристосування до сучасних умов господарювання. В умовах трансформації економіки діяльність окремих підприємств безпосередньо залежить від ступеня їх інформованості і здатності ефективно використовувати наявну інформацію.

Різке ускладнення системи виробництва і збуту, впровадження інформаційних технологій та підвищення рівня використання сучасних комунікаційних систем вимагають вирішення проблеми переходу до нових технологій управління, без яких неможливо забезпечити реалізацію інноваційних процесів, підвищення конкурентоспроможності [1]. Здатність мобілізувати і максимально використати досягнення інформаційних технологій набула вирішального значення. Для досягнення успіху в новому інформаційному середовищі підприємству потрібні нові можливості, які будуть використовуватися для більш ефективної роботи на ринку. Інформаційні технології дають можливість підприємствам: значно збільшити швидкість обробки інформації; створювати різні види та форми баз даних; оперативно

приймати управлінські рішення; застосовувати сучасні методи управління; поліпшити організацію управління персоналом підприємства; підвищити продуктивність праці співробітників, ефективність роботи керівництва [2].

Провідні міжнародні компанії вважають впровадження цифрових технологій одним з основних факторів для інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Україна відстає у розвитку та якості цифрових технологій у підприємстві. На сьогодні такі цифрові технології перетворилися у потужну рушійну силу в торгівлі, виробництві, сфері послуг, охороні здоров'я, освіті та ін. В Україні є великий потенціал для впровадження та розвитку цифрових технологій, проте вона лише розробляє стратегії запровадження власного цифрового ринку. Вагомою складовою трансформації підприємства в Україні є використання можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для створення та виробництва товарів, надання послуг для сталого розвитку країни

Зміни у світовій цифровій економіці є серйозними викликами, а з іншого боку – це також нові можливості для розробки нових стратегій удосконалення традиційної економіки та входження країни у глобальний цифровий простір. Згідно даних підприємства найбільше використовують Інтернет для надсилання або отримання повідомлень електронною поштою та проведення банківських операцій. Підприємства недостатньо використовують Інтернет для телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференцій та доступу до ін. фінансових послуг (менше ніж 50%). Тому вивчення різних сторін цифровізації підприємства та його становлення в Україні є нагальними науково-практичними завданнями [2].

На підприємствах існують різні системи прийняття та полегшення управлінських рішень, які активно сприяють комунікативному процесу, а саме :
Управлінська інформаційна система – це комп'ютерна інформаційна система, що постачає повсякденну інформацію менеджерам середнього і нижчого рівнів.

Система орієнтована на поточні, операційні напрямки діяльності і особливо важлива в плануванні, прийнятті рішень, контролюванні; Система підтримки рішень (СПР) – комп’ютерна інформаційна система, яка підтримує процес прийняття управлінських рішень в ситуаціях, які не досить добре структуровані.

В теперішніх умовах існує багато програмних продуктів для отримання прогнозних даних, які спрощують роботу, значно скорочують час розроблення та точність підрахунків у плануванні. Найбільш широко застосовують програми COMFAR III (UNIDO), NetSuite, Odoo, Project Expert (розробка компанії «ПроІнвест Консалтинг») та інші.

Такі системи загалом не вказують, які рішення є оптимальними спрямую процес прийняття рішень в правильний напрямок з допомогою спеціальних прийомів, які допомагають менеджерам більш детально аналізувати ситуацію.

Таким чином, використання інформаційних технологій на підприємстві при впровадженні організаційно-економічного механізму управління підприємством є дуже актуальним питанням, котре може допомогти підприємству не тільки в повної мірі використовувати організаційні складові підприємства, а й збільшити економічний ефект від його діяльності.

Література

1. Доронін І. М. Цифровий розвиток та національна безпека у контексті правових проблем. *Інформація і право*. 2019. № 1(28). С. 29-36.
2. Фролова Л.В., Бойко І.М. Трансформація підприємництва в умовах цифрової економіки. *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2021. № 2(54). С. 47–56. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No2/47.pdf>.

УДК 331.101.3:[658.1:004](06)

Chernov A.O., graduate student
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical
University, Uman, Ukraine

MOTIVATION OF STAFF IN IT COMPANIES

The evolution of development is characterized by management activities that lead to the transformation of an economic person into a social person, and the systemic changes occurring in society and the economy force the introduction of new conceptual approaches to the policy of stimulation. Changes in the nature and content of work, caused by the full automation of production, the spread of humanistic trends in all spheres of social life, are reflected in the emergence and formation of new incentives. The modern policy of personnel stimulation, taking into account the special role of enterprise personnel in the field of information technologies, as the main intellectual resource in corporate activity, must meet the modern requirements.

The IT sphere of Ukraine is developing rapidly, and the issue of talent motivation is becoming more and more relevant. Currently, the demand for IT specialists exceeds the supply, which makes it difficult for companies to find and retain qualified specialists. The motivational policy of personnel of IT enterprises affects the labor, social and creative activities of each employee, as well as affects the final results of the entire enterprise. Under the condition of an effective motivational policy, employees of IT companies can increase the economic potential of the enterprise and increase the attractiveness of the profession [1].

In conditions of competition, human potential is a determining factor in the development of the organization. Motivation becomes an important element in the system of work with the labor potential and effective activity of the organization [2]. The task of management is to motivate employees to perform their work effectively, and the responsibility of employees is to perform the tasks assigned by management in a high-quality manner.

According to a study conducted in October-November 2022 by the IT Ukraine Association, it was established that in nine months of 2022, the IT industry brought in \$6 billion. US export revenue to the economy of Ukraine and reached 10% growth compared to 2021. IT is one of the leading industries of the Ukrainian economy and is growing rapidly every year. Thus, over the past 6 years, the share of computer services exports in GDP has increased from 1.8% to 3.5%, and in general, services exports have increased from 13.4% to 37.8%. The IT industry is mostly export-oriented. Over the past 6 years, the export volume of computer services has grown by an average of 26.8% every year and will reach \$6.9 billion in 2021 USA [3].

K. Vasyuk, executive director of the IT Ukraine Association, noted that almost 40% of all services that Ukraine exports to the foreign market are IT services. The following figure is also interesting: 2% of all employed persons involved in the country's economy work in IT. This is 3.5% of GDP [3]. The work of IT company specialists is related to the creation of new products, therefore it is necessary to make maximum use of the intellectual resources of employees and internal motivation, which can be influenced by the correct selection of motivation factors.

The motivation of personnel at domestic enterprises should change with the process of globalization, economic transformation, the spread of cultural trends, labor intelligence and socialization [4]. These are objective modern processes that determine the degree of development of the enterprise and put forward new requirements for personnel motivation. HR managers evaluate the extrinsic motivations of developers without touching on their intrinsic motivations. That is why it is necessary to increase the productivity of IT employees, taking into account both internal and external motivation policies.

The management of IT enterprises, having determined the main values of employees, can develop an effective plan of personnel motivation policy. It is worth noting that as the experience of employees in IT companies increases, such values as interesting work, active life, knowledge and business efficiency gradually recede into

the background. Experienced employees prefer to work alone, while newcomers prefer to work in teams because they can learn from senior colleagues. Flexible working hours, office meals, rest areas, gyms, the opportunity to take advanced training courses, social packages, insurance and the opportunity to learn foreign languages are important for all employees of an IT company.

The peculiarity of the motivation of the personnel of IT enterprises is correctly selected motivational factors for the maximum activation of the intellectual resources of employees. The internal motivation of employees of IT enterprises is a decent salary, social benefits, a good psychological atmosphere in the team, comfortable working conditions, the possibility of professional development and training, flexible work schedule, additional vacations and career development.

Literature

1. Чернов А.О. Формування мотиваційної політики персоналу підприємств ІТ-сфери в сучасних умовах. *Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 07–08 грудня 2023 р., Кропивницький : ЦНТУ, 2023. С. 367–369. URL : <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/3f8f773f-b7d6-499a-bb63-b73acb4cc77b/content>

2. Пачева Н. О., Подзігун С. М. Вплив мотиваційного менеджменту на ефективність діяльності організації. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки.* 2021. Т. 3, № 11 (55). С. 42–46. DOI : <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-11-7671>

3. Як ІТ-індустрія розвиває інші галузі економіки у 2022 році. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/jak-it-industrija-rozvyvayae-inshi-galuzi-ekonomiky>

4. Пачева Н.О. Місце мотиваційного менеджменту в діяльності організації. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів (м. Умань, 19-20 листоп. 2020 р.) : [зб. наук. тез] / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти ; [голов. ред. Н. О. Пачева ; редкол.: О. П. Кірдан, А. Л. Бержанір, В. О. Стойка]. Умань, 2020. С. 254-257. URL : <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13302>

УДК 378.046.4

Девтеров І.В., д.філос.наук,
доцент кафедри цивільної інженерії,
Зінич П.Л., к.т.н, доцент,
завідувач кафедри цивільної інженерії,
Відокремленого структурного підрозділу
«Інститут інноваційної освіти»
Київського національного університету
будівництва і архітектури, м. Київ, Україна
Кукуєва К.І., магістрант
Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ У ВНЗ УКРАЇНИ

Освітні технології та Менеджмент 4.0 тісно пов'язані у контексті сучасної освіти та управління освітніми організаціями. Ось кілька способів, як вони взаємодіють:

1. Цифрові платформи навчання - менеджмент 4.0 має на увазі використання сучасних технологій, таких як онлайн-платформи, мобільні програми, віртуальна реальність та ін., для навчання та розвитку персоналу. Освітні організації можуть впроваджувати такі технології, щоб забезпечити доступ до якісного навчання у будь-якому місці та у будь-який час.

2. Адаптивне навчання – технології Менеджменту 4.0 дозволяють створювати адаптивні освітні програми, які можуть реагувати на потреби та здібності кожного студента. Це допомагає індивідуалізувати навчання та підвищує ефективність навчального процесу.

3. Аналітика даних в освіті – Менеджмент 4.0 акцентує увагу на аналізі великих даних для ухвалення обґрунтованих рішень. В освіті аналітика даних може використовуватись для оцінки ефективності освітніх програм, виявлення

тенденцій у навчальному процесі та надання персоналізованого зворотного зв'язку студентам та викладачам.

4. Розвиток цифрових навичок – Менеджмент 4.0 вимагає від менеджерів та співробітників організацій впевненого володіння цифровими технологіями. Освітні організації можуть відігравати важливу роль у розвитку цих навичок у своїх студентів, навчаючи їх використовувати сучасні інструменти та технології у рамках навчального процесу.

5. Гнучкість та інновації в управлінні освітніми організаціями - Менеджмент 4.0 має на увазі гнучкість та готовність до постійних змін. Освітні установи повинні бути готові до інновацій та швидкого впровадження нових технологій, щоб успішно адаптуватися до мінливих вимог студентів та ринку праці.

В Україні освітні технології та концепція Менеджменту 4.0 також мають велике значення, особливо у контексті прагнення до сучасної цифровізації та розвитку освітньої системи. Ось кілька аспектів:

1. Цифровізація освіти – останніми роками в Україні активно впроваджуються цифрові технології в освітній процес. Це включає створення електронних навчальних матеріалів, використання онлайн-платформ для навчання і проведення дистанційних занять, а також впровадження освітніх програм, заснованих на інтерактивних технологіях.

2. Розвиток навичок STEM – у рамках концепції Менеджменту 4.0 особлива увага приділяється розвитку навичок STEM (наука, технології, інженерія та математика). Україна активно розвиває освітні програми, спрямовані на підготовку спеціалістів у галузі інформаційних технологій, інженерії, програмування та інших суміжних галузей.

3. Освіта для цифрової економіки – Україна прагне адаптувати свою освітню систему до вимог цифрової економіки. Це включає впровадження освітніх програм, які враховують потреби ринку праці у висококваліфікованих

фахівцях у сфері ІТ, цифрового маркетингу, аналітики даних і т.д.

4. Підтримка стартап-спільноти – в рамках Менеджменту 4.0 важливим аспектом є підтримка інновацій та стартап-проектів. В Україні існують різноманітні програми та інкубатори, які допомагають молодим підприємцям розвивати свої проекти у сфері освітніх технологій та інших суміжних галузях.

В Україні підтримка стартап-спільноти набуває все більшої важливості в контексті розвитку інноваційного сектору, економіки в цілому. Урядові дії, приватні інкубатори, акселератори та громадські організації виконують ключову роль у створенні сприятливого середовища для розвитку стартапів.

Одні з найважливіших напрямків підтримки стартапів в Україні є доступ до фінансування через грантові програми, венчурні інвестиції та кредитні лінії для малих підприємств. Крім того, надається допомога у забезпеченні правової підтримки, доступу до ринків, маркетингу та бізнес-освіти.

Важливими компонентами екосистеми стартапів в Україні є інкубатори та акселератори, які надають стартапам не лише фінансову підтримку, а й доступ до менторства, освітніх програм та мережі контактів. Вони допомагають стартапам прискорити їхній розвиток та збільшити їхній успіх на ринку.

Крім того, урядові програми, такі як «Дія» та «Велике будівництво», спрямовані на створення сприятливого клімату для бізнесу та розвитку інфраструктури, сприяють розвитку стартап-екосистеми в Україні.

Загалом Україна активно розвиває освітні технології та впроваджує концепцію Менеджменту 4.0 в освітню систему, щоб підготувати студентів та спеціалістів до викликів сучасного цифрового світу та забезпечити конкурентоспроможність країни на світовій арені.

Література

1. Інтеграція цифрових технологій в освітній процес: виклики та перспективи: монографія/Саєнко, Н.С., Голуб, Т.П., Лавриш, Ю.Е., Лук'яненко, В.В., Литовченко, І.М.- Київ: Вид-во «Центр учбової літератури»б 2022.-220с.

2. Модернізація освіти в цифровому вимірі: монографія / за наук. ред. Н. Морзе, О. Буйницької. — К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. — 300 с.

UDC 336.3

Bondarenko S.M.,
Doctor of Economics, Associate Professor
Kyiv National University
Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

MANAGEMENT OF QUALITY AT ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

Sustainable development and winning the competition in the context of globalisation and the international division of labour can only be ensured by enterprises that systematically manage the quality of business processes and products, which allows them to produce high-quality, environmentally friendly products in an ethical manner. The transition of enterprises and organisations to sustainable development is a requirement of the times. The processes of ensuring the high quality of the company's products and greening production play a crucial role in the sustainable development of enterprises, which should be considered in the context of Industry 4.0 technologies, which are increasingly becoming part of modern business.

Many scholars, including O. Livinsky, V. Savenkov, S. Palchyk, O. Chertkov [2], M. Hammar [4], R. Tricker [5], and others, have devoted their works to the development methodological foundations for quality management at enterprises.

Industry 4.0 is characterised by fully automated production facilities, where all processes are managed in real time and in response to changing external conditions. Industry 4.0 enterprises manufacture products in accordance with the requirements of individual customers, optimising spendings and production costs.

In the 21st century, robotics has become an integral part of building a successful business. With the advent of software robots, business processes have begun to transform. Automation and robotics are growing in many industries and are rapidly being introduced into our lives. The future, in which robots will replace humans in most technological processes, is near. Today, robotisation of routine manual processes is being implemented in many areas. Robotics and automation

dramatically improve the quality of business processes. Industry 4.0 has led to the emergence of Quality 4.0, a combination of comprehensive quality management and the concept of sustainable development, which is based on the triune nature of the economic, environmental and social spheres. The constituent elements of Quality 4.0 are comprehensive quality management in the context of sustainable development, a quality management system, greening of production and greening of quality.

Quality improvement in Industry 4.0 is ensured by eliminating the human factor from the production process. Humans tend to make mistakes, but robots do not. In addition, robotisation reduces the variability of business processes, which leads to improved quality, reduced costs and losses for the enterprise by reducing the number of defects, the cost of their processing or disposal.

Robotization of production made it possible to distinguish the normal course of the production process from the abnormal, which leads to the prevention of the production of defective products. At the same time, the number of employees is reduced, which leads to an increase in labour productivity. An important area of robotics is the computer-aided design and calculation (CAD) system, which is designed to automate the technological process of product design, resulting in a set of design documentation sufficient for the manufacture and further operation of the design object. The system is implemented on the basis of special software, automated databases, and a wide range of peripheral devices.

One of the types of future digital factories is consumer-oriented enterprises that have established mass production of consumer products. In this case, rapid response to changes in consumer preferences and the use of product demand forecasting based on simulation modeling and big data are widely used. Consumers have the opportunity to design products based on their own needs and preferences. This digital factory model is promising for use by companies that manufacture consumer products.

Thus, Industry 4.0, which is characterised by the development of information and communication technologies, automation and robotisation of business processes, leads to the emergence of Quality 4.0 – a combination of comprehensive quality management and the concept of sustainable development. Automation and robotisation of business processes at the enterprise leads to a reduction in the variability of business processes, automatic detection of anomalies in the production process, elimination of the human factor, reduction of costs and losses of the enterprise by reducing the number of defects, costs of their processing or disposal.

Literature

1. Бондаренко С.М., Касич А.О. Використання концепції загального управління якістю (TQM) в органах місцевого самоврядування. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1029>
2. Лівінський О.М., Савенков В.І., Пальчик С.П., Чертков О.Ю. Менеджмент якості в будівництві і геном ділової досконалості організації. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 232 с.
3. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. *Quality Access to Success*, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf
4. Tricker R. (2020) *Quality management systems. A Practical Guide to Standards implementation*. Routledge. Taylor and Francis Group. London and New York. 259 p.
5. Mark Hammar (2021) *Quality Management System: What is it?* URL: <https://advisera.com/9001academy/knowledgebase/quality-management-system-what-is-it/>.

УДК 004.9:378.4:005.5

Лебедєв М. К., аспірант
кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

РОЗВИТОК ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Заклад вищої освіти є ключовим освітнім та інноваційно-дослідницьким центром в реалізації концепції сучасного суспільства. «Освіта є державним пріоритетом, що забезпечує інноваційний, соціально-економічний і культурний розвиток суспільства» [1]. Впровадження нових інформаційних технологій, комп'ютерно-опосередкована комунікація розв'язує питання оптимізації внутрішніх і зовнішніх взаємодій, підвищує конкурентоспроможність освітньої інституції. Одночасно існує проблема культури врядування у сфері вищої освіти [2].

Складність системи управління ЗВО, що зумовлена, мультикомпонентністю та розгалуженістю структури університету, вимагає застосування комплексного та інновативного підходу в управлінні для забезпечення максимальної синергичності та ефективності в роботі його структурних підрозділів. Завданнями системи управління ЗВО, як і інших систем управління великими підприємствами можна визначити такі напрями:

- визначення та формулювання цілей діяльності інституції;
- вироблення плану роботи та дій, що необхідні для досягнення визначених цілей;
- розробка стратегії розвитку закладу вищої освіти;
- постійний пошук шляхів покращення та актуалізації ціннісної пропозиції;
- оцінка наявних ресурсів та визначення методів їх найпродуктивнішого

використання, а також пошук нових резервів для їх подальшого залучення;

- створення ефективної системи мотивації та стимулювання співробітників;
- забезпечення максимально можливої швидкості поширення управлінських рішень, шляхом постійного підвищення якості та зручності комунікації між підрозділами організації;
- забезпечення роботи безперервного та об'єктивного механізму контролю та оцінки діяльності організації.

Беручи до уваги вищеописані функції системи управління, доречно припустити, що впровадження на усіх рівнях управлінського апарату новітніх технологічних засобів, таких як: системи електронного документообігу, фінансового моніторингу, електронних баз даних, систем електронного планування задач, сучасних систем електронного зв'язку та месенджерів, а також кастомізованого та спеціалізованого програмного забезпечення, дає змогу шляхом пришвидшення та підвищення зручності комунікації, автоматизації рутинних процесів та використання цифрових можливостей, що якнайкраще відповідають вимогам певної задачі, збільшити швидкість та якість прийняття, поширення та виконання управлінських рішень, зменшити шанс помилок в роботі через людський фактор, а також підвищити якість моніторингу роботи.

Цифрова трансформація підвищує та розкриває потенціал підприємства у покращенні своєї результативності та конкурентоспроможності, але, як і будь-які всеосяжні та радикальні інновації, може стикатися з певними перешкодами на шляху імплементації необхідних нововведень[3].

Серед найбільших перешкод в процесі цифрової трансформації закладів вищої освіти можна виділити такі фактори: застаріле обладнання, що є несумісним із новітнім та найефективнішим програмним забезпеченням, відсутність розвинутої швидкопропускної мережі всередині підприємства,

необхідність набуття персоналом додаткових компетенцій у роботі з новим обладнанням чи програмним забезпеченням, потреба у додатковому часі та «перехідному періоді» адаптації до використання цифрових інструментів.

Окремим пунктом слід зазначити питання кібербезпеки, що гостро постає в умовах тотальної цифровізації робочих процесів та особливо баз даних. Підтримання належного рівня безпеки та забезпечення конфіденційності даних ставлять додаткові вимоги до рівня цифрової безпеки внутрішніх та зовнішніх систем університету та цифрових компетенцій його співробітників.

Цифрові технології надають нові інструменти та відкривають нові можливості для розвитку як управлінської системи, так і усіх інших системи закладу вищої освіти. Вони відкривають нові, недоступні раніше шляхи для покращення ефективності роботи університету, освоєння ним нових секторів ринку та зміцнення своєї позиції в актуальних, проте, потребують виваженого та прорахованого підходу до імплементації, що створює необхідність у розробці стратегії цифрової трансформації кожного окремого закладу вищої освіти з урахуванням специфіки його поточної роботи та поставлених цілей.

Література

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII : станом на 24 березня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 17.04. 2024).

2. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 р. № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text> (дата звернення: 17.04. 2024).

3. Бугріменко Р. М., Смірнова П. В. Вплив розвитку цифрової трансформації на діяльність підприємства. *Економіка та суспільство*, 2024 Вип. 59, <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-29>

Костенко М.
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів
науковий керівник: PhD, доц. **Весоловська М. К.**

ВПРОВАДЖЕННЯ ШІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МЕНЕДЖМЕНТ

Актуальність. Стрімкий розвиток технологій та не менш швидкий темп їхнього інтегрування у повсякденне та робоче життя, призвів до спрощення багатьох робочих процесів. Впровадження ШІ вплинуло практично на всі сфери життя, в тому числі і менеджмент. Менеджмент включає контроль над широким спектром різних процесів організацій. ШІ дозволив автоматизувати рутинні завдання та надати більше часу і можливостей для розвитку стратегічної діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити вплив ШІ в сфері менеджменту. Необхідно проаналізувати вплив штучного інтелекту на процеси, дослідити його переваги та недоліки.

Результати дослідження. Дослідження можливостей ШІ для менеджменту показало, що: ШІ дозволяє автоматизувати більшість рутинних завдань, таких як аналіз великих обсягів даних, аналітика та підготовка звітів, може замінити найпростіший вид зворотного зв'язку, тобто чат-боти для обслуговування клієнтів.

Попри це існує ряд недоліків які впливають на тенденцію впровадження ШІ в сфері менеджменту: недосконалість, відсутність емпатії та втрата робочих місць. Наприклад, впровадження ШІ-рішень дозволило Deutsche Bank скоротити 10 000 працівників за останні роки через автоматизацію процесів за допомогою ШІ.[1]

Вплив ШІ на системи менеджменту є комплексним. Розглядаючи ШІ як інструмент, то він є корисним для компаній та їх працівників. Проте ШІ може призвести до втрати робочих місць та неправдивості інформації. В такому

випадку пропонується розглянути загальну покрокову схему вдосконалення системи ІІ на рис. 1

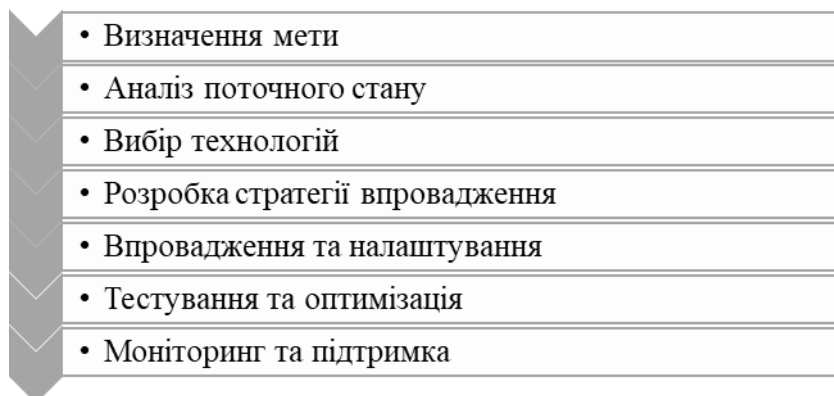


Рис.1. Схема вдосконалення ІІ

Джерело: розроблено автором

Висновки. В ході дослідження було розглянуто: актуальність впровадження технологій ІІ та їх вплив на менеджмент. Пропонується ряд покращень у вигляді кроків. Першим кроком є визначення мети, а саме, що компанія хоче досягти за допомогою ІІ. Другим - аналіз поточного стану, оцінку рівня використання ІІ та визначення області для оновлення існуючих систем. Третій та четвертий кроки - вибір технологій ІІ, необхідних для організації та розробки стратегії впровадження. Наступний крок - впровадження та налаштування, а саме реалізація. Заключними етапами є тестування нових систем і оптимізація їх ефективності. Останнім кроком - моніторинг та підтримка, що означає постійний контроль системи та збирання даних про її ефективність.

Література

1. На користь ІІ планують скоротити 26 млн працівників. (02.05.2023) Газета "Закон і Бізнес". Законодавство, влада, права людини. URL: https://zib.com.ua/ua/155862-v_polzu_ii_planiruyut_sokratit_26 mln_rabotnikov.html

УДК 330.341:004

СІНЬКОВСЬКИЙ М. І., аспірант,
ДННУ «Академія фінансового управління»
м. Київ, Україна

ПОКАЗНИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

В епоху четвертої промислової революції, штучного інтелекту та цифрової трансформації головним питанням для дослідників є вплив цих масштабних змін на функціонування економіки. В майбутньому очікується, що ці зміни вплинуть, зокрема, на темпи розвитку економіки, рівень зайнятості та продуктивність праці. Цифрова трансформація може полегшити життя одним країнам, а іншим – ускладнити. Вона може стати рушієм для прискорення економічного зростання. В той же час цифровізація може перешкоджати цьому зростанню, якщо не буде створено належних умов для її впровадження. Економічні та соціальні наслідки все ще не визначені та залежатимуть від низки різних факторів. Серед них: рівень економічного розвитку, стан безробіття, чисельність населення, якість людського і фізичного капіталу тощо.

Одним із поширених показників цифрової трансформації є індекс цифрового впровадження (Digital Adoption Index, DAI). DAI – це глобальний індекс, що вимірює цифрове впровадження країн у трьох вимірах економіки: населення, уряд, бізнес та орієнтований на “стороні пропозиції” цифрового впровадження. Сукупний DAI розраховується як середнє арифметичне трьох складових індексів, що включають технологічні вимоги, необхідні для сприяння цифровому розвитку, підвищення продуктивності та сприяння зростанню бізнесу в цілому [1].

У 2018 році Euler Hermes опублікував нову редакцію індексу сприяння цифровізації (Enabling Digitalization Index, EDI), який було впроваджено у 115 країнах з метою вимірювання їхньої спроможності керувати цифровими компаніями та підтримувати традиційний бізнес. Індекс оцінює країни з точки

зору підтримки процесів цифровізації, а отже, класифікує їх відповідно до сприятливого для цифрових технологій регулювання з його різними інституційними, логістичними та технічними аспектами [2]. Тому він зосереджується на організаційному та сприятливому середовищі цифрової трансформації всередині країни, а також на підтримці, яку уряд спрямовує на заохочення технічних інновацій.

Аналогічно, індекс цифрової економіки та суспільства (The Digital Economy and Society Index, DESI) – це комплексний індекс, розроблений Сапага, який щорічно публікується Європейською комісією з 2014 року. Він фокусується на країнах ЄС, зокрема, для вимірювання кроків і процедур, що здійснюються цими країнами для просування цифрової економіки та суспільства. Він побудований на відповідних показниках поточної цифрової політики Європи. DESI включає п'ять основних складових: зв'язок, людський капітал, використання інтернет-послуг, інтеграція цифрових технологій та цифрові державні послуги [3].

Ще одним індексом є DiGiX, який є зведеним індексом з 18 складових індикаторів, розрахованих для 99 країн світу. Він вимірює ступінь цифровізації в цих країнах шляхом збору та класифікації інформації, що включає три складові елементи: умови пропозиції (інфраструктура та витрати), умови попиту (технічне суспільство та прийняття урядом), інституційне середовище (нормативно-правові акти та логістика) [4].

У подібному контексті (Digital Economic Index, DEI) – це заснована на даних загальна оцінка прогресу цифрової економіки в 60 країнах, яка об'єднує понад 100 різних показників за чотирма ключовими факторами: умови пропозиції, умови попиту, інституційне середовище, а також інновації та зміни. Таким чином, індекс відображає як поточну ситуацію з цифровою трансформацією всередині країни, так і темпи прогресу, за якими країна покращує свої показники. Це має потенціал для визначення і забезпечення

відповідних наслідків для інвестицій та інновацій. Це досягається в результаті взаємодії чотирьох чинників:

- 1) цифрова інфраструктура країни;
- 2) попит на технології;
- 3) інституційне середовище;
- 4) інновації та розвиток.

Крім того, у ньому висвітлюються зростаючі ризики та виклики, пов'язані з постійною залежністю від цифрових технологій.

Цікавим доповненням до DEI є вимірювання поточного стану цифрової трансформації кожної країни та її темпів цифрової еволюції з часом, а потім створення карти цифрової планети [5].

Наведений перелік індексів залежить від підготовки наступних поколінь до майбутнього впровадження цифрових технологій. Це вимагає фундаментальних змін у навчальному середовищі (навчальних закладах, бізнесі), інституційній структурі (простота і гнучкість нормативно-правових актів), економічному середовищі (відповідність між новими ринковими вимогами та умовами попиту і пропозиції). Для проектування та впровадження ефективних систем штучного інтелекту знадобляться технічні навички, а також нові знання та компетенції, включаючи як соціальні, так і професійні навички.

Література

1. World Bank Group (2016). World Development Report 2016: digital Dividends, World Bank Publications.
2. Hermes (2018). “Measuring Digitagility – The enabling digitalization index (EDI): which countries are digital friendly?” Digitalization by Economic Research, Allianz.
3. European Commission (2018), Digital Economy and Society Index (DESI) – Fact Sheet, European Commission, Brussels.
4. Cámara, N. (2018). DiGiX 2018: A Multidimensional Index of Digitization, BBVA Research.
5. Chakravorti, B. and Chaturvedi, R.S. (2017), Digital Planet 2017: how Competitiveness and Trust in Digital Economies Vary across the World, The Fletcher School, Tufts University, Vol. 70, p. 70.

UDC 005.32:331.101.3]:334.7

Pacheva N.O., PhD in Economics,
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Uman, Ukraine

INFLUENCE OF MOTIVATION MANAGEMENT ON MAXIMIZING PERSONNEL EFFICIENCY

Motivation is the driving force of human behavior, and staff motivation is an important condition for effective work of employees in the interests of the organization. An effective manager must understand the content of motivation, ensure a healthy morale in the team and stimulate employees to work with full dedication. It is motivational management that includes the organization of the production process, which is aimed at the harmonious interaction of all levels of the enterprise, from managers to subordinates.

Motivational management is designed to ensure conscientious, high-quality performance of the duties assigned to them by all members of the organization. The function of motivation is closely related to other functions of production management - planning, organization, control. When planning work, the manager is obliged to direct the efforts of the organization's employees in the direction that will lead the organization to accomplish the task. The goal set for employees should be clear, realistic and achievable. The correct application of motivational management makes it possible to eliminate passivity of personnel and low performance indicators.

The process of motivation permeates all stages of managerial activity, contributes to the activation of highly productive work, the maximum satisfaction of the needs of employees, and the development of their potential [1]. Each individual employee is perceived at the enterprise as an independent, independent unit that cannot be replaced at any time. At the same time, this is the difficulty of motivational management, since each employee has an individual set of motives that change over time and must be constantly under the control of management. Thus, motivational management in its essence should be aimed not so much at exerting influence on

employees, as is derived from the classical understanding of management as a type of activity in general, but at the constant and continuous study and research of each individual employee with his individual, specific, inherent only his needs, motives, interests, values, preferences. [2]. It includes the organization of the production process aimed at the coordinated interaction of all levels of the enterprise, from management to subordinates. Motivational management involves not only establishing motives for activity, but also building management based on the priority of certain motives. Based on this, motives are used as means of management [1]. For organizations with a small number of management levels, staff motivation is aimed at the manifestation of initiative, independence, complete freedom of actions carried out to achieve the assigned task. Motivational management in such organizations is based on the ability to independently solve small production problems.

A positive assessment by the management of the quality of the work performed has a motivating effect on the employees and stimulates them to faithfully fulfill their duties in the future. The trust and value of each employee as a significant member of a team that is moving towards a common goal and the constant expansion of the means of non-material motivation of work will allow to cope with the most difficult task of the manager – the motivation of the staff [3]. Effective management through the mechanism of trust is carried out with the help of trust within the organization (enterprise) between the heads of each unit, between structural units, between employees, as well as the trust of management to subordinates and vice versa; confidence of all members of the organization in the established goal (purpose) of the organization's activities; confidence in the trade union; trust in regulatory or supervisory bodies Successful management involves the support of his team, despite the fact that trust is always a risk, but you need to rely on your employees [4].

Control of all stages of production will help to identify deficiencies in the work, determine the quality of the work performed, on the basis of which the measure of encouragement/punishment of the employee is determined [5]. Material motivation

(salary increase, bonuses, rewards) motivates a person who seeks to achieve a better standard of living, through a monetary reward, to achieve high results at work.

Another factor affecting motivation during the pandemic, the war in Ukraine and the development of modern information technologies is the ability to work remotely. More and more employees show a desire to work at home and have a flexible work schedule – these are the priorities of new generations of personnel. The application of the basic techniques and principles of motivational management in practice will help to become a reliable basis for the successful development of the organization.

Literature

1. Соченко В.М. Сучасна філософія мотиваційного менеджменту. *Бізнес навігатор*. 2012. №3 (29). С. 168-172. URL : http://business-navigator.ks.ua/journals/2012/29_2012/34.pdf
2. Лукьянова Н.А. Мотивационный менеджмент : учебное пособие. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. 106 с. URL : <https://portal.tpu.ru/departments/kafedra/soc/metodic/Tab/MotMen.pdf>
3. Пачева Н.О. Місце мотиваційного менеджменту в діяльності організації. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів (м. Умань, 19-20 листоп. 2020 р.) : [зб. наук. тез] / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти ; [голов. ред. Н. О. Пачева ; редкол.: О. П. Кірдан, А. Л. Бержанір, В. О. Стойка]. Умань, 2020. С. 254-257. URL : <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13302>
4. Podzihun S. M., Pacheva N. O., Management 3.0 as the modern management practice. *International periodic scientific journal «Modern engineering and innovative technologies»*. 2022. Issue 20, Part 2. P. 107 – 112. URL: <http://www.moderntechno.de/index.php/meit/article/view/meit20-02-052>
5. Marchenko, O., Guk, O., Borutska, Y., Pacheva, N., Zaichenko, V. Ensuring sustainable development of the enterprise during the transition to industry 5.0. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2023. Vol. 18, № 4. pp. 1149-1154. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180418>.

УДК 005.936.21:331.103.32

Шитова С.Б., здобувачка
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Миколайчук І.П., к. е. н, доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ЕФЕКТИВНІ ТЕХНІКИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В КОМАНДНІЙ РОБОТІ

Тайм-менеджмент – це набір методик та звичок, які допомагають правильно розподіляти час між робочими завданнями та особистим життям, розставляти пріоритетність завдань та грамотно розпоряджатися часом з метою підвищення продуктивності. Також це система дій, мета якої — правильне планування завдань з грамотним розподілом часу на виконання кожної. Головна мета тайм-менеджменту — робити якомога більше, мінімізувавши часові витрати та знизивши рівень стресу людини.

Тайм-менеджмент – це ефективний інструмент, який може допомогти кожній працюючій людині зробити час її роботи максимально ефективним, залишивши сили і вільні години на відпочинок і заняття хобі. Кожна система має свої ключові блоки і правила роботи. Тайм-менеджмент, як практика управління власним часом, також має базові складові, які повинні працювати в комплексному вигляді. Такими є: планування і постановка цілей; розстановка пріоритетів і дедлайнів по кожній задачі; аналіз витрат часових ресурсів; складання списків; самоорганізація і делегування; виключення зайвих завдань [1].

Практика показує, що дана система працює не тільки в сфері бізнесу або для підвищення особистої ефективності, а й показує відмінні результати в командній роботі, допомагає правильно вибудовувати роботу в проектних командах [2].

Виокремлюють такі базові правила тайм-менеджменту, які описують раніше зазначені його складові. Доцільно брати такі правила з порад людей, які у всьому світі вважаються «гуру» майстерності керування своїм часом. Наприклад, експерт з особистої ефективності Б.Трейсі називає такі найважливіші правила тайм-менеджменту: вибирати найцінніше; думати і діяти правильно; ставити собі правильні цілі; відмовитися від мультизадачності; планувати абсолютно все; викидати сміття з вашого життя. Це означає відмовитися від речей, людей і занять, які бездумно пожирають ваш час [1].

Тайм-менеджмент та способи планування – це про методики, для якісного та справді продуктивного робочого дня. Ось декілька технік, в результаті яких можна працювати стільки ж часу, як і завжди, але більш ефективно [3] (табл. 1):

Таблиця 1

Найбільш поширені ефективні техніки тайм-менеджменту

| № пор | Перелік технік | Характеристика |
|-------|-------------------------------------|---|
| 1 | Техніка Pomodoro | Техніка спрямована на усунення прокрастинації, підтримки достатнього рівня продуктивності та концентрації протягом робочого дня. Техніка Pomodoro, свою назву отримала в честь кухонного таймера у вигляді помідора, який стояв у творця цього методу на кухні |
| 2 | Планування за методом Парето | Використовується для того, щоб сконцентруватися на тих діях, які приносять результат і відмовлятися від малоефективних. Суть його полягає в тому, що 20% зусиль дають 80% результату. |
| 3 | Канбан | Японська система візуалізації, яку вигадали на заводі Toyota, тут можна використовувати. Можна використовувати нотатник, або ж будь-який додаток, де можна створити табличку, з трьома стовпчиками та розподілити усі завдання по них: Потрібно зробити; виконується / в процесі та зроблено. Можна додавати більше стовпчиків, а головна ідея – бачити етапі з кожного завдання. |
| 4 | Матриця Ейзенхауера | Це метод управління часом, який використовується для розставлення пріоритетів та розподілу задач, що пропонує всі задачі ділити на 4 категорії, залежно від ступеня їхньої терміновості та важливості: термінові та важливі; нетермінові та важливі; термінові та неважливі; нетермінові та неважливі [4]. |

Джерело: складено авторами за [3; 4]

Впровадити у своє життя тайм-менеджмент є дуже важливим завданням ефективної командної роботи, що значно залежить від управління робочим

часом. Командні завдання потрібно розставляти за пріоритетністю, а робочий графік переглянути. Цьому можуть допомогти ці поради:

1. Ставити перед собою макроцілі, але розуміти, що до них ведуть мікрокроки, одразу краще розділити велику ціль на невеликі задачі та розписати, скільки часу це займе.

2. Перестати уявляти, як проходить робочий день, а почати фіксувати, як це відбувається насправді.

3. Навчитися себе пробачати, фіксувати власні помилки і варіанти їх виправлення [4].

Тайм-менеджмент має низку переваг, які позитивно впливають на кар'єру і рівень задоволеності роботою, а саме: зростання продуктивності і ефективності; вчасне виконання роботи; зменшення стресу; зростання якості роботи і прийнятих рішень; зменшення прокрастинації; досягнення балансу між робочим і особистим [3].

Отже, тайм-менеджмент містить безліч секретів, хитрощів і рішень, які допомагають правильно організувати свій день, роботу цілого колективу і навіть великого підприємства. Вивчивши основи тайм менеджменту, власні плани можна коригувати під потреби команди та отримувати задоволення від виконання.

Література

1. Що таке тайм-менеджмент: особистий тайм-менеджмент. URL: <https://blog.agrokebety.com/shcho-take-taym-menedzhment> (дата звернення: 20.04.2024).

2. Миколайчук І.П., Остапенко М. О. Методичний підхід до формування проектної команди на засадах SCRUM-технології. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2019. №1. с.53-57.

3. Ефективні техніки тайм менеджменту *September journal*. URL: <https://september.ua/business/efektivni-tehniki-tajm-menedzhmentu> (дата звернення: 20.04.2024).

4. Тайм-менеджмент: що таке тайм-менеджмент та його важливість під час роботи. URL: <https://worksection.com/ua/blog/importance-of-time-management-in-the-workplace.html> (дата звернення: 20.04.2024).

141.81(410.1)

Mnozhynska R.V. Candidate of Philosophical
Sciences, Associate Professor
Department of Philosophy and Cultural Studies,
Yakovenko D., student of group BVM-21
Kyiv National University Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

ECONOMIC THOUGHT OF MEDIEVAL EUROPE (T. MORE'S UTOPIA)

Interest in utopia, which opens up new possibilities for a person to search spiritually, is extremely high today, although the attitude towards it is contradictory. The first ideas about utopia are associated with the name of Thomas More. He was a progressive thinker and writer, a child of the Renaissance, when Western Europe, struck by anti-feudal movements, entered the stage of primitive development of capitalism, when technology and science advanced, when thought overtook reality in search of the new. His project of an ideal state still causes sharp clashes of opinions among scientists from different countries.

In his description of the socio-economic system of his fictional country, More gives provisions that are key to understanding his position. First of all, in Utopia private property is abolished, all exploitation is abolished. Instead, socialized production is established. This is a big step forward, since the previous authors had a consumerist nature of socialism [1, p. 10]. Work is compulsory in Utopia for everyone, and all citizens up to a certain age take turns engaged in agriculture, agriculture is carried out in an artel, and urban production is built on the family-craft principle — the influence of underdeveloped economic relations in the era of More. Utopia is dominated by manual labor, although it lasts only 6 hours a day and is not exhausting. More says nothing about the development of technology. Due to the nature of production, there is no exchange in the Mora state, nor is there money, it exists only for trade relations with other countries, and trade is a state monopoly. The

distribution of products in Utopia is carried out according to needs, without any firm restrictions. [2, p. 100]

Some researchers express the opinion that utopia has disappeared or that its role in life has decreased due to the development of rational forecasting methods. Others argue that the utopian quest is exacerbated only at critical moments in history. Agreeing with the latter opinion, we can state that utopia does not lose its significance even in periods of relative stabilization. Proceeding from the principle of the immanence of utopian consciousness and its manifestations - utopia in its various forms and modifications, we adhere to the idea of the invariable relevance of utopia. Therefore, there is a problem of substantiating the reasons for the relevance and vitality, vitality of the utopia that has accompanied civilization for many centuries.

Utopia, therefore, is a classless society made up of a majority free from exploitation. However, in projecting a just society, More was not consistent enough, allowing the existence of slaves in utopia. [3, 44p. 100] Which causes a contradiction in the idea of utopia. The attitude towards all religions in «Utopia» is tolerant, and only atheism is prohibited, for adherence to which the right of citizenship was deprived. In his attitude to religion, More occupies an intermediate position between people of a religious and skeptical worldview, but in matters of society and the state he is a strict rationalist. While acknowledging that existing society is unreasonable, More at the same time declares that it is a conspiracy of the rich against all members of society. More's socialism fully reflects the environment, the hopes of the oppressed population of the city and the countryside. In the history of socialist ideas, his system raises the question of the organization of social production, moreover, on a national scale. It is also a new stage in the development of socialism because it realizes the importance of state organization for the construction of socialism, but More could not at one time see the prospect of a classless society (slavery is not abolished in More's Utopia), which implements the great principle «from each

according to his ability, to each according to his needs» without any participation of state power, which has become superfluous. [4, p. 44] In his works, More proposed completely new democratic principles for the organization of state power for his era. Formed during the formation of the capitalist formation and the emergence of early relations, More's views have not lost their historical significance.

In summary, we can say that utopia is an impossible dream in which the various ideals of society are expressed. In all utopias, there is an opinion that in the future humanity will not know the division into races and classes. People will speak the same language and have common interests, and money will not matter. Utopia is the «kingdom of the future» that man creates for himself in his dreams.

Literature

1. Kobiv Y. Champion of social justice // Mor T., Campanella T. Utopia. City of the Sun., Kyiv: Dnipro, 1988. P. 14.
2. Lozovytsky, O. Political Utopia // Political Encyclopedia: Parliamentary Publishing House, 2021. P.742.
3. M. Karmazina. More Thomas // Political Encyclopedia. Editors: Y. Levenets (Chairman), Y. Shapoval (Deputy Chairman) and others, Kyiv: Parliamentary Publishing House, 2011. P.465.
4. More, Thomas // [Philosophical Encyclopedic Dictionary/V.I.Shynkaruk](#) (Chairman of the Editorial Board) and others. ; L. V. Ozadovska, N. P. Polishchuk (scientific editors); I. O. Pokarzhevskya (decoration). Kyiv: Abris, 2020. p.742.

УДК 005.74

Деняк К.А., здобувачка
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Миколайчук І.П., к. е. н, доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ДИДЖИТАЛ-ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

В сучасному світі, де цифровізація проникає в усі сфери життя, не дивно, що майже всі процеси управління персоналом зазнають змін [1]. Серед багатьох кадрових процесів важливе місце посідає оцінка персоналу у передумова вдалого підбору працівників, а традиційні методи оцінки – щорічні співбесіди та атестації все частіше доповнюються або замінюються цифровими підходами, що призводять до нових викликів у зміні професійних компетенцій [2]. Вони допомагають не лише зробити ефективний відбір персоналу, а й відстежувати їхню роботу після найму, встановлюючи зворотній зв'язок щодо відповідності працівників посаді.

Сьогоднішні можна віднайти в різних джерелах чимале різноманіття методів оцінки персоналу в організації, що в цілому можна поділити 2 загальні групи: традиційні та сучасні (табл. 1).

Таблиця 1

Традиційні та сучасні методи оцінки персоналу

| Традиційні методи оцінювання персоналу | Сучасні методи оцінювання персоналу |
|--|---|
| Ранжування | Атестація |
| Оцінка за результатами | Метод «360 градусів» |
| Метод попарних порівнянь | Аналіз людських ресурсів (HRA) |
| Метод заданої банальної оцінки | Метод управління за цілями (MBO) |
| Метод графічного профілю | Метод асесмент центру |
| Біографічний метод | Метод оцінки за ключовими показниками ефективності діяльності (KPI) |
| Метод еталону | |

Джерело: [2]

Сучасні диджитал-підходи до оцінки персоналу мають свої переваги [4]: ефективність: цифрові платформи дозволяють швидко та легко збирати та

аналізувати дані про працівників, що може значно економити час та ресурси; об'єктивність: цифрові інструменти можуть допомогти усунути упередженість та суб'єктивність процесу оцінки, забезпечуючи більш об'єктивну та справедливую оцінку; зворотний зв'язок: цифрові платформи можуть полегшити процес надання та отримання зворотного зв'язку, що може допомогти працівникам покращити свою роботу; залученість: цифрові інструменти можуть зробити процес оцінки більш цікавим для працівників, що сприятиме покращенню їх мотивації та продуктивності.

Наприклад, найвідоміша консалтингова компанія у світі «Deloitte» виявила, що її поточний підхід до управління ефективністю – щорічний 360-градусний зворотний зв'язок – втрачає шокуючі 2 млн. годин на рік, а також не залучає співробітників, а рівень управління ефективністю знижується. Компанія використала дослідження Gallup, в якому взяли участь 1,4 мільйона працівників, щоб з'ясувати, що спільного між командами з високою та низькою ефективністю. Найвагомішою характеристикою було те, що члени високоефективних команд відчували, що вони роблять все можливе щодня. Виходячи з цього, Deloitte визначила 60 власних високоефективних команд та провела опитування, щоб визначити їх схожість. Коли Deloitte змогла розпізнати сильні сторони своєї діяльності, постало питання, як найкраще її оцінити. Намагаючись вирішити дану проблему, Deloitte перейшла на диджитал-платформу для оцінки персоналу, щоб зробити даний процес більш прозорим, об'єктивним та ефективним. Платформа дозволяє працівникам отримувати зворотний зв'язок від колег, керівників та підлеглих, а також відстежувати свій прогрес протягом року. Сьогодні «Делойт» є глобальною мережею компаній, яка охоплює понад 330 тисяч співробітників у 150 країнах світу. Із сумою сукупних доходів 47,6 млрд доларів США за 2020 фінансовий рік «Делойт» продовжує бути найбільшою компанією у світі з надання професійних послуг [3].

Задля зручності оптимізації всіх найважливіших інструментів з робочих процесів, мотивації та оцінки ефективності персоналу компанія Deloitte використовує систему Talent Wizard – багатофункціональну хмарну платформу, що об'єднує [5]: *базові ресурси* (наявні вакансії компанії, базу даних співробітників, корисні посилання тощо); *оцінку ефективності* – RPM-систему (цілі, «знімки» ефективності тощо); *розвиток* (програми з навчання, опитування тощо); *зведену статистичну інформацію* (результати оцінки ефективності, кількість нового персоналу за період тощо).

Отже, на прикладі відомих іноземних компаній, які активно показали свій розвиток в сучасному світі, можна сказати, що традиційні методи оцінки персоналу не є настільки ефективними, а їх результати не дають прозорого уявлення про поточну робочу ситуацію, тому важливо звернути увагу на те, що диджиталізація цих процесів дозволяє підприємствам підвищити ефективність, точність та об'єктивність оцінювання працівників, а також зробити їх більш доступними та прозорими для всіх учасників процесу

Література

1. Жуковська В.М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. *Вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №27. С. 13–17.
2. Mykolaichuk I., Rasulova A., Salimon O. Digitalization of HR management at enterprises in the service field: transformation of technologies and modern challenges. *Modern Science – Modern veda*. Praha. Česká republika, Nemoros. 2022. №3. С. 23- 38.
3. Хомутник Н.В., Бала Р.Д. Методи оцінювання персоналу підприємства/*Управління розвитком*. 2016. №12. С.40-41.
4. Звіт про управління компанії ТОВ «Делойт і Туш». URL: <http://surl.li/tlbmf> (дата звернення: 21.04.2024).
5. 5 Digital Approaches to Employee Performance Management. URL: <https://www.shrm.org/topics-tools/tools/toolkits/managing-employee-performance>
6. How to Use Digital Tools for Performance Management URL: <https://medium.com/@weekdone/case-study-how-deloitte-reinvented-their-performance-management-50f9e61478d3> (дата звернення: 20.04.2024).

ПЛАТФОРМА 5.

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

УДК 658.15.012.8

Тарасенко І. О., д.е.н., професор,
Попик В. С., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

**КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ
БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Удосконалення інструментарію оцінювання, пошук методів і технологій управління фінансовою безпекою підприємства в умовах невизначеності та ризику належать до кола завдань, які потребують вирішення в процесі стратегічного управління підприємством. Під фінансовою безпекою підприємства в даному дослідженні будемо розуміти збалансований стан елементів і підсистем, що можуть бути виражені кількісними чи якісними показниками і характеризуються стійкістю до негативних впливів внутрішнього та зовнішнього середовища і здатністю забезпечити ефективне функціонування підприємства, стабільність його розвитку й економічного зростання в довгостроковому періоді.

Моргунов О., який досліджує особливості забезпечення фінансової безпеки підприємства в умовах воєнного стану, зазначає, що більшість авторів екстраполюють дану проблематику, яка досліджувалася на рівні фінансової безпеки держави, на мікрорівень [1-3]. При цьому в [1, с. 26] до основних складників фінансово-економічного механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства вчені відносять: (1) інформаційно-організаційний; (2) функціонально-аналітичний; (3) контрольний-моніторинговий. Кожен складник призначений забезпечити виконання визначеного кола взаємопов'язаних

завдань. При цьому особливу увагу вчені рекомендують звернути на моніторинг процесу реалізації стратегії [4].

За результатами аналізу наукової літератури [1-4] зроблено висновок, що забезпечення фінансової безпеки підприємства базується не лише на ідентифікації та вимірюванні зовнішніх загроз і можливостей, які визначають ступінь безпеки та здатні вплинути на ефективність його функціонування, але й основних передумов, наявність або відсутність яких визначає потенційні можливості підприємства щодо перспектив і траєкторії його розвитку. Так, забезпечення фінансової безпеки передбачає врахування таких умов: обсягів фінансових ресурсів, які надходять як із внутрішніх джерел (фінансового потенціалу підприємства), так і від можливостей випуску і реалізації продукції (послуг); якості та збалансованості кадрового потенціалу підприємства; ефективності системи управління підприємством; інформаційних технологій та ресурсів, які забезпечують належний рівень функціонування усіх підсистем підприємства; науково-технічного та інноваційного рівня підприємства.

В умовах воєнного стану особливості забезпечення фінансової безпеки обґрунтовують таким [1, с. 27]:

- 1) формування стратегії безпеки з урахуванням не лише внутрішніх, а й зовнішніх геополітичних процесів;
- 2) врахування ризиків фізичної ліквідації суб'єкта господарювання, що особливо актуально для прифронтових територій;
- 3) нестабільність курсу валют;
- 4) складність експортно-імпортних операцій та інші.

Зважаючи на розглянуте, в основі побудови комплексної системи управління фінансовою безпекою підприємства повинна лежати певна концепція, яка включає мету, завдання, принципи діяльності, об'єкт і суб'єкт, стратегію і тактику. Мета цієї системи – мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз для розвитку підприємства, в тому числі його фінансовим, матеріальним,

інформаційним, кадровим ресурсам.

У процесі реалізації поставленої мети передбачається вирішення конкретних завдань, які об'єднують усі напрями забезпечення безпеки: прогнозування можливих загроз та організація діяльності з їх попередження (превентивні заходи); виявлення, аналіз і оцінка реальних загроз; прийняття рішень і організація діяльності з реагування на виявлені загрози; постійне удосконалення системи управління фінансовою безпекою підприємства.

До основних завдань системи управління фінансовою безпекою підприємства доцільно віднести: (1) забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності, ліквідності та достатнього рівня фінансової незалежності підприємства у довгостроковому періоді; (2) забезпечення оптимального залучення та ефективного використання фінансових ресурсів підприємства; (3) ідентифікація зовнішніх і внутрішніх небезпек та загроз фінансовому стану підприємства і розробка заходів для їх вчасного усунення; (4) розробка (удосконалення) фінансової стратегії; (5) забезпечення достатнього рівня фінансової незалежності підприємства; (6) забезпечення достатнього рівня гнучкості при ухваленні фінансових рішень; (7) забезпечення захищеності фінансових інтересів власників підприємства; (8) проведення її оцінки кількісними та якісними показниками, які мають певні граничні значення.

Фінансова безпека підприємства є складним і багатоаспектним поняттям, що дозволяє говорити про доцільність використання системного підходу і розроблення відповідної системи як сукупності елементів. Як і кожна система вона потребує застосування спеціальних методів та важелів управління. Узагальнюючи всі підходи до побудови системи управління фінансовою безпекою підприємства для ТОВ «ДАЙРЕКС» пропонується така модель системи управління (рис. 1).

На основі аналізу сучасних підходів найбільш адаптованим вважається визначення фінансової безпеки підприємства як такого стану, що

характеризується його спроможністю ефективно функціонувати для досягнення поставлених цілей та захищеністю від негативного впливу сукупності внутрішніх і зовнішніх чинників. Дослідження показали, що рівень фінансової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і спеціалісти можуть запобігти появі та реалізації можливих загроз і ліквідувати негативні наслідки впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища.



Рис. 1. Модель системи управління фінансовою безпекою ТОВ «ДАЙРЕКС» (побудовано авторами)

Підкреслимо, що зміст і склад «зовнішніх» та «внутрішніх» загроз відрізняється не лише за сферами економічної діяльності, але й є індивідуальними для кожного підприємства. Разом з тим зазначені поняття включають окремі елементи, які є прийнятними практично до будь-якого суб'єкта господарської діяльності та потребують постійного моніторингу з боку відповідної підсистеми (моніторингу і аналізу фінансового стану та рівня фінансової безпеки підприємства).

Ефективне забезпечення фінансової безпеки ТОВ «ДАЙРЕКС» потребує дослідження галузевої специфіки. За результатами аналізу особливостей галузі, в якій функціонує підприємство, подальшими дослідженнями передбачається вивчення характерних рис та виділення найбільш важливих з них в контексті побудови відповідної системи управління.

Література

1. Моргунов О.А. Особливості забезпечення фінансової безпеки підприємства в умовах воєнного стану. *Актуальні питання фінансової безпеки*. Вінниця, 2023. С. 25-27.
2. Васильєв А. А., Галенко В. М. Фінансова безпека аграрних підприємств України в умовах правового режиму воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-63>.
3. Червяков І. М., Медещь М. М. Фінансова безпека як складова економічної безпеки держави. *Вісник Кримінологічної Асоціації України*. 2004. № 1 (4). С. 125–130.
4. Ставерська Т. О., Шевчук І. Л. Механізм управління забезпеченням фінансової безпеки підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2015. Вип. 1. С. 93–10

УДК 336.12

Грищенко С. І., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ

Найбільш перспективним сучасним напрямом розвитку фінансового менеджменту більшість вчених вважають менеджмент, що базується на управлінні вартістю підприємства (компанії, фірми) або VBM-менеджмент (VBM – Value Based Management), в основі якого – ідеологія управління вартістю, сутність якої проявляється у зацікавленості вищого керівництва компанії у створенні вартості для акціонерів.

Система вартісно-орієнтованого управління набула поширення у відповідь на «незадоволеність економістів традиційною категорією бухгалтерської виручки в рамках управління прибутковістю акціонерів» [1, с. 10]. Її основоположниками є А. Раппапорт та Б. Стюарт [2, 3], які сформулювали основні положення теорії VBM. Послідовниками теорії А. Раппапорта стали: Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін, А. Дамодоран, Г. Арнольд, Д. Мартін, Дж. В. Петі та інші, в тому числі українські вчені – Т.О. Завалій, Л.А. Костирко та Р.О. Костирко, О.О. Терещенко, О.О. Середа, М.В. Чорна. Кожний вчений зробив свій внесок в розвиток теорії вартісно-орієнтованого управління, що визначило особливості відповідних концепцій VBM, які узагальнено в табл. 1.

Аналізуючи особливості розвитку концепції вартісно-орієнтованого управління А.С. Вокалюк виокремлює три основні підходи: (1) класичний, сутність якого полягає у максимізації вартості для власників, узгодженні інтересів інвесторів і менеджерів; (2) підхід до управління на основі вартості для стейкхолдерів, який передбачає максимізацію вартості з урахуванням

інтересів як фінансових, так і нефінансових стейкхолдерів; (3) стратегічне вартісно-орієнтоване управління, що базується на оцінці вартості з урахуванням стратегічних перспектив розвитку підприємства [4, с. 163].

Таблиця 1

Наукові положення основних концепцій вартісно-орієнтованого управління (узагальнено автором за даними [2, 4, 6-10])

| Представник | Особливості підходу |
|------------------------------|---|
| 1 | 2 |
| Альфред Раппапорт [2, 4] | Основними елементами концепції А. Раппапорта є: оцінювання; стратегія; фінанси і корпоративне управління. В основі підходу – додана акціонерна вартість SVA, яка визначається як різниця між оцінкою вартості в разі впровадження аналізованої стратегії розвитку компанії і базовою величиною вартості на поточний момент оцінювання. Виправданими вважаються лише ті витрати, які створюють додану вартість за умови, що рентабельність вкладень у відсотковому вираженні вище частки витрат на їх залучення. |
| Г. Арнольд [6] | Ключовими елементами концепції Г. Арнольда є: збереження добробуту акціонерів у довгостроковому періоді; створення вартості за умови, що віддача на вкладені кошти перевищує середньогалузеві показники; чітке уявлення менеджерів про якість виконання поставленого завдання, а саме – максимізацію вартості в довгостроковому періоді. Важливим є врахування зовнішніх показників, які повинні бути прозорими, нечисленними і надавати можливість достовірної оцінки потенціалу зростання вартості компанії. Вартість компанії ставиться в залежність від таких чинників: (1) збільшенням норми прибутковості на капітал; (2) залучення капіталу в перспективні напрями, які впливають на створення нової вартості; (3) відволікання капіталу з найменш ефективних напрямів, де потенціал створення вартості є найменшим; (4) досягнення (формування) конкурентних переваг і утримання позицій завдяки комплексу заходів системної дії; (5) побудова системи управління вартістю, орієнтованої на зниження ризику бізнесу за рахунок оптимального розподілу в компанії фінансових і інтелектуальних ресурсів, управління тимчасовим кон'юнктурним зменшенням норми прибутковості. |
| Д.Д. Мартін, Дж. В. Петі [7] | Вартісно-орієнтоване управління (VBM) «... означає низку інструментів управління, що використовуються для удосконалення діяльності компанії з метою підвищення акціонерної вартості. Капіталовкладення є успішними для акціонерів в тому випадку, якщо його інвестиції приносять прибуток». Згідно підходу вчених «Базовим принципом, що лежить в основі VBM є модель дисконтованих грошових потоків компанії. Вони дотримувалися того, що для успішного використання VBM, потрібно зв'язати між собою продуктивність і винагороду, а головним принципом, що лежить в основі використання VBM є вимірювання та винагородження діяльності зі створення акціонерної вартості, що в підсумку призведе до збільшення акціонерної вартості». |

Продовження табл. 1

| 1 | 2 |
|-------------------------------------|---|
| Т. Коупленд, Т. Коллер [8] | VBM – концепція, яка спрямована на якісне покращення стратегічних та оперативних рішень на усіх рівнях управління підприємством завдяки концентрації зусиль усіх осіб на факторах створення вартості |
| Д. Мак Таггарт [9] | Концепція VBM – це система переконань, принципів та процесів, поєднання яких сприяє досягненню компанією успіху у конкурентній боротьбі та боротьбі з інституційними імперативами зсередини. Поєднання цих переконань, принципів і процесів на засадах реалізації системного підходу є основою досягнення головної мети компанії. |
| Ф. Хаспес, Т. Нода та Ф. Балос [10] | VBM – управлінський підхід, який передбачає поєднання «... цілей, організаційних структур і систем, прискорених стратегічних і операційних процесів, а також оновлених практик управління ресурсами». Це, на думку вчених, призводить до «... оновлення корпорації, трансформування її культури в міру зміни поведінки на усіх рівнях». |

В Україні систему вартісно-орієнтованого управління почали активно впроваджувати великі підприємства корпоративного сектора економіки, що пояснюється спрямованістю концепції VBM на вирішення таких завдань: оцінка альтернативних стратегій та конкретних програм в рамках цих стратегій для вибору найбільш оптимальних; оцінка операцій злиття, поглинання, відокремлення структурних одиниць, рекапіталізація, викуп акцій; використання методів управління на основі вартості для аналізу і визначення цільових нормативів ефективності діяльності компанії та її підрозділів; обмін інформацією з основними стейкхолдерами щодо показників вартості компанії [1, с. 11-12].

На користь використання концепції вартісно-орієнтованого управління свідчить також і світовий досвід, який показує, що компанії, які використовують у своїй практиці концепцію VBM мають перевагу над тими, які даний підхід не реалізують, завдяки таким чинникам [1, с. 12; 4, с. 162]: підвищенню прозорості операцій щодо створення та/або руйнування вартості бізнесу; вищому рівню зацікавленості працівників у створенні вартості та ефективнішому використанні ресурсів; збільшенню доходності акцій в порівнянні з іншими компаніями на ринку; більш ефективному інвестиційному

менеджменту; підвищенню ефективності бізнес-процесів; орієнтації на довгострокову, а не миттєву вигоду; консолідації зусиль усіх контрагентів заради підвищення вартості; зосередженню зусиль на ключових факторах вартості, що дозволяє вибудувати якісну систему управління бізнесом; постійному і максимально повному моніторингу діяльності компанії, що підвищує рівень забезпечення якості і ефективності управлінських рішень; можливості оптимального поєднання довгострокових і короткострокових цілей завдяки поєднанню показників вартості та прибутку; можливості визначення ключових показників вартості як індикаторів точок її зростання, враховуючи при цьому усі витрати і ризики ведення бізнесу; використанню системи матеріальної компенсації співробітникам компанії, узгодженої з розміром створеної кожним працівником вартості (саме ця особливість дозволяє позбутися проблеми концепції «агентських відносин»).

У той же час, концепція вартісно-орієнтованого управління має також і свої недоліки, серед яких вчені відзначають велику кількість показників і складність методик розрахунку, які використовуються [4, с. 163]. Це призводить до неточності розрахунків для компаній малого бізнесу через складність прогнозування грошових потоків; великі витрати, які пов'язані з імплементацією даної концепції в практику господарювання на підприємствах; складність розрахунків; складність переведення показників бухгалтерського обліку в економічні показники; складність вимірювання та практичного застосування ключових показників, які передбачаються теорією вартісно-орієнтованого управління.

Зазначене обумовлює необхідність для підприємств, які планують впроваджувати концепцію вартісно-орієнтованого управління в систему фінансового менеджменту, розроблення системи показників і методик їх оцінювання з урахуванням галузевої специфіки діяльності підприємств та інших чинників.

Література

1. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємств: Навчальний посібник / Л.А. Костирко, О.О. Терещенко, Р.О. Костирко, О.О. Серeda. Северодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2019. 466 с.
2. Rappaport A. Creating shareholder value : The new standard for business performance, New York / A. Rappaport. N. Y. : The FreePress, 1998. 205 p.
3. Stewart G. Bennet. The Quest For Value: the EVA Management Guide. New York: Harper Business, 1991. 738 p.
4. Вокалюк А.С. Сучасна парадигма ціннісно-орієнтованого управління як інструмент інноваційно-інвестиційної реконфігурації бізнес-процесів підприємств-стейкхолдерів будівництва / Управління розвитком складних систем. 2020. № 42. С. 159-168. URL: <https://urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-42/25.pdf>
5. Arnold G., Davies M. Value-Based Management : Context and Application. John Wiley & Sons : Chichester, UK, 2000. – 384 p.
6. Arnold, Glend. Tracing the development of value based management. Value Based Management. Context and Application / Glend Arnold – John Wiley & Sons: N.Y., 2000. 970 p.
7. Martin J.D. and Petty J.W., Value Based Management – The corporate response othe shareholder revolution, Harvard Business School Press, 2000, pp. 249.
8. Copeland, T., Koller, T., Murrin, J. (2005). Company value: assessment and management. 3rd ed., Rev. and add. / Trans. from English. Moscow: CJSC "Olymp-Business", 576.
9. Mc. Taggart, J.M., Kontes, P.W. & Mankins, M. (1994). The Value Imperative. NewYork, The Free Press, 367.
10. Boulos, F., Haspeslagh, P., Noda, T. (2001). Getting the value out of value-based management. INSEAD survey, 54.

УДК 339

Тарасенко О. С., к.е.н., докторант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СИСТЕМНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗВО УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ВПЛИВУ НА ВСТУПНУ КАМПАНІЮ

На сучасному етапі важливим завданням для української системи вищої освіти є збереження конкурентоспроможності ЗВО, враховуючи особливості функціонування в умовах військової агресії та цілі післявоєнного відновлення України.

Українські науковці, досліджуючи проблематику конкурентоспроможності та економічної безпеки системи закладів вищої освіти України, аналізують такі чинники: підвищення конкурентних позицій ЗВО на етапі трансформації системи вищої освіти (далі СВО), які є характерними при переході від командно-адміністративної до ринкової економіки [1]; вплив міжнародних систем рейтингового оцінювання університетів, наявність досвіду співпраці з міжнародними грантовими фондами, інституціями та програмами; конкуренція із зарубіжними університетами, зміна «освітніх ландшафтів» [2, с. 3]; макроекономічна ситуація; рівень розвитку ринку освітніх послуг; обсяг державних видатків на освіту; ступінь залучення державних і приватних ресурсів фінансування освіти; нормативно-правове забезпечення вищої освіти; чинні стандарти вищої освіти, їх відповідність вимогам сучасності та процес оновлення; політична ситуація; кількість населення та демографічна ситуація [3]; система факторів конкурентоспроможності: за масштабами впливу; за періодичністю впливу; за характером впливу; залежно від характеру фінансування освітніх закладів [4]; з позицій суб'єктів ринку освітніх послуг [5]. Такими суб'єктами, крім споживачів освітніх послуг, вчені визначають

СВО і суспільство. Результатом аналізу середовища функціонування вітчизняних ЗВО [6], стала система чинників, які представлено на рис. 1.

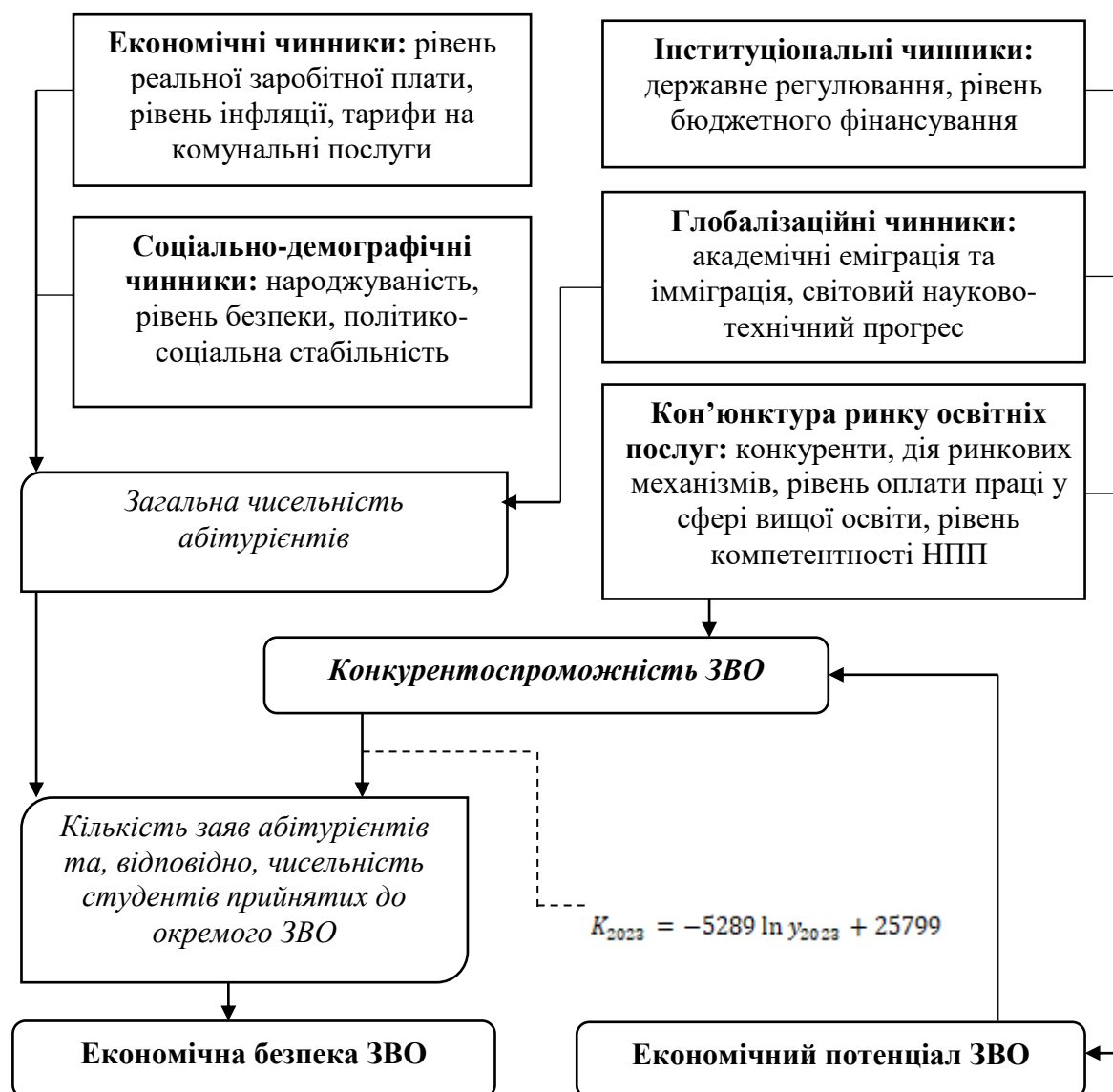


Рис. 1. Система внутрішніх і зовнішніх чинників формування конкурентоспроможності ЗВО (побудовано автором)

Позначення: K – кількість заяв, поданих до ЗВОу 2023 році; y – рейтинг відповідного ЗВО у [Webometrics Ranking of World Universities](#).

Запропонована на рис. 1 система чинників конкурентоспроможності з урахуванням їх впливу на кількість абітурієнтів, що представлено рівнянням регресії, ілюструє, що більшість чинників зовнішнього середовища, за

винятком кон'юнктури ринку та рівня народжуваності, впливають на рівень конкурентоспроможності опосередковано. Рівень народжуваності, як критичний в умовах війни соціально-демографічний чинник, становить найсуттєвішу загрозу для вітчизняних ЗВО, оскільки зниження рівня народжуваності в Україні призводить до скорочення чисельності абітурієнтів. Крім того, на загальну чисельність абітурієнтів в Україні впливають також процеси академічної міграції. До 2022 року потоки студентів-емігрантів та студентів-іммігрантів були врівноваженими, однак в результаті повномасштабного воєнного вторгнення в Україну спостерігається суттєве посилення загрози відтоку абітурієнтів за кордон.

Регресійний аналіз макроекономічних показників, що характеризують інституціональні та глобалізаційні чинники, а також тих, які відображають кон'юнктуру ринку освітніх послуг в Україні, виявив їх безпосередній вплив на рівень економічного потенціалу ЗВО. Індикаторами основних складових інтелектуального та людського капіталів, як важливих складників економічного потенціалу, є кількість публікацій та цитованість у виданнях, що індексуються бібліографічною базою даних Scopus, а також індекс Гірша. Рівень економічного потенціалу та вплив чинників кон'юнктури ринку освітніх послуг визначають рівень конкурентоспроможності ЗВО у Webometrics Ranking of World Universities, що підтверджується моделлю залежності кількості заяв абітурієнтів від позиції ЗВО у даному рейтингу. Тобто, рівень інтернет-присутності закладу вищої освіти, суттєво впливає на чисельність заяв, що надходять до ЗВО від абітурієнтів і, відповідно, на чисельність студентів, прийнятих до даного ЗВО. З огляду на те, що саме скорочення чисельності абітурієнтів визначено за результатами дослідження найсуттєвішою загрозою вітчизняним ЗВО, можна стверджувати, що рівень інтернет-присутності ЗВО залежить від кількості публікацій науково-педагогічних працівників ЗВО,

опублікованих у виданнях, які індексуються у Scopus та, водночас, визначає рівень конкурентоспроможності закладу вищої освіти.

Запропонована система чинників, а також результати оцінювання інтенсивності їх впливу на рівень конкурентоспроможності ЗВО дозволяють виявити пріоритетні напрями подолання загроз та використання можливостей зовнішнього середовища. Крім того, результати аналізу загроз і можливостей разом із результатами оцінювання рівня конкурентоспроможності є основою для вибору стратегії та розробки системи заходів щодо управління конкурентоспроможністю ЗВО.

Література

1. Каленюк І. С., Куклін О. В. Розвиток вищої освіти та економіка знань: монографія. Київ: *Знання*, 2012. 343 с.
2. Петриченко Л. Чинники визначення конкурентоспроможності закладу вищої освіти в умовах глобалізації ринку освітніх послуг. *Education Innovation Practice*. 2023. № 11 (1): 28-34. DOI: [10.31110/2616-650X-vol11i1-005](https://doi.org/10.31110/2616-650X-vol11i1-005) (дата звернення: 17.03.2024).
3. Стеблюк Н.Ф., Копейкіна Є.В. Оцінка конкурентоспроможності вищих навчальних закладів для визначення стратегій їх розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 28-32.
4. Труніна І.М., Білик М.Ю. Управління конкурентоспроможністю закладів вищої освіти. *Центральний економічний вісник. Економічні науки*, 2020. Вип. 5 (38). URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/c462a828-831a-4ea1-b625-b4f7afa1dd24/content> (дата звернення: 05.03.2024).
5. Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Сулим Т.А. Дослідження конкурентоспроможності закладів вищої освіти: сутність та диференційований підхід до визначення. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. № 2. С. 53-62.
6. Тарасенко О.С. Моделювання зв'язку між попитом на освітні послуги та рейтингом ЗВО у Webometrics Ranking of World Universities. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2024. № 1 (18). С. 9-21.

УДК 657.6

Радіонова Н.Й., д.е.н., проф.,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Беззаперечно, що основним економічним чинником, який в значній мірі визначає ефективність та довготривалість функціонування будь-якого підприємства, є фінансовий результат його діяльності. При цьому фінансовий результат виступає тим комплексним показником, який узагальнює усі результати виробничо-господарської діяльності підприємства та визначає стратегію її розвитку, оскільки не тільки сьогоднішній стан, а й майбутнє кожного підприємства залежить від результатів його операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Провідна роль у вирішенні питань оптимізації величини фінансових результатів належить контролю, який дозволяє визначати шляхи оптимізації доходів і витрат, що спряє покращенню фінансових результатів підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності.

Бувають випадки, коли інформація, що відображається у фінансовій звітності не відповідає даним бухгалтерського обліку, що пояснюється намаганням управлінського персоналу прикрасити показники діяльності підприємства з метою підвищення його інвестиційної привабливості та підняти рівень кредитоспроможності [2, с. 65]. Отже, своєчасний незалежний контроль фінансових результатів діяльності підприємства є актуальним для всіх стейкхолдерів.

Організація аудиту фінансових результатів діяльності підприємства - це комплекс заходів, спрямованих на перевірку та підтвердження достовірності та об'єктивності фінансової звітності підприємства. Складність аудиторської перевірки фінансових результатів підкреслюється тим, що за даним видом перевірки встановлюється найвища ступінь аудиторського ризику.

Метою аудиту результатів діяльності є встановлення достовірності,

об'єктивності, правдивості й законності відображення в бухгалтерському обліку й звітності фінансових результатів діяльності підприємства.

Для досягнення цієї мети необхідно: звірити, чи відповідають дані за доходами й витратами показникам Звіту про фінансові результати та нормативним документам, які регламентують порядок його підготовки; перевірити достовірність показника прибутковості акцій; проаналізувати структуру доходів і витрат від різних видів діяльності підприємства; дослідити динаміку фінансових результатів підприємства та надати рекомендації щодо покращення фінансового стану замовника.

Серед основних джерел інформації для аудиту операцій щодо фінансових результатів діяльності слід зазначити: базові документи, які регламентують методику обліку фінансових результатів та позаоблікові документи (установчі документи, наказ про облікову політику; робочий план рахунків; протоколи зборів акціонерів); первинні документи з обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності; облікові реєстри; фінансову звітність підприємства; документацію, що узагальнює результати зовнішнього й внутрішнього контролю.

При плануванні аудиторських процедур, оцінюванні отриманих матеріалів аудитор повинен враховувати, що невиконання клієнтами вимог законодавчих та нормативно-правових актів України може стати причиною перекручення фінансової звітності підприємства й істотно вплинути на фінансові результати діяльності клієнта. Отже, після підписання договору на проведення аудиту, аудитор має скласти план та програму проведення перевірки фінансових результатів діяльності підприємства, що дозволять ефективно скоординувати роботу, а також проконтролювати її належне виконання. Зважаючи на трудомісткість визначеної ділянки аудиту, перевірку слід здійснювати за етапами, що дозволить сформулювати цілі і завдання та, відповідно, успішно їх реалізувати. Загальна схема послідовності проведення аудиту фінансових результатів діяльності представлена на рис. 1.

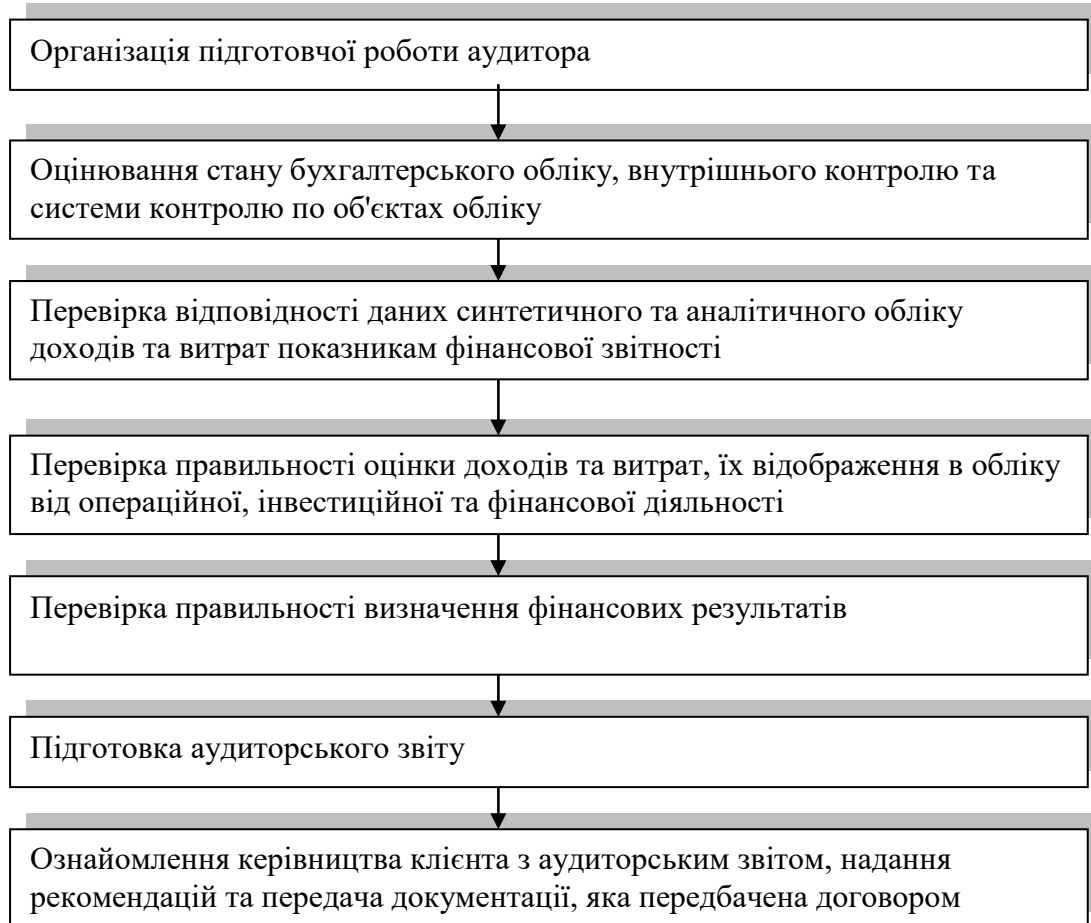


Рис. 1. Послідовність проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства.

Джерело: узагальнено автором за [1, с. 81; 4, с. 138].

Дотримання професійних стандартів та етичних принципів, а також використання сучасних методів та технологій є важливими аспектами успішного проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства.

Література

1. Будько О.В. Аудит фінансових результатів: організаційні та методичні засади проведення/ О.В. Будько, О.В. Корнієнко// Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету. – 2022. – № 1(4). – С. 79-87.
2. Бунда О. М. Облік фінансових результатів в управлінні підприємством / О. М. Бунда, А. А. Кисельова // Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : матеріали наук. практ. інтернет-конф. (24 травня 2017 р., м. Київ). - К.: КНУТД – 2017. – С. 64-66.
3. Радіонова Н. Й. Організаційні засади проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства /Н. Й. Радіонова, І. С. Гайдей // Економічний простір. – 2019. – № 142. – С. 136-148.

УДК 657.65.012.32

Матюха М. М., к.е.н, доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ. Україна

ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ КОМПЛАЄНСУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ

Вступ України до Європейського Союзу пов'язане із запровадженням та виконанням світових стандартів податкової системи, як однієї із багатьох дорожніх карт реформування, які має пройти вітчизняна законодавча ланка. Зокрема реформування податкової системи, передбачає введення поняття «комплаєнс» - як інституту управління податковими ризиками. З одного боку, така система має на меті забезпечити фінансову безпеку країни, дотримуватися вимог законодавства, яке регулює відносини у сфері справляння податків. Недотримання цієї вимоги може спричинити незворотні наслідки як для самої держави, так і для платників податків. Запобігання цим негативним наслідкам є завданням ефективної системи податкового комплаєнсу як елементу податкової безпеки України.

З іншого боку комплаєнс у податковій сфері має забезпечувати довіру між державою і бізнесом, що ґрунтується на добровільній сплаті податків, створення переліку платників податків з високим рівнем добровільного дотримання податкового законодавства, що користуватимуться низкою переваг у податковому адмініструванні.

Закордонний досвід засвідчує, що комплаєнс набуває все більшого значення як на національному, так і на міжнародному рівнях. Це відображається прийнятих директивах, що зобов'язують уряди прийняти відповідні закони, а компанії мають дотримуватися зобов'язань щодо податкової звітності та сплати податків

Комплаєнс означає, що компанія дотримується чинних правил і законів. Це стосується як законів країни, так і вимог регуляторних органів, а також внутрішніх директив компанії. Компанія може запровадити та використовувати

низку інструментів і процесів, щоб досягти належного комплаєнсу. Вони призначені для того, щоб неналежну поведінку або порушення можна було виявити, запобігти або вирішити на ранній стадії, до будь-яких серйозних наслідків, таких як кримінальне переслідування, штрафи або серйозна шкода репутації компанії.

Система комплаєнсу, що пов'язана із оподаткуванням у Європейських країнах вирішує безпосередні питання оподаткування та опосередковані, що пов'язані із діяльністю компанії.

Найбільш питання оподаткування з боку бізнесу пов'язані із оптимізацією витрат на проведення перевірок, збору даних та проведення інших контролюючих заходів, що зводиться до непрямого тягара оподаткування. Як правило західні компанії визначають такі витрати за статтею «витрати на дотримання податкового законодавства», в якій визначається непрямий тягар оподаткування. Сюди включають витрати, пов'язані з фінансовим і бухгалтерським плануванням, записом господарських операцій, збором і зберіганням документів, поданням декларацій, веденням перевірок та судових розглядів. Ці види діяльності, які підпадають під визначення дотримання податкового законодавства, являють собою додаткове поглинання ресурсів, крім сум, що сплачуються платниками податків як фіскальні податкові видатки. Витрати на збір даних для проведення перевірок є вагомою статтею витрат для бізнесу, що залежить від податкової системи та розміру підприємства. Наступним витратним елементом є підготовка податкової декларації, як друга у структурі витратна діяльність, але подання самої податкової декларації передбачає понесення найменших витрат. У контексті бізнесу комплаєнс означає законність дій компанії в цілому і кожного її співробітника, від топ-менеджменту до всіх філій і підрозділів. В очах контрагентів комплаєнс-перевірка підтверджує, що підприємство відповідає вимогам законодавства, запропонованим правилам, нормам певних стандартів і/або умовам договору.

На вітчизняному рівні прийнято законопроект про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей податкового адміністрування

під час воєнного стану для платників податків з високим рівнем добровільного дотримання податкового законодавства, який передбачає базові елементи такі як розширення змісту поняття «податковий ризик» та запровадження терміна «комплаєнс (управління податковими ризиками)» та введення Переліку платників податків з високим рівнем добровільного дотримання податкового законодавства, які користуватимуться низкою переваг у податковому адмініструванні під час воєнного стану. До таких переваг слід віднести запровадження мораторію на документальні перевірки (крім деяких видів), скорочення строків камеральної та документальної перевірок у цілях бюджетного відшкодування - 5 календарних днів, індивідуальні податкові консультації протягом 5 календарних днів, закріплення за платником податків комплаєнс-менеджера, з яким платник зможе взаємодіяти зокрема із використанням засобів дистанційного зв'язку, у тому числі у режимі відеоконференції та інші.

Таким чином, податкова політика як один із основних напрямів економічної політики держави, спрямована на забезпечення економічно обґрунтованого податкового навантаження на суб'єктів господарювання, стимулювання суспільно необхідної економічної діяльності суб'єктів, а також дотримання принципу соціальної справедливості та конституційних гарантій прав громадян при оподаткуванні їх доходів. Поява нових правових явищ «податкова безпека» та «податковий комплаєнс» вже потребують свого законодавчого закріплення у рамках корегування сучасного бачення поняття «податкової політики».

Література

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей податкового адміністрування під час воєнного стану для платників податків з високим рівнем добровільного дотримання податкового законодавства Режим доступу: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/43829>
2. Overview on the tax compliance costs faced by European enterprises– with a focus on SMEs // Режим доступу: <https://www.europarl.europa.eu/committees/en/fisc/supporting-analyses/latest-documents>

УДК 336.7

Мякота Р. М., аспірант
ДНУ «Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна
Куцовський О. В., аспірант
Академія праці, соціальних відносин і туризму
м. Київ, Україна

БОРГОВА ПОЛІТИКА ЄС ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Боргова політика Європейського Союзу (ЄС) та її регулювання в наш час є предметом живої дискусії як серед експертів у галузі економіки, так і серед політичних діячів. З урахуванням важливості досягнення Глобальних цілей сталого розвитку (SDGs) в контексті забезпечення сталого економічного розвитку та добробуту, дослідження боргової політики ЄС та її впливу на ці цілі стає надзвичайно актуальним.

Метою цього дослідження є вивчення боргової політики ЄС та механізмів її регулювання з огляду на досягнення SDGs. Дослідження спрямоване на визначення впливу боргової політики на сталість фінансово-економічної системи ЄС та його відповідність цілям сталого розвитку, а також на виявлення ключових викликів та можливостей для подальшого удосконалення цієї політики.

Під час цього дослідження використовувались наступні методи аналізу: контент-аналіз, моніторинг суспільно-політичних та економічних тенденцій, статистичний аналіз, огляд літературних джерел.

Боргова політика ЄС базується на принципах фінансової стійкості, економічного зростання та соціального розвитку. Основними цілями є забезпечення фінансової стабільності в регіоні, зниження ризиків економічної нестабільності та підтримка економічного зростання. Для досягнення цих цілей ЄС використовує різноманітні інструменти, такі як бюджетна політика,

монетарна політика, фінансова регуляція та інвестиційні стратегії.

Структура державного боргу країн ЄС відрізняється від країни до країни і включає як внутрішні, так і зовнішні борги. Динаміка боргових показників також може варіюватися в залежності від економічних та політичних умов кожної країни. Однак загальна тенденція включає зростання державного боргу у багатьох країнах ЄС у зв'язку з економічними кризами та потребами в інвестиціях у соціальні та інфраструктурні проекти.

SDGs, прийняті ООН, визначаються як універсальний план дій для забезпечення людського добробуту та захисту планети до 2030 року. Ці цілі включають такі аспекти, як економічний розвиток, боротьба з бідністю, здоров'я та благополуччя, освіта, соціальна справедливість та зміни клімату [2–4].

Боргова політика ЄС може відігравати як позитивну, так і негативну роль у досягненні SDGs. З одного боку, ефективне управління боргом може забезпечити фінансову стабільність, ресурси для інвестицій у соціальні та екологічні проекти та сприяти досягненню SDGs. З іншого боку, надмірний борг та неправильне використання бюджетних ресурсів можуть стати перешкодою для досягнення цих цілей, зокрема шляхом обмеження доступу до соціальних послуг та інфраструктурних проектів.

Аналіз взаємозв'язку боргової політики ЄС та SDGs дозволяє визначити ключові виклики та можливості [1; 5]. Серед викликів можуть бути надмірний борг, недостатня ефективність боргової політики, а також недостатність ресурсів для інвестування у соціальні та екологічні проекти. Проте, існують можливості для оптимізації боргової політики, включаючи підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів, залучення інвестицій для стимулювання сталого розвитку та співпрацю з іншими країнами і міжнародними організаціями.

Рекомендації для подальших досліджень та практичних застосувань,

охоплює [1–5]:

по-перше, проведення детального аналізу впливу боргової політики ЄС на конкретні аспекти SDGs для кращого розуміння цього взаємозв'язку;

по-друге, розробка та впровадження ефективних механізмів контролю за борговою політикою з метою забезпечення відповідності SDGs;

по-третє, залучення до діалогу зацікавлених сторін, включаючи громадські організації, академічну спільноту та приватний сектор, для обговорення можливих шляхів оптимізації боргової політики ЄС.

Незважаючи на складнощі, які виникають у процесі управління боргом, активне залучення до цього діалогу дозволить знайти більш ефективні шляхи досягнення SDGs, які є важливими для благополуччя людей та сталості планети.

Література

1. Петруха С. В., Петруха Н. М., Крупельницька О. Л. Цілі сталого розвитку та тригери модернізації державних фінансів. Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти. м. Рига, Латвія : Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2022. С. 252–263. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-33>.

2. Петруха С. В., Петруха Н. М. Аграрний сектор економіки: візія фінансового контексту досягнення Цілей сталого розвитку. Облік і фінанси. 2023. № 4. С. 143–155. DOI: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-4\(102\)-143-155](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-4(102)-143-155).

3. Петруха Н. М., Петруха С. В. Державне регулювання інтегрованих корпоративних об'єднань в умовах структурно-інституціональної та функціональної трансформації сільської економіки: проблеми методології, теорії, соціально-економічної та секторальної політики : монографія. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Професіонал», 2020. 496 с. + 1 електрон. опт. диск.

4. Andersson F. N., Blahous C. P., Capretta J. C., et al. Public Debt Sustainability: International Perspectives. USA, Lexington Books, 2022. 388 p.

5. Lledo V., Perrelli R. SDG Financing Options in Rwanda: A Post-Pandemic Assessment. USA: International Monetary Fund, 2021. 20 p.

УДК 657

Безверхий К.В., к.е.н., доцент,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ЗВІТНОСТІ ПРО СТАЛИЙ РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЕМПІРИЧНИЙ ДОСВІД ФРАНЦІЇ

Аудит звітності про сталий розвиток корпоративних підприємств у Франції відбувається в контексті зростаючої уваги до соціальної відповідальності підприємств та сталого розвитку як в самій Франції, так і на міжнародному рівні. Разом з тим, аудит звітності про сталий розвиток корпоративних підприємств у Франції відбувається в динамічному контексті, де постійно зростає увага до соціальної відповідальності та сталого розвитку як від самого суспільства, так і від зацікавлених сторін на міжнародному рівні.

В наших попередніх дослідженнях [1] було розглянуто питання аудиту інтегрованої звітності корпоративних підприємств.

Звідси, пропонується розглянути Францію, корпоративні підприємства якої також розкривають інформацію про сталий розвиток у відповідних видах звітності (рис. 1).

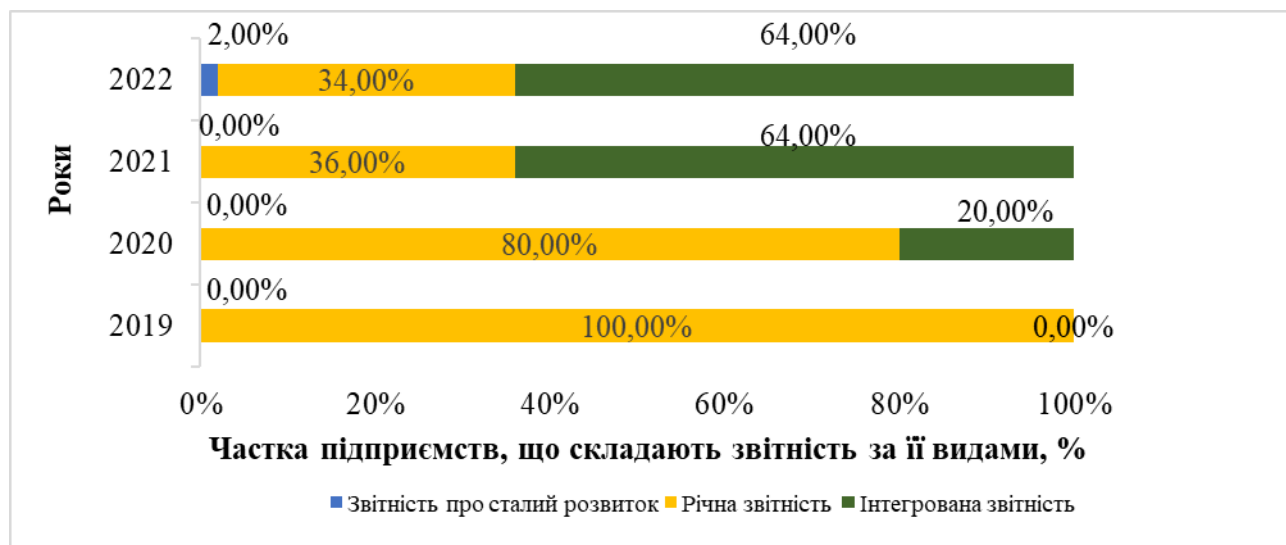


Рис. 1. Види звітності, які складають корпоративні підприємства Франції
Джерело: побудовано автором на основі [2]

Досліджуючи види звітності, які складають корпоративні підприємства Франції (рис. 1), можна сказати, що у 2019 році відсоток французьких компаній, які звітували про сталий розвиток у річній звітності становив 100,00%.

Разом з тим, у 2020 році частка корпоративних підприємств Франції, що складала річну звітність становила 80,00 %, інтегровану – 20,00%. Водночас, у 2021 р. частка корпоративних підприємств Франції, що складала річну звітність складала 36,00 %, інтегровану – 64,00 %. Водночас, у 2022 р. частка корпоративних підприємств Франції, що складала звітність про сталий розвиток становила вже 2,00 %, річну – 34,00 %, інтегровану – 64,00 %. Далі доцільно навести стандарти аудиту звітності, зокрема звітності про сталий розвиток, що використовується французькими аудиторськими фірмами для підтвердження її достовірності та надійності (рис. 2).

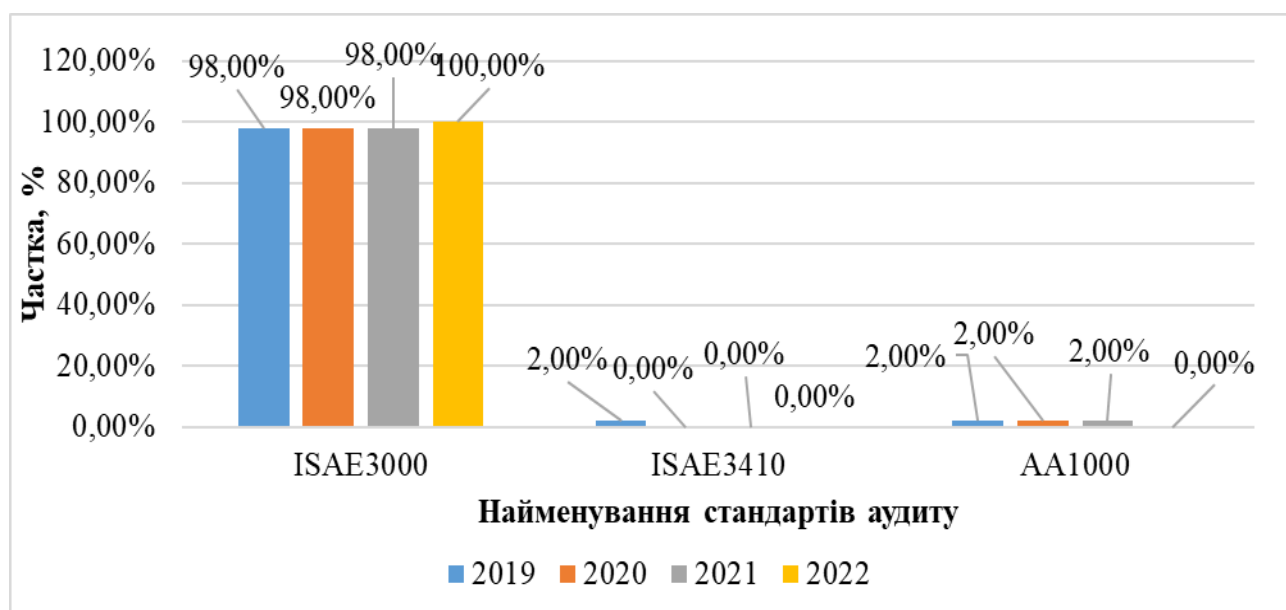


Рис. 2. Стандарти аудиту звітності про сталий розвиток, що використовується французькими аудиторськими фірмами

Джерело: побудовано автором на основі [2]

Досліджуючи (рис. 2) стандарти аудиту звітності про сталий розвиток, що використовуються французькими аудиторськими фірмами, слід зазначити, що частка застосування стандарту ISAE 3000 «Цілі впевненості, які не є аудитом або оглядом історичної фінансової інформації» [3] у 2022 році збільшилась на 2,00% порівняно з 2019 роком або з 98,00 % до 100,00 %.

Однак, використання стандарту ISAE 3410 «Завдання з надання впевненості щодо звітів з парникових газів» [3] зменшилось на 2,00 % у 2022 році порівняно з 2019 роком, або з 2,00 % до 0,00 %. Водночас, використання стандарту AA1000 [4] французькими аудиторськими фірмами зменшилось з 2,00% у 2019 році до 0,00% у 2022 році. Це може свідчити про втрату інтересу до підходів, що базуються на соціальній відповідальності бізнесу.

Таким чином, емпіричний досвід з аудиту звітності про сталий розвиток корпоративних підприємств у Франції може допомогти краще зрозуміти практичні виклики та можливості, що виникають у цій галузі.

Література

1. Безверхий К.В., Гнилицька Л.В. Аудит інтегрованої звітності корпоративних підприємств. *Фінанси України*. 2022. № 9. С. 98-114. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2022.09.098>.

2. The state of play: sustainability disclosure & assurance 2019-2022, Trends & Analysis (2024). URL: [https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy/publications/state-play-sustainability-disclosure-assurance-2019-2022-trends-analysis_\[in English\]](https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy/publications/state-play-sustainability-disclosure-assurance-2019-2022-trends-analysis_[in English]).

3. International Auditing and Assurance Standards Board. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. 2021 Edition Volume Підскажіть будь-ласка, чи могли б Ви пройти анкетування щодо формування інтегрованої звітності. Надати може після ознайомлення з анкетною якісь рекомендації. Заздалегідь дякую. II, p.78-233 URL: <https://www.iaasb.org/publications/login/66320> [in English].

4. AA1000 AccountAbility Principles Standard (2018). URL: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-accountability-principles/>.

УДК 336.1

Шуман В. Ю., аспірант
ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ, Україна
Рибіцький О. Л., незалежний експерт

SMART-МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ СФЕРИ В КООРДИНАТАХ СУЧАСНИХ ІМПЕРАТИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

В сучасному світі, де інновації та технології відіграють ключову роль у розвитку економіки, фінансування науки стає не просто витратою, а й стратегічною інвестицією. SMART-механізми фінансування, ґрунтуючись на принципах специфічності, вимірюваності, досяжності, релевантності та обмеженості в часі, мають потенціал трансформувати наукову сферу України, роблячи її більш динамічною, ефективною та результативною.

Традиційні моделі фінансування науки в Україні часто неефективні та не відповідають сучасним викликам. SMART-підхід дозволяє чітко визначити цілі досліджень, виміряти їх результати, моніторити прогрес та оптимізувати використання ресурсів. Це сприяє кращому плануванню, координації та співпраці в науковій сфері.

SMART-фінансування стимулює інновації, підвищує продуктивність, забезпечує прозорість та підзвітність, а також сприяє зростанню інвестицій завдяки підтримці досліджень з комерційним потенціалом та чітким очікуваним результатам, що мотивує дослідників та гарантує ефективне використання бюджетних коштів, стимулюючи приплив приватних інвестицій у наукову сферу.

Впровадження SMART-механізмів в Україні має стати рушійною силою модернізації наукової сфери. Це передбачає комплексний підхід, що включає:

реформування системи грантів: розробку чітких та прозорих критеріїв відбору проектів, впровадження конкурентної процедури на основі експертної

оцінки, а також моніторинг та оцінку виконання грантових проєктів;

створення інноваційних фондів: спрямованих на підтримку досліджень з високим комерційним потенціалом, стимулювання комерціалізації наукових розробок та сприяння появі нових продуктів та технологій;

розвиток публічно-приватного партнерства: залучення приватного сектору до фінансування наукових досліджень та розробок, що дозволить поєднати ресурси та експертизу для досягнення спільних цілей;

підвищення кваліфікації науковців: надання їм можливостей для навчання основам SMART-підходу, проєктного менеджменту та комерціалізації наукових розробок.

Впровадження SMART-механізмів стимулюватиме інновації, підвищить ефективність використання бюджетних коштів, сприятиме прозорості та підзвітності в науковій сфері, а також активізує співпрацю між наукою та бізнесом. Це, в свою чергу, призведе до зростання інвестицій у науку, створення нових продуктів та технологій, а також посилення конкурентоспроможності України на світовому ринку.

Сьогодні Україна стоїть перед викликом модернізації економіки та підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку. Одним із ключових інструментів для досягнення цієї мети є розвиток інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ).

Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Державної цільової науково-технічної програми з використання технологій штучного інтелекту в пріоритетних галузях економіки на період до 2026 року» від 13 квітня 2024 р. № 320-р свідчить про визнання державою пріоритетності розвитку ШІ [1]. Проте, для успішного впровадження цієї програми необхідні ефективні механізми фінансування наукової сфери, які широко дослідженні у роботах О. Олієвської [2–3] та О. Мельникова [4].

Запровадження SMART-механізмів фінансування наукової сфери дозволить використовувати сучасні методи фінансування, такі як гранти, конкурси, публічно-приватне партнерство, венчурні інвестиції. Створення сприятливих умов для впровадження технологій ШІ, а саме розвиток науково-дослідної інфраструктури та стимулювання інноваційної діяльності.

Багато країн світу вже активно використовують технології ШІ в науковій та науково-технічній діяльності. Наприклад, у США на дослідження ШІ та забезпечення їх швидкого впровадження в економіці щорічно виділяється понад 10 млрд доларів [5]. У ЄС на ці цілі виділено 7 млрд євро, із поступовим збільшенням інвестицій для зміцнення фундаментальних досліджень і наукових проривів, модернізації дослідницької інфраструктури ШІ, розробки програм ШІ в ключових секторах від охорони здоров'я до транспорту, сприяння застосуванню ШІ та доступу до даних [6].

На даний момент США є лідером в нарощуванні інвестицій в інновації ШІ. Запровадження пілотного проекту National AI Research Resource [7], який стимулює широкі інновації, конкуренцію та більш справедливий доступ до досліджень ШІ. Цей пілотний проект, що координується Національним науковим фондом США (NSF), є першим кроком до створення національної інфраструктури для надання дослідникам та студентам обчислювальних потужностей, даних, програмного забезпечення, доступу до відкритих та закритих моделей ШІ й інших ресурсів для навчання ШІ. Ці ресурси надаються 11 партнерами з федеральних агентств та понад 25 партнерами з приватного сектору, неприбутковими організаціями та благодійними фондами.

Досвід країн-лідерів у сфері досліджень та впровадження ШІ, таких як США та ЄС, свідчить про те, що SMART-механізми фінансування можуть стати ключовим інструментом для досягнення значних успіхів у цій галузі.

Впровадження SMART-механізмів фінансування науки в Україні потребуватиме комплексного підходу, що включає реформування системи

грантів, створення інноваційних фондів, розвиток публічно-приватного партнерства, підвищення кваліфікації науковців.

Переконані, що впровадження SMART-механізмів фінансування науки дасть потужний поштовх для розвитку інновацій в Україні та відкриє нові можливості для економічного зростання та процвітання країни.

Література

1. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової науково-технічної програми з використання технологій штучного інтелекту в пріоритетних галузях економіки на період до 2026 року» від 13 квітня 2024 р. № 320-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-kontseptsii-derzhavnoi-tsilovoi-naukovo-tekhnicnoi-prohramy-z-vykorystannia-s320130424>.

2. Олієвська М. Г., Петруха С. В. Фінансування освітньо-наукової діяльності в країнах з низьким рівнем доходів на душу населення. Бізнес Інформ. 2018. № 6. С. 103–109. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-6_0-pages-103_109.pdf.

3. Олієвська М. Г., Петруха С. В., Бондаренко Д. В. Передумови сталого розвитку людського капіталу: якісна освіта, доступна медицина та продовольча безпека. Наукові праці НДФІ. 2020. № 2. С. 91–109. DOI: <https://doi.org/10.33763/npndfi2020.02.091>.

4. Мельников О. В., Петруха С. В., Петруха Н. М. Економічне відновлення сільських територій: співвідношення фундаментального та прикладного аспектів наукового дослідження. Вчені записки Університету «КРОК». 2021. № 1 (61). С. 176–193. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-61-176-193>.

5. The White House. Fact Sheet: Biden-Harris Administration Announces Key AI Actions Following President Biden’s Landmark Executive Order. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/01/29/fact-sheet-biden-harris-administration-announces-key-ai-actions-following-president-bidens-landmark-executive-order>.

6. The National Artificial Intelligence Research Resource Pilot. URL: <https://nairrpilot.org>.

7. European Commission. European approach to artificial intelligence. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-approach-artificial-intelligence>.

УДК 336.02

Макарчук І.М., к.е.н., доцент,
Грановська І.В., к.е.н., доцент,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна

ФІНАНСОВЕ ВИРІВНЮВАННЯ, ЙОГО НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ

Фінансове вирівнювання — забезпечення відповідності витрат місцевих бюджетів (за економічною та функціональною класифікаціями) до мінімального рівня соціальних послуг на одного мешканця, що гарантується державою, та усунення значних розбіжностей у бюджетних видатках на різних територіях. Мета цього процесу — забезпечити виконання кількісних параметрів державних соціальних гарантій та публічних послуг.

Причини фінансового вирівнювання включають:

1) вертикальний фіскальний дисбаланс, що полягає в недостатності фінансових ресурсів урядового рівня для забезпечення суспільних послуг у межах його видаткових повноважень. Це обумовлено відмінностями у функціях різних рівнів влади в будь-якій моделі бюджетної системи.

2) горизонтальний фіскальний дисбаланс, який представляє собою невідповідність обсягів фінансових ресурсів територіальних одиниць, що мають однакові завдання [4].

Вертикальний дисбаланс можна вирішити кількома способами, такими як перерозподіл обов'язків між різними рівнями влади, введення додаткових податків, передача частини податків або надання грантів та субсидій. Горизонтальні фіскальні дисбаланси також можна усунути через встановлення вищих податкових ставок на відповідних територіях, але це може бути несправедливим для населення цих регіонів, тому держава має забезпечити фінансове вирівнювання для подолання таких розбіжностей.

Основними принципами фінансового вирівнювання виступають:

- врахування об'єктивних різниць у економічному та соціальному розвитку територій, їхнього місцезнаходження, природо-кліматичних, екологічних та інших умов.
- визначення критеріїв та переліку депресивних територій, які потребують додаткових фінансових ресурсів.
- забезпечення вирівнювання доходів місцевих бюджетів як необхідної умови для створення рівних можливостей для функціонування всіх територіальних громад, з метою здійснення однакових видатків.
- визначення ступеня вирівнювання доходів для встановлення зацікавленості органів місцевого самоврядування у зростанні дохідних джерел.
- здійснення вирівнювання видатків бюджетів органів місцевого самоврядування для забезпечення надання суспільних послуг на однаковому рівні, який гарантований законодавством України [3; 5].

Для досягнення фінансового вирівнювання у бюджетній підтримці економічного та соціального розвитку відповідних територій використовуються два основні підходи: вертикальне та горизонтальне бюджетне вирівнювання.

Вертикальне бюджетне вирівнювання означає розподіл доходів і видатків між бюджетами різних рівнів, який здійснюється відповідно до розмежування функцій і повноважень між центральними та місцевими органами влади [2].

Горизонтальне бюджетне вирівнювання передбачає вирівнювання видатків подібних місцевих бюджетів (наприклад, обласних, міських, селищних, сільських) у територіальному аспекті. Основною метою цього підходу є забезпечення однакового рівня суспільних послуг для всіх громадян країни [1].

Горизонтальне та вертикальне фінансове вирівнювання взаємопов'язані і є важливими складовими міжбюджетного регулювання.

Основним інструментом здійснення фінансового вирівнювання

адміністративно-територіальних одиниць країни є бюджетні трансферти.

Під час розробки та застосування конкретного інструменту використовуються фінансові показники, нормативи та ліміти. Перші відображають якісні та кількісні аспекти соціально-економічних явищ і процесів. Це можуть бути прогнозовані та фактичні обсяги доходів та видатків бюджетів, розміри видатків на певні повноваження, кількість користувачів соціальних послуг, працівники сфери бюджетного сектору, а також показники їхнього обладнання (наприклад, кількість ліжок у лікарнях, місць у культурних або спортивних закладах) та податкова спроможність тощо.

Література

1. Фінансове вирівнювання в системі міжбюджетних відносин: теорія та практика. П. І. Іванов, О. М. Петренко, Л. С. Сидоренко. Київ. Видавничий дім "Ін Юре". 2023.
2. Публічні фінанси та фінансове вирівнювання: теоретичні основи та практичний досвід. Під ред. І. О. Сидоренка, О. В. Ковальчука. Львів. Видавництво Львівської політехніки. 2024.
3. Фінансове вирівнювання та соціальна справедливість: виклики сучасності. Ред. М. І. Кравчук, О. В. Попова. Київ: Видавництво КНЕУ. 2023.
4. Фінансове вирівнювання: теорія, практика, перспективи. Під ред. В. П. Лисенка, Г. О. Шевченка. Харків. Видавництво ХНЕУ. 2023.
5. Фінансове вирівнювання у контексті регіональної політики: вітчизняний та зарубіжний досвід. Ред. Н. С. Гончаренко, О. В. Кузьменка. Одеса. Видавництво Одеського національного економічного університету. 2024.

УДК 336.7

Гуденко Б. О., аспірант
ДННУ «Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна
Карашенко В. С., незалежний експерт

ДОБРОВОЛЬЧІ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ІСТОРІЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ SMART-РОЗВИТКУ

У зв'язку з початком російської збройної агресії проти України був прийнятий Закон України «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» [1].

Територіальна оборона ґрунтується на принципах територіальності, масовості, мінімального часу на розгортання та приведення підрозділів територіальної оборони у готовність до дій, єдиноначальності, централізації управління та децентралізації і контрольованої автономності застосування сил і засобів територіальної оборони, активності, рішучості та безперервності ведення територіальної оборони, наполегливості у досягненні мети територіальної оборони, узгодженого, спільного застосування сил і засобів, залучених до ведення територіальної оборони, безперервності взаємодії сил і засобів територіальної оборони, всебічного врахування і повного використання моральних та психологічних факторів.

Законом України «Про основи національного спротиву» [4] регламентовано правові та організаційні засади побудови територіальної оборони. Відповідно до статті 25 зазначеного Закону соціальний і правовий захист військовослужбовців, які беруть участь у заходах підготовки та виконанні завдань територіальної оборони, здійснюється згідно із Законом України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей» [2].

На членів добровольчих формувань територіальних громад під час їх участі у заходах підготовки добровольчих формувань територіальних громад, а також виконання ними завдань територіальної оборони поширюються гарантії соціального і правового захисту, передбачені Законом України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей».

Комплектування Сил територіальної оборони Збройних Сил України та добровольчих формувань територіальних громад здійснюється на контрактній основі (стаття 9 Закону України «Про основи національного спротиву»). Водночас порядок комплектування Сил територіальної оборони Збройних Сил України та добровольчих формувань територіальних громад залишається законодавчо невизначеним, що зумовлює необхідність його спеціального законодавчого закріплення. Так, у статті 24 Закону України «Про основи національного спротиву» визначається, що на військовослужбовців та добровольців добровольчих формувань територіальних громад поширюється лише дія Закону України Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей», без указівки на те, що на них так само поширюються пільги та гарантії, передбачені Законом України «Про статус ветеранів, гарантії їх соціального захисту» (згідно із змінами, внесеними Законом України від 15.03.2022 року № 2121-IX), що потребує також врегулювання.

У 2022–2023 роках бюджетне законодавство зазнало низки змін. Бюджетний кодекс України від початку повномасштабного вторгнення був доповнений рядом норм, якими спрощено порядок проведення певних бюджетних процедур з метою покращення оперативності прийняття бюджетних рішень на місцях, узаконено здійснення видатків одночасно з різних бюджетів, доповнено перелік напрямків використання бюджетних

коштів на першочергові потреби та на цілі відсічі збройній агресії РФ проти України. Однак в частині фінансової підтримки добровольчих формувань територіальних громад з місцевих бюджетів існують й досі певні законодавчі обмеження, які стримують посилення такої підтримки.

Саме тому постає негайно необхідність удосконалення окремих норм Бюджетного кодексу України, зокрема в частині [3; 5–6]:

включення до видатків, що можуть здійснюватись з усіх місцевих бюджетів видатки на заходи, спрямовані на посилення обороноздатності і безпеки держави, в тому числі закупівлю товарів, робіт і послуг в інтересах добровольчих формувань територіальних громад, згідно пропозицій військового командування, погоджених відповідними головними розпорядниками коштів державного бюджету;

реалізації місцевих програм посилення обороноздатності і безпеки держави та сприяння матеріально-технічному забезпеченню добровольчих формувань територіальних громад, зареєстрованих на відповідних територіях;

надання право на період дії воєнного стану органам місцевого самоврядування, місцевим державним адміністраціям, військово-цивільним адміністраціям або військовим адміністраціям видатки реалізації місцевих програм посилення обороноздатності і безпеки держави здійснювати шляхом надання міжбюджетних трансфертів;

встановлення, що на період дії воєнного стану виконавчий комітет сільської, селищної, міської ради територіальної громади, територія якої тимчасово окупована, може приймати рішення за поданням місцевих фінансових органів щодо затвердження місцевого бюджету та внесення до нього змін; про затвердження програм соціально-економічного та культурного розвитку, цільових програм з інших питань місцевого самоврядування; про

передачу коштів у вигляді міжбюджетного трансферту до відповідного місцевого бюджету без укладення договорів.

Література

1. Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» : Закон України від 24.02.2022 № 2102-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>.

2. Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей : Закон України від 20.12.1991 № 2011-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2011-12#Text>.

3. Марчук І. П., Тріпак М. М., Петруха С. В., Лаврук О. В., Тимків А. О. Інклюзивність контингенту здобувачів як елемент формульного фінансування закладів вищої освіти. Інклюзія і суспільство. 2023. Випуск 3. С. 12–19. DOI: <https://doi.org/10.32782/2787-5137-2023-3-2>.

4. Про основи національного спротиву : Закон України від 16.07.2021 № 1702-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1702-20#Text>.

5. Petrukha N. M., Petrukha S. V., Hudenko B. O., Hudenko O. D. The Policy of Heroes – A New Philosophy of Veteran Business. Business Inform. 2024. № 1. 392–404. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-392-404>.

6. Petrukha N., Petrukha S., Alekseienco N., Kushneruk O., Mazur A. Social Imperatives of Public Finance: War Adaptation and Principles of Post-War Recovery. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2023. Volume 3 (50). P. 358–371. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.4031>.

УДК 330.675

Левченко В. П., д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів та бізнес-консалтингу
Чернишов М. О., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Тези присвячено дослідженню та аналізу теоретичних і практичних актуальних аспектів системи управління фінансовою безпекою банків в умовах сталого розвитку, з метою визначення сутності та основних компонентів фінансової безпеки банківської системи України.

Банківський сектор України попри розпочату війну продовжує безперервно працювати, реалізуючи при цьому заходи щодо посилення своєї стійкості, міцності та безпеки. Один із ключових аспектів збереження стабільності та фінансової безпеки банківської системи України характеризується сталістю платежів та збереженням роботи банківської системи в цілому. Фінансова безпека банківської системи України є підґрунтям стабільної, конкурентоспроможної, сфокусованої на європейських стандартах, діяльності та визначає перспективні вектори подальшого розвитку всього банківського сектору в умовах сталого розвитку країни. Безпека банківського сектору є тим механізмом фінансової безпеки країни, від якого залежить фінансово-кредитна політика держави, а сам стан банківського сектора визначає рівень фінансово-кредитної безпеки та рівень фінансової безпеки держави.

Ключові слова: банківська система, фінансова безпека, банківський сектор, сталий розвиток, механізм фінансової безпеки, фінансовий стан банку, рентабельність, кредитний портфель.

Повномасштабна війна та масовані терористичні атаки на енергетичну

інфраструктуру й спровоковане цим подальше погіршення стану економіки країни визначають основні джерела ризиків для фінансової стабільності банківської системи України. Фінансові установи продовжують безперервно працювати, попри енергетичний терор та руйнування цивільної інфраструктури. Банки реалізують заходи, що посилюють їхню стійкість до операційних ризиків і надають змогу зберегти безперервність роботи навіть в умовах тривалого знеструмлення енергетичної системи. Постійність платежів та збереження роботи банківської системи характеризують один із ключових аспектів збереження стабільності та фінансової безпеки банківської системи України [3].

Фінансова безпека банківської системи України є підґрунтям стабільної, конкурентоспроможної, сфокусованої на європейських стандартах, діяльності та визначає перспективні вектори подальшого розвитку всього банківського сектору в умовах сталого розвитку країни. Національна програма НБУ щодо посилення вимог до безпеки функціонування банківських установ спрямована на модернізацію всієї банківської системи таким чином, щоб остання могла відповідати сучасним викликам сьогодення, особливо це стосується періодів криз в умовах війни [5]. Безпека банківського сектору є тим механізмом фінансової безпеки країни, від якого залежить фінансово-кредитна політика держави. Саме стан банківського сектору і визначає рівень фінансово-кредитної безпеки, а отже, і рівень фінансової безпеки держави [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що проблематика фінансової безпеки банківської системи є актуальним питанням у багатьох вчених-економістів, таких як: О. І. Барановський, О. Б. Васильчишин, В. В. Вудвуд, В. А. Гамза, Я. В. Стельмах, Ю. А. Глущенко, Т. Г. Кубах, Є. Ю. Руденко, А. Є. Лісняк, І. М. Міро, Є. Ю. Мордань, О. С. Журавка, К. В. Діденко, Я. І. Кравченко, Л. А. Приступа, В. В. Коваль, Б. В. Федорущенко, О.Й. Шевцова та багато інших. Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених фінансовій безпеці банківської системи, єдиного комплексного підходу щодо визначення даного поняття досі немає.

Фінансова безпека банківського сектору розглядається у таких фокусах: по-перше – це фінансові наслідки діяльності банківських установ, як для країни в цілому, так і для окремих стейкхолдерів банку; по-друге – це недопущення й можливе запобігання існуючим та майбутнім загрозам фінансовому потенціалу банківської системи країни, НБУ та окремим банківським установам. Таким чином, фінансова безпека окремого взятого банку є невід’ємним складовим елементом безпеки всього банківського сектору країни. Серед домінантів фінансової безпеки банківської системи можна виділити такі: досягнення та утримання на відповідних позиціях рівноважного стійкого фінансового стану банку; забезпечення ефективної конкурентоспроможної діяльності банківського сектору; можливість передчасної діагностики щодо виявлення проблемних питань та слабких місць у діяльності та стратегії розвитку банків; оптимізація ризиків банківської діяльності через відповідний механізм хеджування [1;2].

Зазначимо, що збільшення рентабельності активів та капіталу банків України, можна інтерпретувати як один з елементів забезпечення фінансової безпеки банківської системи, який характеризує позитивну внутрішню політику банку, синергію всіх його складових елементів та висококваліфікований топ-менеджмент банківського сектору.

Також фінансову безпеку банківської системи характеризує кредитний портфель (сукупність виданих банком кредитів, які на певну дату поки не погашені, тобто, знаходяться в користуванні позичальників). Кредитний ризик й надалі залишається найбільшою загрозою для забезпечення фінансової безпеки всієї банківської системи [5]. Ринкове кредитування відновлюватиметься лише із поживленням економіки.

Серед заходів фінансової безпеки банківської системи також можна відмітити операційну прибутковість, яка забезпечує банкам основну траєкторію захисту для поглинання кредитних збитків.

Висновки. В умовах сталого розвитку актуальність фінансової безпеки банківської системи України набуває особливого значення, оскільки воєнний стан та військові дії так чи інакше впливають на безпеку фінансових ресурсів

банків, захист інформації клієнтів, майна та активів персоналу. Особливо нагальними є питання щодо забезпеченості повернення кредитів, збільшення прибутковості та рентабельності банківської діяльності, мінімізації банківських ризиків та гарантування повернення вкладів населення (депозитів).

Як висновок, можна стверджувати, що для забезпечення фінансової безпеки банківської системи в умовах сталого розвитку необхідно дотримуватись таких правил: утримувати фінансову стійкість та незалежність на високому рівні; підтримувати та генерувати свій технологічний, фінансовий та управлінський потенціали; проводити постійну оптимізацію структурного механізму діяльності банку; недопущення витоку інформації та комерційної таємниці; синергійний розвиток та збереження всіх складових забезпечення фінансової стабільності та безпеки банку. Отже, фінансова безпека банківської системи є важливою складовою фінансової й національної безпеки країни та таким станом банківської установи, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, її здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку.

Література

1. Васильчишин О. Б. Концентрація банківської діяльності та її вплив на фінансову безпеку банківської системи України / О. Б. Васильчишин // Український журнал прикладної економіки. - 2017. - Т. 2, № 1. - С. 28-40.
2. Вудвуд В. В. Фінансова безпека банків як один із складників фінансової безпеки держави / В. В. Вудвуд, Я. В. Стельмах // Молодий вчений. - 2019. - № 12(1). - С. 24-27.
3. Звіт про фінансову стабільність (bank.gov.ua)
<https://bank.gov.ua/ua/stability/report>
4. Федорущенко Б. Формування системи забезпечення фінансової безпеки банківського сектору / Б. Федорущенко, О. Барановський // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. - 2021. - № 5. - С. 16-27.
5. Шевцова О.Й. Стратегія управління фінансовою безпекою банку / О.Й. Шевцова // Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету, №8 (297), 2022. - С. 65-70.

УДК 338.054.23

Андрєєв А. О., аспірант
ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ, Україна
Барський О. В., незалежний експерт

ТЕХНОЛОГІЇ SMART-АУДИТУ ПОТРЕБ УКРАЇНИ У ВІДНОВЛЕННІ ТА ВІДБУДОВІ

Війна в Україні є найбільшим військовим конфліктом в Європі з часів Другої світової. Без применшень тяжких наслідків та втрат від інших великих військових конфліктів повоєнного часу (В'єтнам, 1955–1970, Ірак, 2003–2011, Сирія, 2011 по наш час), слід зазначити, що масштаби дій, залучених ресурсів і сил, і як наслідок, масштаби завданої економічної шкоди сьогоденній війни є найбільшими. Це ставить низку задач в різних сферах, в тому числі і у питаннях аудиту потреб у відновленні та відбудові.

Вирішення нових задач, масштаб яких важко порівняти з попередніми, потребує нових підходів. Сучасний світ є консистенцією технологій та великого об'єму даних, що експоненціально зростає. І вплив цього ми бачимо як в зміні доктрини введення війни – зростання ролі дронів, зменшення долі танків та броньованої техніки, так і в інших напрямках. Проте ці зміни лише мають настати у сфері аудиту. І відповіддю на цей виклик повинен бути SMART-аудит, що відповідатиме сучасному світу [1]. Термін «SMART-аудит» відноситься до використання передових технологій та інтелектуальних методів для ефективного збору, обробки та аналізу даних у рамках аудиторської діяльності. Він інтегрує принципи SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound), які допомагають зробити аудиторські процеси більш цілеспрямованими та ефективними.

Цьому питанню світова наукова спільнота приділяє активну увагу останні 15 років. Слід зазначити, що існує низка бар'єрів до повноцінного переходу

аудиту до свого наступного етапу розвитку, серед яких в першу чергу слід відзначити узгодження стандартів та правил аудиту з використанням аналізу даних [2] та необхідність еволюційного розвитку наявної методології або розробка кардинально нової [3–4]. Українська наукова спільнота також не залишається осторонь даного питання. Велику увагу використанню штучного інтелекту в аудиті приділяє С. В. Івахненко, що може значно підвищити ефективність, точність аудиту, автоматизувати рутинні задачі та покращити можливості виявлення шахрайських дій [5].

Технології SMART-аудиту в контексті відновлення та відбудови України охоплюють використання інтелектуальних інструментів та систем для ефективного аналізу потреб країни у різних секторах. Ось декілька ключових аспектів та переваг таких технологій:

збір та аналіз даних: SMART-аудит дозволяє збирати великі обсяги даних з різноманітних джерел, включаючи сенсори, дрони, супутникові знімки тощо. Ці дані можуть бути використані для оцінки збитків, потреб у відновленні інфраструктури, житла, сільськогосподарських угідь тощо;

реальний час: Технології дозволяють проводити моніторинг і аудит у режимі реального часу, що є критично важливим для швидкого реагування на зміни в ситуації та оптимізацію ресурсів;

прозорість і залучення громад: Системи SMART-аудиту можуть сприяти збільшенню прозорості використання ресурсів та фінансів, а також залучати місцеві громади до процесу відновлення через інтерактивні платформи та мобільні додатки;

автоматизація та ШІ: Використання штучного інтелекту може допомогти в автоматизації процесу аналізу даних, виділенні ключових трендів та прогнозуванні майбутніх потреб, що дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення;

інтеграція з іншими системами: SMART-аудит може бути інтегрований з іншими управлінськими та планувальними системами для створення єдиної ефективної системи управління відновленням.

Застосування таких технологій може значно підвищити ефективність відновлювальних робіт, мінімізувати втрати та сприяти сталому розвитку в постконфліктний період. Проте для повноцінного їх залучення потрібно проведення низки змін в діючому законодавчому полі, створення data-інфраструктури, покращення систем захисту даних та інше.

Література

1. European Court of Auditors. Smart Audit: the digital transformation of audit. 2020. URL: <https://medium.com/ecajournal/smart-audit-the-digital-transformation-of-audit-b283e1653bd4>.
2. EY. *How big data and analytics are transforming the audit*. 2015. URL: https://www.ey.com/en_es/assurance/how-big-data-and-analytics-are-transforming-the-audit.
3. Coffey S. *The future of audit: Looking ahead in a time of rapid change*. 2018. URL: <https://www.accountingtoday.com/opinion/the-future-of-audit-looking-ahead-in-a-time-of-rapid-change>.
4. Knir M., Petruha S., Kryvoruchko Y. *Accountability theory and its implication in public finance*. *Наукові праці НДФІ*. 2019. № 4. С. 47–58. DOI: <https://doi.org/10.33763/npndfi2019.04.047>.
5. Івахненко С. В. *Застосування штучного інтелекту в аудиті*. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2023. Вип. 8(1). С. 54–60. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2023.8.1.54-60>.

УДК 330

Ільницький В.С.,
аспірант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ЗАХИСТ ВІД КІБЕРЗАГРОЗ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрові технології створюють можливості для підвищення результативності суспільних продуктів і задоволенні потреб людини. Це досягається шляхом збалансованого та стійкого використання виробничих, технологічних, трудових, інтелектуальних, фінансових та природних ресурсів, а також розвитком фізичної та інноваційної інфраструктури. Ці процеси створюють передумови для настання нового укладу суспільного життя, який часто називають цифровою економікою [1]. В сучасному світі цифрові технології стали не лише допоміжним інструментом, але й ключовим елементом у формуванні ефективної економіки. Вони перетворюють традиційні сфери діяльності, змінюючи підходи до виробництва, розповсюдження продукції, обслуговування споживачів та багато інших аспектів життя суспільства. Одним із ключових аспектів переходу до цифрової економіки є перетворення виробничих процесів. Цифрові технології дозволяють оптимізувати виробництво, зменшуючи витрати на енергію та сировину, підвищуючи продуктивність праці та якість продукції.

Захист від кіберзагроз відіграє ключову роль у розвитку цифрової економіки, оскільки він забезпечує безпеку та довіру у цифровому середовищі, що є важливим фактором для подальшого розвитку інтернет-економіки та цифрових технологій. Кіберзагрози, такі як кібератаки, кібершпигунство, кібертероризм та інші, можуть значно пошкодити інфраструктуру та процеси цифрової економіки, тому захист від них є надзвичайно важливим аспектом.

Забезпечення кібербезпеки включає в себе ряд заходів та стратегій. По-перше, це розвиток і впровадження заходів технічного захисту, таких як використання антивірусного програмного забезпечення, захист від вторгнень. По-друге, важливо проводити систематичні аудити та оцінки вразливостей для виявлення потенційних ризиків та їх виправлення. По-третє, необхідно проводити навчання та підвищення кваліфікації персоналу щодо кібербезпеки, щоб забезпечити свідоме та відповідальне користування цифровими технологіями [2].

Захист від кіберзагроз має велике значення для створення сприятливого середовища для розвитку цифрової економіки. Коли компанії та користувачі відчують себе захищеними в інтернеті, вони більш схильні використовувати цифрові технології та електронну комерцію, що сприяє розвитку цифрової економіки. Крім того, захищене цифрове середовище сприяє новим інноваціям та технологіям, оскільки воно стимулює довіру та співпрацю у цифровому просторі.

Захист від кіберзагроз відіграє важливу роль у розвитку цифрової економіки, забезпечуючи безпеку та довіру в цифровому середовищі. Ефективний захист від кіберзагроз забезпечує стійкість та надійність цифрових систем. Тому важливо продовжувати розвивати та вдосконалювати заходи захисту, щоб забезпечити стійкий та безпечний розвиток цифрової економіки.

Література

1. Комова С.С. Кібербезпека в цифровій економіці / С.С. Комова // Матеріали XVI Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Сталий розвиток міст». – 2023. – С. 66-68.

2. Кіндзерський Ю.В. Кібербезпека та становлення цифрової економіки: проблеми взаємозв'язку / Ю.В. Кіндзерський // Економічна теорія. – 2020. – Вип. 3. – С. 18-25.

УДК 657.1

Радіонова Н.Й., д.е.н., проф.,
Очеретяна Н.В., здобувачка освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ПОКАЗНИКІВ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий аналіз є важливим для ефективного управління підприємством, оскільки він дозволяє оцінити фінансовий стан підприємства, виявити проблемні місця та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Одним із ключових інструментів фінансового аналізу є оцінка показників балансу підприємства. Баланс є одним з основних фінансових звітів підприємства, який відображає фінансовий стан суб'єкта на певний момент часу. Ця форма звітності становить найбільший інтерес для всіх користувачів фінансової інформації, оскільки саме баланс показує залежність підприємства від власних і позикових джерел фінансування, стан фінансових стосунків з постачальниками і покупцями, напрямки інвестиційної діяльності підприємства та джерел його фінансування. Ефективна оцінка показників балансу дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення, а стейкхолдерам - оцінювати фінансову стабільність та прибутковість підприємства [2, с. 521]. Ефективно застосована методика оцінки балансу допомагає уникнути фінансових ризиків, виявити можливості для оптимізації активів, підвищення рівня капіталу та покращення стану зобов'язань підприємства. Таким чином, розробка дієвої моделі оцінки показників балансу є важливим завданням для кожного підприємства. Проблема полягає у тому, що існують різні методичні підходи до аналізу показників балансу підприємства й невірно інтерпретовані результати можуть дати неоднозначну чи викривлену інформацію. Це може призвести до невірного визначення показників діяльності підприємства, ускладнювати

прийняття обґрунтованих управлінських рішень та знижувати довіру з боку інвесторів та кредиторів [3, с. 122].

Оцінка балансу підприємства є важливим етапом фінансового аналізу, який дозволяє зрозуміти фінансовий стан підприємства, його фінансову стійкість і здатність задовольняти поточні і майбутні зобов'язання. Серед основних методичних засад оцінки балансу підприємства слід зазначити:

1. Аналіз структури активів і пасивів. Перш ніж розпочати оцінку балансу, важливо розібратися в структурі активів (що включає поточні та необоротні активи) та пасивів (зобов'язання та власний капітал). Аналізуючи склад і структуру активів, необхідно звернути увагу на зміну питомої ваги необоротних і оборотних активів. Доцільно зауважити, що для забезпечення належної фондоддачі необоротних активів оборотні активи повинні складати не менше 40% в активах підприємства. Крім того, необхідно дослідити величину та темпи зростання (зниження) активів як в цілому по підприємству, так і за основними їх складовими. В процесі аналізу складу та структури пасивів підприємства слід звернути увагу на зміну:

- величини й питомої ваги власного капіталу у сукупному капіталі як в цілому, так за основними його складовими;
- темпів зростання (зниження) величини власного капіталу в порівнянні з темпами зростання (зниження) величини необоротних активів;
- складу і питомої ваги довгострокових і поточних зобов'язань;
- темпів зростання (зниження) величини поточних зобов'язань у порівнянні з темпами зростання (зниження) величини оборотних активів [1].

З урахуванням названих чинників можна зробити висновки про якісні зміни, що відбулися у майновому стані підприємства, прийняти необхідні управлінські рішення на майбутнє.

2. Порівняння з іншими періодами. Оцінка балансу повинна включати аналіз динаміки показників балансу підприємства за попередні періоди. Аналіз

абсолютних й відносних змін основних показників дозволить виявити тенденції.

3. Розрахунок фінансових коефіцієнтів. Використання методу розрахунку коефіцієнтів дуже поширене для оцінки фінансового стану підприємства. Традиційно розраховують коефіцієнти ліквідності, коефіцієнти платоспроможності, коефіцієнти рентабельності, коефіцієнти ділової активності, тощо.

4. Оцінка ризиків. Дані балансу дозволяють робити оцінку можливих ризиків, пов'язаних з активами та зобов'язаннями підприємства, таких як кредитний ризик, ризик ліквідності тощо.

Крім того, слід звернути увагу на врахування особливостей виду економічної діяльності підприємства. Норми та стандарти можуть відрізнятися в залежності від галузі, в якій функціонує підприємство, тому для правильної інтерпретації важливо враховувати особливості виду його економічної діяльності.

Отже, застосування ефективних методичних підходів до оцінки балансу допомагає уникати фінансових ризиків, забезпечує стабільність фінансового стану підприємства й сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, що сприяє успішному управлінню фінансами підприємства.

Література

1. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06> (дата звернення: 11.04.2024)

2. Мощенський С. Г. Бухгалтерський баланс як засіб комунікації зацікавлених сторін бізнесу в інформаційній економіці / С. Г. Мощенський // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. – Випуск 19. – С. 519-522.

3. Радіонова Н. Й. Фінансова звітність підприємства через призму його аналітичних потреб / Н. Й. Радіонова // Синергетичні драйвери розвитку обліку, податкового аудиту та бізнес-аналітики = Synergetic drivers of development of accounting, tax audit and business analytics : збірник тез за матеріалами II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, м. Ірпінь, 28 квітня 2023 року. – Ірпінь : Державний податковий університет, 2023. – С. 120-123.

УДК 336.7 (477)

Кічурчак М.В., д.е.н., професор,
Львівський національний університет
імені Івана Франка, м. Львів Україна

ПРОСТОРОВІ ВИМІРИ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ДЕПОЗИТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Вплив війни в Україні негативно позначається на різних економічних, соціальних умовах діяльності домогосподарств, фірм та держави, екологічній ситуації. Для банківської системи це підвищує ризики, пов'язані із втратою розгалуженої мережі комерційних банків, фізичної руйнації майна банківських установ, розгортанням інфляційних процесів і зменшенням привабливості відсотків за депозитними вкладками. Відповідно, потрібно проаналізувати регіональні особливості ринку банківських депозитів в умовах війни в Україні.

На науково-методичному рівні з'ясовано, що до початку війни розміщення депозитів у комерційних банках мав флуктуаційний характер в умовах недостатнього розвитку інших інститутів фінансового ринку та відновлення довіри до банківських установ [1]; специфіковано основні чинники залучення заощаджень домогосподарств на регіональний ринок банківських депозитів України [2; 3]; визначено причини регіональних асиметрій у розвитку ринку банківських депозитів [4]. Проте доцільно визначити ситуацію на ринку банківських депозитів України у розрізі регіонів під час війни та ідентифікувати основні тенденції його розвитку.

Згідно з даними таблиці 1 на регіональному ринку банківських депозитів фіксуємо зміну структури вкладів за секторами-резидентами. Причому і надалі на ринку існують просторові асиметрії його розвитку. Найвища концентрація банківських депозитів є в м. Києві та Київській області за усіма секторами – резидентами. Можна стверджувати, що наявна тенденція до монополізації ринку банківських депозитів за регіональною ознакою. З огляду на війну

структура ринку банківських депозитів практично не змінилася. Це свідчить про те, що заходи Національного банку України із забезпечення стабільної роботи банківської системи виявилися ефективними і комерційні банки виявили високу адаптивність до діяльності в умовах війни. Серед головних причин можна виокремити активний розвиток різних видів цифрових банківських продуктів, які дали змогу користувачам банківських послуг віддалено управляти своїми коштами.

Таблиця 1

Структура регіонального ринку банківських вкладів в Україні у 2021–2023 рр., сектори-резиденти (крім депозитних корпорацій), % до загального обсягу

| Регіон | 2021 | 2022 | | | | | 2023 | | | | |
|---------------------|--------|--------|-------------|------|------|-------------|--------|-------------|------|------|-------------|
| | Усього | Усього | у тім числі | | | | Усього | у тім числі | | | |
| | | | ІФК | СЗДУ | НК | ДГ та НКОДГ | | ІФК | СЗДУ | НК | ДГ та НКОДГ |
| Україна | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Вінницька | 1,7 | 1,8 | 0,6 | 2,5 | 1,3 | 2,3 | 1,8 | 0,6 | 2,7 | 1,2 | 2,2 |
| Волинська | 1,0 | 1,1 | 0,1 | 0,4 | 0,8 | 1,5 | 1,1 | 0,1 | 0,4 | 0,8 | 1,5 |
| Дніпропетровська | 8,1 | 8,9 | 2,1 | 1,6 | 6,8 | 11,1 | 9,2 | 2,4 | 1,7 | 7,4 | 11,2 |
| Донецька | 2,5 | 2,0 | 0,0 | 0,7 | 1,1 | 2,7 | 1,8 | 0,0 | 0,4 | 0,9 | 2,7 |
| Житомирська | 1,2 | 1,4 | 0,1 | 1,9 | 0,8 | 1,9 | 1,4 | 0,1 | 0,3 | 0,9 | 1,8 |
| Закарпатська | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 0,7 | 0,5 | 1,0 | 0,8 | 0,1 | 0,8 | 0,5 | 1,0 |
| Запорізька | 3,1 | 2,7 | 0,5 | 2,3 | 1,7 | 3,6 | 2,7 | 0,5 | 2,5 | 1,9 | 3,6 |
| Івано-Франківська | 1,3 | 1,3 | 0,4 | 0,8 | 0,9 | 1,7 | 1,3 | 0,4 | 0,7 | 0,8 | 1,7 |
| Київська та м. Київ | 50,4 | 51,3 | 87,0 | 76,2 | 64,3 | 38,6 | 51,5 | 86,8 | 78,3 | 63,8 | 38,9 |
| Кіровоградська | 1,1 | 1,1 | 0,1 | 0,1 | 1,0 | 1,3 | 1,1 | 0,1 | 0,2 | 0,9 | 1,3 |
| Луганська | 0,7 | 0,5 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,8 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,7 |
| Львівська | 4,8 | 5,1 | 2,8 | 2,9 | 3,7 | 6,3 | 5,1 | 2,7 | 1,3 | 3,9 | 6,4 |
| Миколаївська | 1,4 | 1,4 | 0,0 | 0,4 | 0,9 | 2,0 | 1,4 | 0,0 | 0,6 | 0,9 | 2,0 |
| Одеська | 5,5 | 4,5 | 1,2 | 1,6 | 4,4 | 4,9 | 4,4 | 1,0 | 1,7 | 4,3 | 4,8 |
| Полтавська | 2,3 | 2,3 | 0,6 | 0,7 | 2,2 | 2,6 | 2,4 | 1,1 | 0,7 | 2,3 | 2,6 |
| Рівненська | 1,0 | 1,1 | 0,1 | 0,4 | 0,7 | 1,5 | 1,1 | 0,1 | 0,4 | 0,6 | 1,5 |
| Сумська | 1,2 | 1,4 | 0,0 | 0,8 | 1,0 | 1,7 | 1,3 | 0,0 | 0,9 | 1,0 | 1,7 |
| Тернопільська | 0,9 | 0,9 | 0,1 | 0,5 | 0,7 | 1,2 | 0,9 | 0,1 | 0,5 | 0,7 | 1,2 |
| Харківська | 5,1 | 4,8 | 3,3 | 3,6 | 3,5 | 5,9 | 4,8 | 3,3 | 4,2 | 3,7 | 5,8 |
| Херсонська | 1,1 | 0,7 | 0,0 | 0,2 | 0,2 | 1,1 | 0,7 | 0,0 | 0,2 | 0,2 | 1,1 |
| Хмельницька | 1,4 | 1,4 | 0,3 | 0,3 | 1,0 | 1,8 | 1,3 | 0,3 | 0,4 | 0,9 | 1,8 |
| Черкаська | 1,5 | 1,6 | 0,1 | 0,4 | 1,2 | 2,0 | 1,5 | 0,1 | 0,4 | 1,2 | 2,0 |
| Чернівецька | 0,6 | 0,7 | 0,1 | 0,2 | 0,4 | 1,0 | 0,7 | 0,1 | 0,2 | 0,4 | 1,0 |
| Чернігівська | 1,3 | 1,3 | 0,2 | 0,5 | 0,7 | 1,7 | 1,2 | 0,1 | 0,3 | 0,7 | 1,7 |

*ІФК - інші фінансові корпорації; СЗДУ – сектор загального державного управління; НК – нефінансові корпорації; ДГ та НКОДГ – домашні господарства та НКОДГ.

Джерело: обчислено автором основи [5].

Водночас у регіонах, які наближені до активних бойових дій та які є частково окупованими ситуація на ринку банківських депозитів є дещо відмінною. У 2022–2023 рр. фіксуємо скорочення їхньої частки і зростання частки регіонів, які відносно менше постраждалими від наслідків війни. Згідно з табл. 1 відбулося зменшення частки депозитів в Донецькій, Луганській та Харківській областях, та збільшилася в Дніпропетровській, Львівській, Тернопільській областях.

Отже, під час повномасштабної війни в Україні регіональний ринок банківських вкладів виявив чутливість до ризиків, зумовлених складністю прогнозування майбутнього. Його учасники хоча і зберегли довіру до банківської системи, але належним чином оцінюють й безпекову ситуацію в Україні та її регіонах.

Література

1. Kichurchak M. Bank Deposit Activity in Ukraine: Directions and Factors of Development Activation. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2019. № 6(1). P. 145–160. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v6i1.275>.
2. Кічурчак М.В. Ринок банківських депозитів домогосподарств в Україні: структурні та регіональні особливості. *Фінанси України*. 2020. № 8. С. 26–41. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2020.08.026>.
3. Кічурчак М.В. Чинники залучення заощаджень домогосподарств на ринок банківських депозитів України: регіональний вимір. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 20–25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-3>.
4. Kichurchak M. Structural Changes in the Market of Bank Deposits of Households in Ukraine. *Finanse i Prawo Finansowe*. 2021. Vol. 1. № 29. P. 61–78. DOI: <https://doi.org/10.18778/2391-6478.1.29.04>
5. Депозити, залучені депозитними корпораціями (крім Національного банку України). Національний банк України: офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial#1ms>.

УДК 336.71

Русіна Ю.О., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

У контексті національної безпеки та економічної стійкості, забезпечення фінансової стабільності банківської системи у період воєнного стану в Україні виявляється завданням надзвичайної важливості. Зазначений період, характеризується підвищеним ризиком та непередбачуваністю, що може суттєво підірвати фінансову стійкість банківської системи та викликати серйозні наслідки для економічного розвитку країни. Одним із ключових аспектів у забезпеченні ефективної реакції на виклики воєнного стану є розробка та реалізація стратегій, спрямованих на збереження фінансової стабільності банківської системи, що вимагає комплексного аналізу, адаптації та удосконалення існуючих механізмів регулювання та нагляду за банками [2, с. 24].

Навіть з урахуванням збитків від війни, банки виявилися прибутковими у 2022 р., а в 2023 р. їхній прибуток зріс. Висока чиста відсоткова маржа та операційна ефективність характерні для банків усіх типів бізнес-моделей: корпоративної, роздрібною та універсальною. Це було досягнуто, зокрема, завдяки докладним зусиллям банків, своєчасній реакції Національного банку та багаторічній спільній роботі над реформою банківського сектору з 2015 р. Унаслідок цього банки увійшли в кризу з великим запасом капіталу та ліквідності, були операційно стійкими та ефективними та мали чіткі плани для непередбачених ситуацій [2, с. 25].

Національним банком України вжито ряд заходів, щоб забезпечити продовження нарахування та виплати заробітних плат, стипендій, пенсій та державної допомоги під час воєнного стану. Тимчасово введено обмеження щодо зняття готівки, видачі коштів у іноземній валюті та інші обмежувальні

заходи. Національний банк України та банки розробили плани дій для забезпечення сталої роботи банківської системи під час війни, звертаючи особливу увагу на захист від кібератак.

Впровадження безготівкових технологій і систем Bank-ID сприяє збереженню фінансових даних під час воєнного стану та забезпечує можливість проведення фінансових операцій в умовах обмежень.

Популяризація безготівкових розрахунків допомагає забезпечити стабільність фінансових транзакцій навіть у складних умовах війни.

Надійна робота системи електронних платежів забезпечує можливість безперервних фінансових операцій у всіх регіонах країни, де забезпечений зв'язок.

Міжнародна фінансова допомога є важливим чинником для забезпечення стабільності банківської системи в умовах війни, як для внутрішніх, так і для зовнішніх суб'єктів економічної діяльності [3].

У травні 2022 року Кабінет Міністрів України ухвалив рішення про затвердження стратегічних напрямів діяльності банків державного сектору на період воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки. Це рішення визначає основні цілі та напрями діяльності банків з метою забезпечення фінансування різних секторів економіки, що стали жертвами збройної агресії росії або зазнали великих збитків. Серед головних пріоритетів фінансування зазначено підтримку підприємств та населення, підтримку аграрного сектору для забезпечення продовольства, фінансування критичної інфраструктури, харчової промисловості, інфраструктурних проєктів та транспортно-логістичної інфраструктури. Також передбачено підтримку релокації підприємств, відновлення виробничих потужностей для імпортозаміщення продукції, що раніше імпортувалась з росії та / або білорусії [1, с. 103].

Напрями, які будуть властиві для відновлення економіки України усім комерційним банкам та банкам державного сектору:

– збільшення ролі процентних ставок в грошово-кредитній політиці для підтримки банківського кредитування та контролю інфляції через ринок

депозитів;

- підтримка інфляційного таргетування в монетарній політиці з метою стабілізації інфляції та сприяння розвитку економіки;
- відновлення повномасштабного кредитування та створення ефективних кредитних портфелів, у тому числі за рахунок розширення державних кредитних програм;
- підтримка гнучкого валютного курсу для стабілізації валютного ринку та позитивного впливу на економіку;
- зниження процентної ставки на депозитні сертифікати НБУ для збільшення прибутків та підтримки економіки;
- залучення коштів комерційних банків у внутрішньої державної позики для підтримки Уряду та економіки;
- підтримка глобалізації для залучення додаткових фінансових ресурсів та зміцнення міжнародного інформаційного обміну [1, с. 104].

Отже, в забезпеченні фінансової стабільності банківської системи України під час воєнного стану ключову роль відіграють заходи щодо підтримки грошово-кредитної політики, контролю інфляції та залучення додаткових фінансових ресурсів. Ці заходи сприяють ефективній роботі банківської системи в умовах непередбачуваності та підвищеного ризику, що є важливим для економічної стійкості країни в період війни.

Література

1. Нянько В. Банківська система за воєнного стану та у післявоєнному відновленні України /В. Нянько, Л. Нянько// Наукові записки Львівського Університету бізнесу та права. Серія Економічна. Серія Юридична. - 2022. - № 35.- С. 96-105.
2. Садура О. Б. Фінансова стійкість банківської системи України в умовах війни / О. Б. Садура, А.А. Підгайна // *Український журнал прикладної економіки та техніки*. - 2023. - Т. 8. №4.- С. 24–29.
3. Прокопенко Н. Принципи функціонування банківської системи України в умовах війни / Н. Прокопенко, В. Мирончук, І. Шепель // *Економіка та суспільство*. - 2022.- №4.- [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-33> (дата звернення: 11.04.2024).

УДК 336:368

Фонталін Д.В., аспірант,
Науковий керівник: **Радіонова Н.Й.**, д.е.н., проф.,
Київський національний університет
технологій та дизайну

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Сучасні виклики, з якими зіштовхується економіка України, зумовлюють необхідність пошуку ефективних механізмів забезпечення фінансової стабільності страхового ринку. Війна, яка триває вже кілька років, спричинила масштабне вимушене переселення громадян, обмежила доступ до багатьох послуг, у тому числі й страхових. Водночас процеси цифровізації, які докорінно трансформують бізнес-моделі страховиків, створюють як нові можливості, так і додаткові ризики. У таких складних умовах вкрай важливо забезпечити фінансову стабільність страхового ринку, зберегти його здатність виконувати свої ключові функції в економіці.

Щоб зрозуміти сучасні потреби в забезпеченні фінансової стабільності страхового ринку в цифрову епоху, давайте проаналізуємо ці два поняття:

Фінансова стабільність - стан фінансової системи, в якому вона здатна належним чином забезпечити можливість ефективно виконувати свої ключові функції, такі як фінансове посередництво та забезпечення здійснення платежів, і таким чином сприяти стійкому економічному зростанню, а також протистояти негативному впливу кризових явищ на економіку [1].

Цифровізація (діджиталізація) страхування – це процес оцифрування інформації, поширення її через сучасні канали телекомунікації, процес впровадження нових телекомунікаційних технологій для поліпшення обслуговування клієнтів страхової організації [2, с. 274]. На сучасному страховому ринку все частіше використовуються новітні цифрові технології,

які можуть значно спростити та автоматизувати багато процесів, але при цьому, через свою недосконалість вони мають значний вплив на фінансову стабільність як окремої страхової компанії, так і в цілому ринку.

Штучний інтелект (AI). Застосовується від розробки продукту, андеррайтингу та претензій до чат-ботів обслуговування клієнтів, оцінки ризиків і котирувань. Але, при використанні технологій AI, існують значні ризики щодо захисту даних, конфіденційності та упередженості. Для їх мінімізації є різні підходи:

- Прозорість моделі AI – це глибоке розуміння моделей штучного інтелекту (способів її формування та використання) і боротьба з упередженнями, що може призвести, наприклад, до несправедливого ціноутворення через дискримінацію малозабезпечених груп населення.

- Обов'язкова участь людини – застосування інклюзивного дизайну або принципів проектування AI, орієнтовані на людину, для підтримки взаємодії людини та машини [3].

- Регулювання – це розробка та впровадження протоколів безпеки для розробників штучного інтелекту; це наявність регуляторних органів, які наглядатимуть за розвитком AI; це надійна система аудиту й сертифікації; а також добре забезпечені ресурсами установи, що займатимуться подоланням драматичних економічних і політичних криз, які спричинить AI [4].

Big data (великі дані) - це сукупність методів обробки великих об'ємів інформації за допомогою алгоритмів машинного навчання, штучного інтелекту та лінійних математичних алгоритмів. Можливості даних технології принципово змінили алгоритми аналітики актуарних розрахунків та можливостей прогнозування ризиків, докорінно змінивши операційний процесинг страхового ринку. Застосовується для визначення індивідуальної ціни на основі поведінки споживачів та історичних даних з метою переосмислення ланцюга створення вартості страхування [5, с.93].

Використання технологій Big data в страховій галузі, хоча й має численні переваги, також може призводити до певних негативних наслідків та ризиків:

- Збір та обробка великих масивів персональних даних клієнтів підвищує ризики витоку конфіденційної інформації.
- Недотримання норм законодавства щодо захисту персональних даних може призвести до штрафів та репутаційних втрат.
- Надмірна диференціація тарифів на основі детального аналізу даних може призводити до обмеження доступності страхування для окремих категорій клієнтів.

Забезпечення фінансової стабільності страхового ринку в умовах війни та цифровізації є складним, але вкрай важливим завданням. Воно потребує комплексного підходу, спрямованого на адаптацію нормативно-правового регулювання, посилення нагляду, впровадження ефективних систем ризик-менеджменту в страхових компаніях, а також сприяння розвитку інноваційних страхових технологій. Лише системне вирішення цих завдань дасть змогу зберегти стійкість страхового ринку та його здатність виконувати ключові функції в економіці навіть у складних кризових умовах.

Література

1. Закон України «Про Національний банк України» від 01.01.20, ст. 1., URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>
2. Шубенко І. А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. Бізнес Інформ. 2020. №2.
3. Три способи відповідального впровадження штучного інтелекту в страховій галузі, Forinsurer, <https://forinsurer.com/news/22/04/28/41200>
4. Pause Giant AI Experiments: An Open Letter, Future of Life Institute, March 22, 2023.
5. Радіонова Н. Й. Розвиток страхових послуг у цифрову епоху / Н. Й. Радіонова, І. Буланцов // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 92-94.

УДК 657.1

Радіонова Н.Й., д.е.н., проф.,
Холявко І.В., здобувачка освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИЧНИХ МЕТОДІВ ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Ефективне управління підприємством значною мірою залежить від повного та достовірного інформаційного забезпечення, важливим джерелом якого є звітність. Для успішного функціонування підприємств дуже актуальним є застосування аналітичних методів обробки інформації, отриманої за даними фінансової звітності. Розвиток технологій, зростання обсягів даних та інформаційних потреб зумовили появу нових викликів та можливостей в аналітичній сфері. Для прийняття обґрунтованих рішень варто використовувати аналітику, яка ґрунтується на основі фактичних даних та забезпечує ефективне управління та стратегічне планування.

Результати аналітики фінансової звітності використовують у багатьох напрямках. Підприємства використовують аналітичні дані для прогнозування фінансових результатів та управління ризиками, для прийняття важливих стратегічних рішень щодо подальшого розвитку та визначення потенціалу підприємств.

Традиційно за даними фінансової звітності розраховується система аналітичних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність підприємства, які є індикаторами не лише фінансового стану підприємства, а також дають підстави для визначення підприємницьких ризиків, імовірності банкрутства підприємства, тощо.

Вважаємо за доцільне виділити напрями аналізу фінансової звітності за видами діяльності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Основні об'єкти аналітичного дослідження різних видів діяльності підприємств

| Вид діяльності підприємства | Основні об'єкти аналітичного дослідження |
|-----------------------------|---|
| Операційна діяльність | матеріально-технічне забезпечення, персонал, виробництво продукції, реалізація продукції та товарів, податкова політика |
| Фінансова діяльність | надходження власного капіталу, отримання позик, викуп власних акцій, погашення позик, дивіденди |
| Інвестиційна діяльність | придбання та реалізація фінансових інвестицій, необоротних активів |
| Інші види діяльності | інновації, реорганізація |

Джерело: узагальнено автором за [1, с. 94; 4, с. 142].

Існують різні аналітичні методи обробки інформації фінансової звітності. Із сукупності спеціальних методичних прийомів фінансового аналізу можна виокремити неформалізовані і формалізовані.

Неформалізовані прийоми аналізу базуються на логічній оцінці описання аналітичних процедур без використання жорстких взаємозв'язків та залежностей досліджуваних явищ. Ці методи характеризуються певним суб'єктивізмом, оскільки базуються на знаннях, досвіді, інтуїції спеціалістів. До цих методів відноситься, насамперед, метод Делфі, методи генерування ідей тощо. Формалізовані прийоми аналізу ґрунтуються на чітко встановлених, жорстких взаємозв'язках між досліджуваними показниками. Якщо неформалізовані прийоми відносяться переважно до якісних методів, то формалізовані можна віднести до кількісних прийомів аналізу.

До кількісних методичних прийомів можна віднести:

- 1) статистичні (зведення і групування, абсолютні і відносні величини, середні величини, ряди динаміки, індекси, таблиці і графіки);
- 2) стохастичні методи (кореляційно-регресійний аналіз, дисперсійний аналіз, коваріаційний аналіз, компонентний аналіз);
- 3) економіко-математичні методи (методи дослідження операцій, теорія

ігор, теорія масового обслуговування) [2, с. 118].

Підходи до розрахунку оціночних показників можна класифікувати наступним чином:

- 1) коефіцієнтний підхід – розрахунок системи коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан суб'єкта господарювання;
- 2) індексний підхід – розрахунок показників, що характеризують динаміку, зміну стану досліджуваного підприємства;
- 3) агрегатний підхід – побудова балансових моделей оцінювання фінансового стану [3, с. 36].

Отже аналітичні методи обробки інформації фінансової звітності мають великий вплив на прийняття ефективних управлінських рішень у всіх видах діяльності підприємства. Проте, вдале впровадження аналітичних методів має базуватися на аналітичній роботі персоналу високої кваліфікації оскільки невірні інтерпретовані результати аналізу можуть привести до прийняття помилкових управлінських рішень, що поставить під сумнів ефективність функціонування та можливість стратегічного розвитку підприємства.

Література

1. Безверхий К. В. Інтегрована звітність: трендовий аналіз/К. В. Безверхий// Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Київ: ТОВ «НВП «Інтерсервіс». – 2023. – С. 93-95.
2. Радіонова Н. Й. Особливості обліку та фінансової звітності транснаціональних корпорацій /Н. Й. Радіонова // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". – 2023. – № 6 (74). – С. 116-120.
3. Семенова К. Д. Аналітичні можливості фінансової звітності для оцінки підприємницьких ризиків/К. Д. Семенова// Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2022. – № 8 (297). – С. 32-39.
4. Radionova N., Tarasenko I., Hryhorevska O., Sayun A., Chernysh O. Scientific approaches to the systematization of cost-generating factors in the coordinates of achieving strategic and tactical goals by an enterprise/ Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики, Том 1 № 48. – 2023. – С. 139-150.

УДК

Василець А. М., студентка
факультету міжнародної торгівлі та права,
Фокіна-Мезенцева К. В., д. е. н., доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Внаслідок повномасштабного вторгнення РФ в Україну частина південних та східних територій нашої країни зазнала значних руйнувань промислової, інженерної та житлової інфраструктури. Частину територій було окуповано, а ті населені пункти, за які точилися бої – або повністю знищено, або вони стали непридатними для проживання та ведення економічної діяльності.

За оцінками Київської школи економіки, прямі втрати активів підприємств і промисловості України від руйнувань внаслідок військової агресії РФ у грошовому вираженні станом на початок 2024 року склали 13,1 млрд доларів США, що становить 8,3% від загальної суми збитків інфраструктури, які вже перевищили позначку в 157,2 млрд дол. США [1, с. 4]. Загалом же від початку повномасштабного вторгнення пошкоджено або зруйновано щонайменше 426 великих та середніх підприємств, та понад 10 000 малих підприємств [1, с. 11].

Станом на кінець 2023 року близько 8 000 українських бізнесів перенесли свою діяльність у безпечніші регіони. При цьому 840 компаній здійснили релокацію скориставшись Урядовою програмою [2]. Зважаючи на зниження ділової активності одним з актуальних питань сьогодні є відновлення виробничих потужностей підприємств, а також залучення інвестицій для підтримання функціонування та подальшого відновлення економіки країни.

Одним з дієвих інструментів для цього можуть стати індустриальні парки, які вже довели свою ефективність в інших країнах, в тому числі в ЄС.

Відповідно до чинного законодавства «індустріальний парк — це облаштована відповідною інфраструктурою територія, у межах якої учасники індустріального парку можуть на пільгових умовах здійснювати господарську діяльність у сфері переробної промисловості, переробки промислових чи побутових відходів (крім захоронення), а також науково-технічну діяльність, діяльність у сфері інформації й електронних комунікацій» [3].

Для залучення та підтримки учасників індустріальних парків уряд запровадив низку податкових та митних пільг, зокрема:

- звільнення на 10 років від сплати податку на прибуток за умови, що звільнена від оподаткування частина прибутку буде спрямована на розвиток діяльності підприємства в межах індустріального парку;
- звільнення від сплати мита та ПДВ при імпорті нового устаткування та комплектуючих для виробництва на території індустріального парку;
- компенсація витрат на підключення та приєднання підприємства до інженерно-транспортних мереж;
- отримання з державного чи місцевого бюджету коштів на облаштування індустріального парку чи будівництво об'єктів суміжної інфраструктури;
- зниження ставки або повне звільнення від сплати земельного податку, а також зменшення орендної плати за земельні ділянки, що входять до складу території індустріального парку тощо [4].

Слід зазначити, що всі вищевказані стимули та пільги застосовуються лише для тих індустріальних парків, які було включено до Реєстру індустріальних парків України, до якого станом на січень 2023 року було включено 63 індустріальні парки, половина з яких розташовані в західних регіонах країни.

По суті, індустріальний парк є спеціальною промисловою територією з власною транспортною інфраструктурою та відповідними сервісами. До основних переваг таких парків можна віднести:

- наявність готових приміщень з уже підведеними комунікаціями;

- надання керуючою інвестиційним парком компанією необхідних сервісних та адміністративних послуг компаніям-резидентам;
- співпраця резидентів для створення спільних ланцюгів поставок, можливість пересилки вантажів через логістичний центр і т. п.

Враховуючи той факт, що основна частина підприємств релокувалися в області Західної України, які мають значно нижчий рівень індустріально розвитку порівняно зі східними областями, де було сконцентровано майже весь промисловий потенціал, індустріальні парки є потенційними майданчиками для відновлення діяльності таких підприємств.

Після завершення війни країну чекатиме зтяжний період відбудови. Більша частина територій потребуватиме розмінувань та ще довго буде небезпечною для повернення, а деякі населені пункти потрібно буде відбудувати «з нуля». Тому частина підприємств залишиться в місцях релокації. Стимулювання відновлення та розширення діяльності компаній в індустріальних парках сприятиме розвитку виробництва всередині країни, створенню нових робочих місць, інтегруванню в глобальні ланцюги доданої вартості та загальному відновленню економічного потенціалу України.

Література

1. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України станом на початок 2024 року. / Київська школа економіки (KSE). 38 с. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24_Damages_Report.pdf.
2. 7820 компаній переїхали по Україні від початку повномасштабного вторгнення. *Опендатабот*. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/relocation-in-war-2>.
3. Про індустріальні парки: Закон України від 21.06.2012 р. № 5018-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5018-17#Text>.
4. Кампо С., Сердюк В. Індустріальні парки: від концепції до створення. *Юридична газета*. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/industrialni-parki-vid-koncepciyi-do-stvorenniya.html>.

УДК 336.71:336-026.16

Батрак О.В., к.е.н., ст.викладач.
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ БАНКІВ

В теперішніх умовах у зв'язку із повномасштабною військовою агресією враховуючи динаміку розвитку банківської справи та глобальних тенденцій, фінансова стійкість банку (ФСБ) є важливою складовою для успіху та виживання банку в умовах високої конкуренції, політичних та економічних турбулентностей.

Банки в сучасних умовах опиняються перед такими викликами як: наростаючий регуляторний тиск, швидка зміна технологічного ландшафту та зростання кіберзагроз, зростання ризиків, пов'язаних зі змінами клімату. Ці та інші фактори значно впливають на ФСБ та вимагають їх постійного аналізу та адаптації механізмів та інструментарію забезпечення її цільового рівня.

Зважаючи на зазначене, дослідження та систематизація факторів, що впливають на ФСБ, є надзвичайно актуальним завданням в сучасних умовах.

Відбувається активний розвиток наукових досліджень у галузі досліджень факторів впливу на ФСБ та розробки на цій основі аналітичного інструментарію для передбачення ризиків та стрес-тестування.

Закордонні науковці при виділенні факторів впливу на ФСБ визначають надважливу роль:

на рівні окремих банків – банківські ризики насамперед кредитний ризик та непрацюючі кредити; достатність капіталу; ефективність діяльності банку; якісна система корпоративного управління;

на рівні банківської системи: ефективність мікро- та макропруденційного банківського регулювання та нагляду, зокрема вимоги до капіталу; ефективна

монетарна політика; параметри банківської системи, зокрема концентрація та конкуренція, рівень фінансової інклюзії; рівень системних ризиків;

на макрорівні – рівень корупції, макроекономічна стабільність, зокрема економічне зростання, рівень інфляції та процентних ставок.

У вітчизняних джерелах також сформовано вагомий науковий доробок з питань дослідження факторів впливу на ФСБ.

О. Яременко та А. Беренич [4] поділяють фактори впливу на зовнішні та внутрішні. Перевагою їх підходу є те, що ними зовнішні фактори структуровано за рівнями з виділенням «мега- (стан світової економіки та політична стабільність, міжнародна інвестиційна позиція країни, МСБО, МСФЗ, стан розвитку технологій у фінансовому секторі), макро- (політичні фактори, соціальні та економічні фактори з виділенням валютної, бюджетної, монетарної складової) та мікрорівня (грошово-кредитна політика НБУ, розвиток банківської інфраструктури, кон'юнктура фінансового ринку)». У цілому підтримуючи підхід вчених, ми вважаємо недоцільним відносити фактори останньої групи до мікрорівня, оскільки відповідно до економічної теорії цей рівень включає рівень окремих економічних агентів – банків.

А. Рисін та В. Біда [3] визначили, що на ФСБ впливають «екзогенні (економічні, глобалізаційні, фінансові, політичні, соціальні) та ендегенні (фінансово-економічні, організаційно-функціональні, юридичні, інформаційно-технологічні)».

В. Біляєва у [1] визначила, що рівень ФСБ «залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів, які здійснюють на неї вплив. До зовнішніх факторів відносяться: економічні, соціально-політичні, фінансові тощо. Внутрішні фактори включають такі: адекватність капіталу банку, якість активів банку, рівень менеджменту, рівень рентабельності тощо».

Є. Гарбар [2] виділила наступні групи факторів: «економічні (інвестиційний клімат, стан платіжного балансу, податкова політики, стан

економіки); соціально-політичні (соціальна політика, ротації уряду, політична стабільність); фінансові (кредитна політика НБУ, валютна політика НБУ, процентна політика НБУ).

У сучасних умовах функціонування банку менеджерам необхідно бути готовим до постійних змін у зовнішньому середовищі та активно розробляти стратегії для зниження їх негативного впливу на власну діяльність, забезпечуючи цільовий рівень ФСБ.

Функціонування національної фінансової системи у взаємопов'язаних та взаємозалежних відносинах із глобальними фінансовими системами з урахуванням системних ризиків, ефектів ланцюгової реакції, мережевих ефектів тощо формує фінансові фактори впливу на ФСБ. Особливий вплив на банки мають монетарна політика центрального банку (НБУ), стабільність грошового ринку, а також інтенсивність конкуренції на ньому.

Література

1. Біляєва В. Ю. Забезпечення фінансової стійкості банку засобами фінансового інжинірингу: дис.... канд. екон. наук: 08.00.08. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 360 с.
2. Гарбар Є. С. Фактори впливу на фінансову стійкість банку в умовах нестабільного економічного середовища. *Науковий вісник Ужгородського університету Серія «Економіка»*. 2015. Випуск 1 (45). Т. 1. С. 184- 187.
3. Рисін В. В., Біда А. П. Фінансова стійкість банку: чинники та особливості забезпечення. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8731> (дата звернення: 28.05.2023).
4. Яременко О. Р., Беренич А. В. Механізм управління та фактори впливу на фінансову стійкість банку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 918-924.

УДК 657.421.3

Єременко А. В., к.е.н., докторант
ДННУ «Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

У епоху цифрових технологій такі нематеріальні активи, як інтелектуальна власність, репутація бренду та зв'язки з клієнтами, стали ключовими компонентами для компаній. Зараз нематеріальні активи відіграють більшу роль у створенні цінності та конкурентної переваги, ніж матеріальні активи, завдяки швидкому вдосконаленню технологій і переходу до цифрових бізнес-моделей.

Цифрова трансформація накладає як можливості, так і ризики для творчої зайнятості, що впливає на тенденції рівня доходу та його розподіл. По-перше, технологічні зміни зумовлені кваліфікацією, як визначальний чинник доходів і результатів ринку праці в мистецтві. Імовірно, ІТ-революція змінила попит на певні навички, оскільки творчі професії користуються більшим попитом, ніж звичайна зайнятість. По-друге, зниження витрат на створення нових робіт і мистецькі експерименти завдяки цифровим технологіям, а також їхній вплив на бар'єри входу на ринки праці. По-третє, зростання онлайн-праці в певних творчих професіях як визначального фактору доходу: онлайн-платформи можуть змінити доступ творців до можливостей роботи та це може змінити спосіб розподілу доходу. Тенденції в оплаті праці для творчих працівників у цифрову епоху випереджають загальні тенденції в популяції: на основі різних джерел даних і різних способів ідентифікації творців доведено, що творці втрачають менше або навіть отримують кращі доходи у відносному вимірі. З точки зору політики, результати не підтверджують ідею про те, що ситуація з доходами творців систематично погіршується з розвитком Інтернет [1].

У цифровій економіці значення нематеріальних активів зростає. Згідно

даних консалтингової компанії Deloitte нематеріальні активи складають понад 80% ринкової вартості компанії. Крім того, у 2021 році, за оцінками McKinsey, світовий ринок нематеріальних активів, оцінений у 13 трильйонів доларів у 2017 році, досягне 27 трильйонів доларів до 2025 року [2].

Історично склалося так, що нематеріальні активи становили проблеми для компаній та інвесторів. Традиційні стандарти фінансової звітності часто намагалися визначити вартість цих активів. Однак цифрова ера відкрила шляхи для інноваційних підходів, які переосмислюють те, як ми цінуємо та використовуємо нематеріальні активи.

Поява технології блокчейн проклала шлях до більш прозорого та ефективного процесу. Децентралізована природа блокчейна в поєднанні з його здатністю записувати та перевіряти транзакції підвищує надійність активів. Така прозорість викликає більшу довіру серед зацікавлених сторін та інвесторів, сприяючи більш сприятливому середовищу для використання нематеріальних активів, таких як інтелектуальна власність.

У сучасну епоху цифрових технологій вартість компанії може значною мірою залежати від цих довгострокових активів. Навіть компанії без фізичних продуктів, що займаються програмним забезпеченням, отримують цінність від своєї клієнтської бази та інтелектуальної власності.

Компанії часто витрачають величезні суми на маркетинг, щоб створити міцну впізнаваність бренду. Визнаний бренд може виставляти преміальні ціни, навіть якщо собівартість продукту залишається незмінною. Загалом, нематеріальні активи пропонують конкурентну перевагу, що веде до вищих відсотків прибутку від продажів.

Нове дослідження CGMA показало, що першими дев'ятьма факторами цінності в епоху цифрових технологій є нематеріальні активи, такі як задоволеність клієнтів і репутація бренду. Опитування 744 фінансових керівників у 34 країнах було проведено для звіту CGMA The Digital Finance

Imperative: Measure and Manage What Matters Next. Було встановлено, що найважливішими детермінантами цінності в бізнесі є: задоволеність клієнтів (76% респондентів віднесли це до п'ятірки визначальних факторів цінності свого бізнесу); якість бізнес-процесів (64%); відносини з клієнтами (63%); якість ваших людей (людський капітал) (61%); репутація бренду (58%); прийняття стратегічних рішень (43%); виконання стратегії (40%); запатентований продукт або процеси (27%); відносини з постачальниками (26%); якість (основних або фізичних) активів, таких як машини та обладнання (15%) [3].

Таким чином, у сучасній цифровій економіці нематеріальні активи як ніколи важливі для успіху бізнесу. Так, переважна більшість компаній перейняли цифрові бізнес-моделі. Частка нематеріальних інвестицій у загальних інвестиціях бізнесу США суттєво зросла. Цей рух був досить розвиненим до COVID-19, хоча пандемія прискорила цю тенденцію, і тепер цифрова трансформація займає тижні, а не місяці чи роки. Поряд з нематеріальними активами існують нематеріальні цінності, які стають все більш важливими, наприклад, репутація компаній. Належне управління нематеріальними активами компанії є чистим джерелом цінності для розвитку бізнесу, і це особливо важливо в сучасному інформаційному суспільстві [4].

Література

1. Creators' Income Situation in the Digital Age. URL: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4372>.
2. Digitizing Intangible Asset Value for Business Success. URL: <https://medium.com/@reinventdao/digitizing-intangible-asset-value-for-business-success-a6627f6a1379>.
3. Intangibles make up the top 9 value drivers in the digital age. URL: <https://www.fm-magazine.com/news/2015/dec/value-drivers-in-digital-age-201513504.html>.
4. The intangible is increasingly important to companies. How do we insure it? URL: <https://www.mapfre.com/en/insights/commitment/intangible-important-companies/>.

УДК 336.76

Грановська І. В. к.е.н., доцент,
Мацкевич Д. І. аспірант,
Макарчук І. М. аспірант,
Макарчук І. І. аспірант,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі, м. Переяслав, Україна

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Фінансовий ринок України є центром де відбувається концентрація та централізація фінансових ресурсів, а також організація та перерозподіл усіх фінансових потоків, які є джерелом національного багатства будь-якої країни. За останнє десятиліття фінансовий ринок активно розвивався, перейшовши від готівкових розрахунків до формування віртуальних грошей. Проте, військова агресія Росії проти України, фінансова криза, яка зумовлена пандемією коронавірусу, викликали серйозні труднощі, що призвели до різких коливань курсів валют та загальної нестабільності.

Дослідивши стан фінансового ринку України, виявили, що під час війни він є динамічним, непередбачуваним та має низку проблем, які необхідно виокремити для пошуку шляхів їх вирішення.

По-перше, соціально-економічна нестабільність, корупція, невпевненість в правовій системі, перешкоджає нормальному функціонуванню фінансового ринку та призводить до зниження рівня довіри користувачів до нього [4];

По-друге, макроекономічна нестабільність середовища призводить до високої інфляції та коливання валютного курсу, який впливає на інші макроекономічні ризики, що можуть створювати невпевненість для бізнесу та інвесторів;

По-третє, існує велика проблема з фінансовою нестабільністю внаслідок зростання волатильності на глобальних фінансових, а також товарних ринках та рухом спекулятивного капіталу [2];

По-четверте, низький рівень ефективної мобілізації внутрішніх фінансових ресурсів та мала участь населення у використанні цінних паперів [1];

По-п'яте, низька депозитна активність та висока частка неповернених кредитів призводить до вилучення фінансових ресурсів і слабого рівня фінансового посередництва, оскільки зросла недовіра громадян до банківських установ і упереджене ставлення до нових фінансових інструментів.

Отже, від ефективного розвитку фінансового ринку залежить стабільність економіки України. Війна негативно впливає та спричиняє багато ризиків для розвитку фінансового ринку України, саме тому розроблено Стратегію розвитку фінансового сектору до 2025 року для мінімізації цих ризиків [3]. Стратегія передбачає спільні дії регуляторів та Фонду гарантування вкладів у фінансовому секторі. Ці дії будуть спрямовані на досягнення п'яти таких стратегічних цілей:

- макроекономічна стабільність,
- фінансова стабільність,
- фінансова система працює на відновлення країни,
- сучасні фінансові послуги,
- інституційна спроможність регуляторів та ФГВФО.

Стратегія визначає майбутні пріоритети фінансової системи. До них належать:

- відновлення, розвиток фінансового сектору та забезпечення безперервності його роботи,

- поступове згортання надзвичайних пруденційних заходів,
- діагностика банківських активів,
- моніторинг та розв'язання проблеми непрацюючих кредитів,
- створення комплексної системи оздоровлення та виведення з ринку неспроможних учасників,
- запровадження системи раннього реагування на проблемність фінансових установ.

За сприятливих і стійких макроекономічних умов передбачається поступова лібералізація фінансових ринків та повернення монетарної політики до режиму інфляційного таргетування з плаваючим обмінним курсом. Одними з пріоритетних завдань у межах реалізації Стратегії є заходи з відновлення фінансової інфраструктури на деокупованих територіях. Особливу увагу в Стратегії приділено імплементації європейського законодавства та кращої світової практики у сферах регулювання та нагляду за фінансовим сектором, урегулювання неплатоспроможності та виведення з ринку учасників фінансових установ. Оскільки умови війни зумовлюють високу загальну невизначеність, нова Стратегія є безстроковою [3].

НБУ має вести ефективну політику, щоб збалансувати і забезпечити якісний ринок та зберегти добросовісних гравців фінансового ринку. Усі ці виклики та зміни на фінансовому ринку, спричинені війною, можуть призвести до «очищення» ринку, з одного боку, шляхом залишення сильних гравців, а з іншого боку, до зниження конкуренції та погіршення якості послуг. Державна підтримка має стати тим поштовхом у напрямку розвитку вітчизняного фінансового ринку з урахуванням війни та сучасних тенденцій у світі, пов'язаних з активізацією процесів цифровізації та появою нових фінансово-цифрових продуктів та платформ. Адже, війна закінчиться і настане етап

відбудови та зростання – ринок потребуватиме усього розмаїття фінансових посередників для забезпечення широкого спектру потреб споживачів фінансових послуг – від великих та системних до дрібних та індивідуальних.

Література

1. Борисюк О. В. Особливості розвитку фінансового ринку України під час війни. Економіка і суспільство. №60. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3626/3556>
2. Борисюк О., Дацюк-Томчук М., Ліповська-Маковецька Н. Імперативи розвитку фінансового ринку України в умовах цифровізації. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. №2. 2020. С. 168-176. URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/593> (дата звернення: 20.10.2023).
3. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Серпень 2023. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_finsector_NBU.pdf?v=4 (дата звернення: 22.10.2023)
4. Татарин Н.Б., Беднарчук В.В., Млінцова А.О. Перспективи розвитку фінансового ринку в Україні. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Економіка і управління. Том 31 (70). №2, 2020. С. 147-152. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/4-1-1.pdf> (дата звернення: 10.10.2023).

УДК 336.1+336.22

Klymenko Kateryna, Ph. D. (Economics),
SESE “The Academy of Financial Management”, Kyiv, Ukraine
Ukhnal Nataliia, Ph. D. (Economics),
SESE “The Academy of Financial Management”, Kyiv, Ukraine

GOOD PRACTICE OF TRANSFER PRICING: THE CASE OF TURKEY

As a member of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Turkey follows the transfer pricing guidelines recommended by the organization. This helps to ensure that Turkey’s tax laws are consistent with global standards, leading to a more transparent and reliable taxation system. For enterprises conducting activities in Turkey, this translates to a reduction in the risks associated with transfer pricing and enhanced confidence that their operations are aligned with global transfer pricing standards.

Ukraine has been adopting the transfer pricing norms and recommendations of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). The country recognizes the significance of updating its laws and practices regularly in line with changes in the international environment and prevailing economic conditions. This proactive approach is fundamental to Ukraine’s compliance with international standards, minimization of tax disputes, and the creation of a conducive business and investment environment within its borders. Moreover, Ukraine should ensure the efficient functioning of its tax authorities and establish alternative dispute resolution mechanisms to comply with transfer pricing requirements and resolve conflicts related to taxation. By doing so, the country can enhance its transparency and accountability, promote investor confidence, and foster a healthy economic and social environment.

Turkey has a wealth of experience that could prove beneficial to Ukraine in its efforts to implement OECD norms and recommendations. By conducting comparative analyses of legal norms, audit methodologies, and mechanisms for resolving tax disputes, Ukraine can identify best practices and acquire valuable

information to enhance its transfer pricing system. Drawing from the experiences of other nations could help Ukraine bolster its effectiveness in managing tax risks and create more favorable business development conditions.

Transfer Pricing Country Profiles are documents or reports that provide detailed information about the transfer pricing regulations and practices in specific countries [1]. These profiles typically include information on:

1. **Legislation and Regulations:** Details about the laws and regulations governing transfer pricing in the country, including any recent updates or changes.

2. **Tax Authority Guidelines:** Information about guidelines, rulings, and interpretations issued by the tax authorities regarding transfer pricing.

3. **Documentation Requirements:** Requirements for preparing and maintaining transfer pricing documentation, including the type of information that needs to be included.

4. **Arm's Length Principle:** Explanation of how the arm's length principle is applied in the country, including any specific methods endorsed or required by the tax authorities.

5. **Penalties and Compliance:** Penalties for non-compliance with transfer pricing regulations, as well as information on compliance requirements such as filing deadlines and reporting obligations.

6. **Advance Pricing Agreements (APAs):** Availability and process for obtaining APAs, which are agreements between taxpayers and tax authorities on transfer pricing methodologies to be applied in future transactions.

7. **Transfer Pricing Audits and Dispute Resolution:** Information about how transfer pricing audits are conducted in the country and the procedures for resolving disputes between taxpayers and tax authorities.

These profiles are valuable resources for multinational corporations, tax professionals, and policymakers to understand the transfer pricing landscape in different countries and ensure compliance with local regulations. They help businesses navigate the complexities of cross-border transactions and minimize the

risk of disputes with tax authorities.

In Turkey, taxpayers are provided with the option to utilize both internal and external comparables while determining transfer pricing assessments [2]. However, the availability of local data is limited to publicly held companies only, as they are mandated to declare their financial data. The absence of clear guidance on benchmarking studies in Turkish transfer pricing legislation, coupled with the lack of any prohibition on the use of databases, implies that foreign comparables can be used provided differences in geographic markets are removed through appropriate adjustments and analyses. It is recommended that comparable company sets be updated annually according to the most recent data available. It is crucial for Turkish taxpayers to be aware that tax auditors may use their own “secret comparables,” which only they have access to, due to their public authority when determining transfer pricing-related assessments. Therefore, it is recommended that Turkish taxpayers remain prepared to challenge this approach, which runs counter to the relevant OECD principles. When determining the arm’s length price or cost, the internal precedent should be used first (if available). If internal prices or costs are not available or reliable, then external precedents should be used for comparison. Whether this principle is applicable or not depends on the comparability of transactions between related and unrelated persons. During a comparability analysis, any differences caused by the characteristics of the products or services, terms of the agreement, functions performed by related and unrelated persons, risks undertaken, market structure, economic conditions, business strategies, and the value of non-material assets should be corrected.

References

1. Transfer Pricing Country Profiles / OECD. URL: <https://www.oecd.org/tax/transfer-pricing/transfer-pricing-country-profiles.htm>.
2. Global transfer pricing guide. Transfer pricing – Turkey. URL: <https://www.grantthornton.global/en/insights/articles/transfer-pricing-guide/transfer-pricing---Turkey/>.

УДК 338.121

Бондаренко Д.В., аспірант,
Черниш О.В., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

Не зважаючи на широке використання, сучасна економічна наука не містить єдиного підходу до визначення сутності інвестиційного проєкту як економічного терміну.

Так, Бардиш Г.О. визначає, що проєкт (інвестиційний проєкт) підприємства, організації, виробничої потужності, комплексу чи об'єкта – це повний комплект організаційно-технічних та фінансово-економічних документів і заходів, необхідних для досягнення поставленої мети (розвиток техніко-економічної бази виробництва, започаткування виготовлення продукції, здійснення нових методів або форм діяльності тощо) в умовах обмеженості наявних ресурсів з обов'язковим отриманням економічного чи соціального ефекту [1].

Згідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» [2] інвестиційний проєкт – це сукупність цілеспрямованих організаційно-правових, управлінських, аналітичних, фінансових та інженерно-технічних заходів, які здійснюються суб'єктами інвестиційної діяльності та оформлені у вигляді планово-розрахункових документів, необхідних та достатніх для обґрунтування, організації та управління роботами з реалізації проєкту [2].

Наведене в Інвестиційному словнику [3] тлумачення терміну «інвестиційний проєкт» складається із двох блоків: «1) об'єкт реального інвестування у формах: придбання цілісного майнового комплексу, нового будівництва, реконструкції, модернізації, капітального ремонту тощо. Проєкт інвестиційний, як правило, потребує розроблення бізнес-плану. У

інвестиційному проєкті обґрунтовують економічну доцільність реального інвестування капіталу, розробляють основні проєктні, технологічні та організаційні рішення, а також розраховують фінансові показники, пов'язані з реалізацією проєкту. Відповідно до рекомендацій ЮНІДО (Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку), 2) будь-який підприємницький проєкт, що передбачає інвестування коштів» [3, с. 399-400].

На необхідності врахування при визначенні сутності інвестиційного проєкту специфічних особливостей, які притаманні інвестуванню, наголошує А.П. Дука. Згідно твердження автора, «оскільки інвестування, перш за все, орієнтується на забезпечення процесу розширеного відтворення, слід зосередити увагу на тому, що інвестиційний проєкт ... передбачає досить тривалий період освоєння та реалізації... Власне саме орієнтація на довгострокову перспективу відрізняє інвестиційний проєкт від великої сукупності того, що в сучасному світі називають проєктами як планами створення чогось» [4, с. 221-222].

В. Федоренко [5] трактує інвестиційний проєкт як викладення цілей та особливостей конкретного інвестування й обґрунтування його доцільності [5].

Як план чи програму заходів, пов'язаних зі здійсненням капітальних вкладень із метою наступного повернення коштів й отримання прибутку розглядають інвестиційний проєкт В. Вітлінський та В. Макаренко у [6, с. 63].

Б. Карпінський та О. Герасименко пропонують розглядати інвестиційний проєкт як документ, який містить необхідні розрахунки та обґрунтування, що підтверджують доцільність здійснення інвестиційної діяльності з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробничу і соціальну сфери [7, с. 52]. Схожим є визначення цього терміну, запропоноване В. Гриньовою [7] «... це основний документ, що визначає необхідність здійснення реального інвестування, у якому в загальноприйнятій послідовності його розділів подаються основні характеристики проєкту та фінансові показники,

пов'язані з його реалізацією» [7, с. 49].

Б. Щукін виділяє кілька аспектів при визначенні інвестиційного проекту [8]. Згідно з першим аспектом – «це спеціально підготовлена документація з максимально повним описом та обґрунтуванням усіх особливостей майбутнього процесу інвестування...» Що ж стосується другого аспекту, то в цьому випадку інвестиційний проект автор пропонує розглядати як комплекс заходів, які здійснює інвестор з метою реалізації свого плану нарощування капіталу[8, с. 5].

Отже, проаналізувавши наведені вище тлумачення, наявну в економічній літературі множину визначення сутності інвестиційного проекту, можна умовно поділити на два підходи:

- як комплект документів, що містять формулювання мети майбутньої діяльності й визначення комплексу дій, спрямованих на її досягнення;
- як комплекс дій (робіт, послуг, придбань, управлінських операцій і рішень), спрямованих на досягнення сформульованої мети (тобто як документацію і як діяльність).

Література

1. Бардиш Г. О. Проектне фінансування: підручник (2-ге вид.) / Г. О. Бардиш. – К.: Алерта, 2008. – 463 с.
2. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 №1560-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12/page>
3. Загородній А. Г. Інвестиційний словник: навч. посібн. / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Г. О. Партин. – Львів : Вид-во «Бескид Біт», 2005. – 512 с.
4. Дука А. П. Теорія і практика інвестиційної діяльності. Інвестування : навч. посібн. / А. П. Дука. – К.: Вид-во «Каравела», 2007. – 424 с.
5. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент. [навч. посіб.]. – 2-ге вид., доп. – К.: МАУП, 2001. – 280с.
6. Вітлінський В. В. Модель вибору інвестиційного проекту / В. В. Вітлінський, В. О. Макаренко // Фінанси України. – 2002. – № 4. – С. 63–68.
7. Герасименко О. В. Фінансово-інвестиційний словник / О. В. Герасименко, Б. А. Карпінський. – Львів: Магнолія Плюс, 2005– 304 с.

УДК 368

Апацький В. В., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КІБЕРСТРАХУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

В сучасному глобалізованому світі, де економіка та фінансова стабільність максимально залежні від функціонування інформаційно-комунікаційних систем, загрози в кіберпросторі набувають все більшого рівня. Дослідники Пікус Р. В. та Бабенко Ю. Л. визначають категорію кіберстрахування як страховий продукт, що пов'язаний з передачею фінансового ризику третій стороні, якою є страхова компанія, з метою допомоги державі, населенню, бізнесу щодо зменшення впливу ризику шляхом компенсації втрат, пов'язаних із потенційно руйнівними наслідками кіберзлочинів та захистом від збитків, які виникають внаслідок порушення конфіденційності та безпеки [1, с. 136]. Водночас, кіберризик – це ймовірність настання несприятливих подій, що вражають функціонування інформаційних систем та кібербезпеку суб'єктів господарювання, урядових організацій та фізичних осіб, які користуються послугами економічних суб'єктів чи урядових організацій. Це призводить до отримання прямих чи непрямих збитків, руйнування цифрових активів, витоків корпоративної чи приватної інформації, втрати інтелектуальної власності, потенційно можливих репутаційних втрат.

У світі кіберстрахування є напрямом страхування, що розвивається найбільшими темпами. За даними глобального страхового брокера Howden, потенціал ринку кіберстрахування є колосальним [2]. Очікується, що до 2030 року премії по кіберстрахуванню перевищать 50 млрд. дол. США. Мюнхенське перестрахове товариство зазначає, що до 2027 року глобальні витрати на кіберзлочинність будуть зростати і можуть сягнути 24 трлн. дол. США [3].

В Україні в реаліях 2024 року кіберстрахування є дуже малопоширеною практикою на відміну від країн ЄС, США, Китаю, Південної Кореї, Великої Британії, Австралії. Це пов'язано з відсутністю нормативно-правової бази, високою вартістю вже наявних страхових продуктів, недостатньою освіченістю та обізнаністю населення і бізнесу щодо кібербезпеки. Однак найбільш важливим є і те, що в умовах колосальних збитків і втрат від розв'язаної збройної агресії російської федерації проти України, страховий ринок перебуває в глибокій кризі (рис. 1). В умовах значних збитків для економіки страхування стає розкішшю для населення.

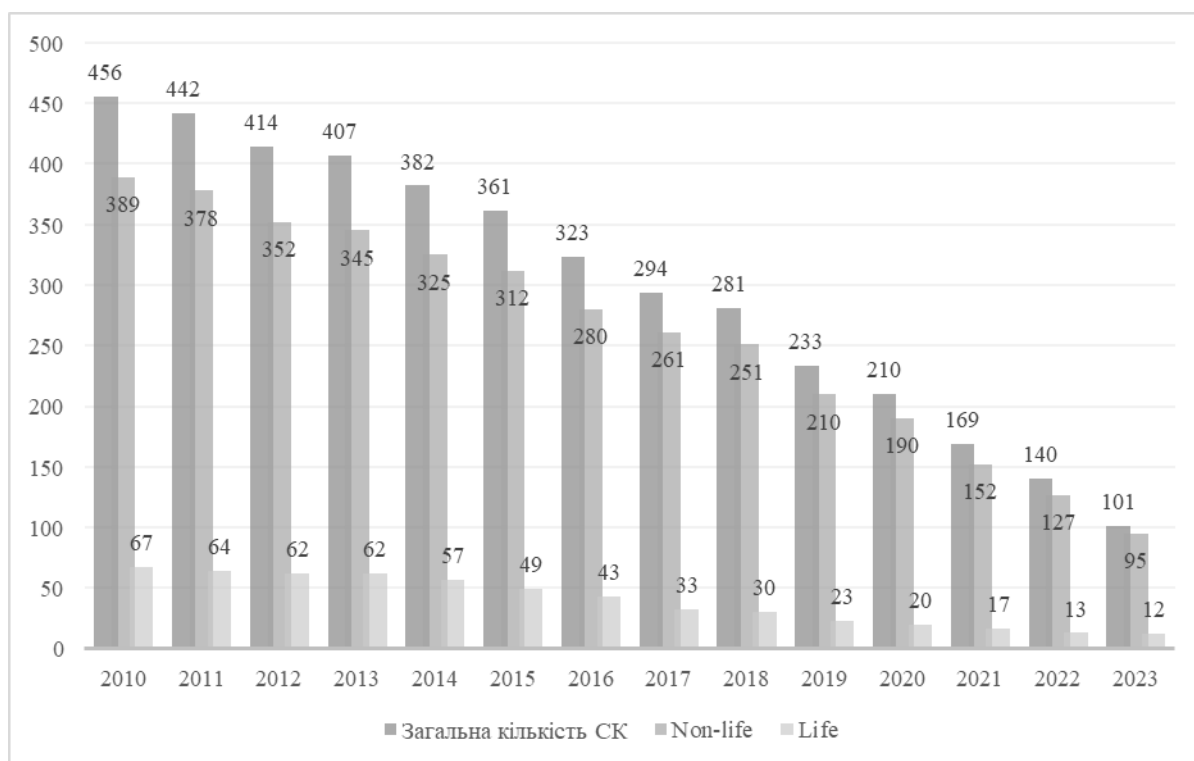


Рис. 1. Динаміка кількості страхових компаній в Україні за 2010-2023 рр.
(складено автором на основі даних НБУ [5])

Питання з руйнівними наслідками кібератак стало ще більш актуальним з 2022 року, адже кількість кібератак, переважна більшість яких має російське походження, різко зросла. Деякі експерти в галузі кібербезпеки називають протистояння в кіберпросторі між Україною та росією першою у світі

кібервійною. Також Україна має досвід масових кібератак 2016-2017 року з вірусами Petya та NotPetya, що вражали як державні інформаційні системи, так і IT-структуру великих компаній. Тоді постраждали державний український банк Ощадбанк, міжнародний аеропорт «Харків», ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі», компанії «Нова пошта» та «Укрпошта» і багато інших.

Навіть в країнах, де кіберстрахування існує вже давно й активно використовується, відсутні стандартизовані загальні характеристики та умови надання послуг у сфері кіберстрахування. Різні страховики мають суттєво відмінні види покриття та перелік страхових випадків.

В Україні менше 5 компаній можуть запропонувати страхування від кіберризиків. Серед них всього одна компанія – СК «АСКА» – належить до списку 10 найбільших страховиків в Україні. В ній пропонують комплексний пакет страхування від кіберризиків і кібератак, при цьому умови встановлюються індивідуально. Компанія запевняє, що компенсуються прямі збитки від кіберінцидентів і втрати, пов'язані з перервою в роботі компанії (антикризовий PR та відновлення репутації після кібератаки), а також є можливість застрахувати відповідальність перед партнерами з Європейського Союзу [7]. Серед інших страхових компаній на українському ринку послуги зі страхування кіберризиків надають: Страховий Брокер «Експерт», СК АОН та СК UPSK. Однак, слід зазначити, що вартість цих послуг є порівняно високою з іншими видами страхування. Ця проблема існує не тільки в Україні, але й загалом у світі, оскільки попит на кіберстрахування часто перевищує пропозицію, тому ті страховики, що мають у своєму переліку послуг захист від кіберзагроз, поступово підвищують тарифи на них. Сплеск на такі послуги часто є дуже стрімким, оскільки потреба в них з'являється в результаті масових кібератак.

Отже, кіберстрахування в Україні вже існує тривалий час, але перебуває на початковому етапі становлення. Це найбільш перспективний напрям

страхування у світі. Його було визнано важливим інструментом для захисту від кіберзагроз. Глобальний ринок страхування починає більш конкретно визначати і ідентифікувати кіберризики, з'являються нові підходи до забезпечення кібербезпеки, поповнюється класифікація кіберзагроз. Також зростає роль перестрахового захисту: так, у США та ЄС більш ніж 50% кіберризиків передають на перестраховування, оскільки в разі виникнення відповідного інциденту наслідки можуть бути надто комплексними. В перспективі, в Україні цей інструмент також буде розвиватися, зважаючи на українську стратегію із цифрової трансформації, однак цей розвиток буде дуже поступовим.

Література

1. Кіберстрахування: нові можливості для страхового ринку України / Пікус Р. В., Ю. Л. Бабенко / Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка / Економічна наука; Економіка та держава №2/2022; DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.134 / УДК 368.
2. Insurance Journal. URL: <https://www.insurancejournal.com/>
3. Munich RE Global Cyber Risk and Insurance Survey 2022. URL: <https://www.munichre.com/landingpage/en/global-cyber-risk-and-insurance-survey-2022.html>
4. Forinsurer — онлайн-журнал про технології страхування, insurtech та fintech. URL: <https://forinsurer.com/>
5. Офіційний ресурс Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/>
6. Особливості становлення кіберстрахування в Україні / Карнаушенко А. С. / Херсонський державний аграрно-економічний університет / Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів, м. Івано-Франківськ, 2023 р.
7. Офіційний ресурс СК АСКА: страхування від кіберризиків. URL: <https://aska.ua/ua/business-insurance/industry/cyber-insurance>

УДК 658.5

Весоловська М., PhD, доцент
Радзівська Т., ст.2 курсу гр.МЕ-22
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ ТА ІННОВАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

В епоху стрімких змін, вміння керувати інвестиціями та інноваціями стає критичним фактором успіху. Цей аспект виходить на перший план для багатьох країн та компаній, адже низький рівень інвестування та інновацій веде до гальмування економічного зростання, втрати конкурентоспроможності та загального занепаду. Зростання темпів технологічного прогресу та посилення глобальної конкуренції роблять цю тему ще більш актуальною.

На жаль, сучасна економічна ситуація в Україні характеризується неповним використанням наукового потенціалу, що призводить до вкрай повільного розвитку інноваційного виробництва. Це явище стає ще більш кричущим, адже Україна володіє значним науково-технічним потенціалом, що дає можливість нам розвиватися тут.

Останні два роки в Україні були позначені значними змінами в сфері управління інвестиціями та інноваціями. Країна зіткнулася з низкою викликів, таких як війна на сході, політична нестабільність та економічні труднощі. Проте, попри ці виклики, також спостерігаються деякі позитивні тенденції, що свідчать про потенціал для зростання та розвитку.

- **Інвестиції:**

Зменшення іноземних інвестицій: Внаслідок війни та політичної нестабільності обсяги іноземних інвестицій в Україну значно скоротилися. Це негативно вплинуло на розвиток багатьох галузей економіки.

Зростання внутрішніх інвестицій: Незважаючи на загальне зниження інвестиційної активності, спостерігається зростання внутрішніх інвестицій. Це свідчить про те, що українські підприємці та інвестори вірять у майбутнє країни.

Урядові ініціативи: Уряд України вживає заходів для покращення інвестиційного клімату. До цих заходів належать реформи, спрямовані на боротьбу з корупцією, захист прав інвесторів та спрощення ведення бізнесу.

- Інновації:

Розвиток ІТ-сектору: ІТ-сектор є одним з найдинамічніших в Україні. За останні роки спостерігається значне зростання кількості ІТ-компаній та фахівців.

Зростання інтересу до стартапів: Все більше людей в Україні цікавляться створенням власних стартапів. Це свідчить про те, що в країні є потенціал для розвитку інноваційної екосистеми.

Підтримка інновацій з боку уряду: Уряд України надає фінансову та іншу підтримку інноваційним проектам.

- Виклики:

Війна на сході: Війна є головним викликом для української економіки. Вона призвела до руйнування інфраструктури, втрати людських життів та відтоку капіталу.

Політична нестабільність: Політична нестабільність також негативно впливає на інвестиційний клімат та інноваційну діяльність.

Нестача кваліфікованих кадрів: В Україні не вистачає кваліфікованих кадрів в деяких галузях, що може перешкоджати розвитку інновацій.

- Можливості:

Відновлення економіки: Після закінчення війни Україна має потенціал для швидкого відновлення економіки. Це може створити нові можливості для інвесторів та інноваторів [1].

Інтеграція до ЄС: Україна прагне до інтеграції до Європейського Союзу. Це відкриє доступ до нових ринків та капіталу, що може стимулювати інвестиції та інновації.

Зростаючий людський капітал: Україна має молодий та освічений людський капітал, який може стати основою для розвитку інноваційної економіки.

Незважаючи на виклики, в Україні є значний потенціал для зростання в сфері управління інвестиціями та інноваціями. Уряд вживає заходів для покращення інвестиційного клімату, а також підтримує розвиток інновацій. Після закінчення війни та політичної стабілізації Україна може стати привабливим місцем для інвесторів та інноваторів [2].

В Україні добре склалось із підготовкою винахідників, науковців та ІТ-розробників і це є нашою сильною стороною. Одних заяв про "няньок" для інвесторів замало — потрібно знайти проекти для них, створити відповідні умови і забезпечити безпеку цих інвестицій", — додає Олег Крот.

Рейтинги відображають бачення місця України світовою спільнотою. І вони — найкраща підказка на що слід звернути увагу.

Низький рівень інвестицій та інновацій супроводжує такі наслідки:

- Зниження конкурентоспроможності національної економіки.
- Обмеження потенційного економічного зростання та розвитку.
- Загострення проблем соціально-економічної нерівності.
- Залежність від імпорту технологій та інновацій [3].

Недостатність інвестицій та інновацій гальмує поступ на шляху до стійкого економічного процвітання. Ситуація з інвестуванням та інноваціями в Україні потребує негайних та рішучих кроків. Урядам, бізнесу та науковій спільноті необхідно об'єднати зусилля для створення сприятливого середовища для інвестування та розвитку інновацій.

Для подолання цієї проблеми необхідно вжити комплексних заходів у декількох ключових напрямках.

1. Створення сприятливого інвестиційного клімату є пріоритетом. Для цього необхідно забезпечити політичну та економічну стабільність, встановити прозору та передбачувану правову систему, а також зменшити бюрократію та корупцію.

2. Підтримка малого та середнього бізнесу є важливою, оскільки вони є двигуном інновацій. Надання грантів, субсидій, програм кредитування та створення бізнес-інкубаторів допоможе їм розвиватися.

3. Формування інноваційної культури є довгостроковою стратегією. Стимулювання прийняття ризиків, орієнтація на довгострокові результати, заохочення співпраці та обміну знаннями сприятимуть появі нових ідей та технологій.

Література

1. Український фонд стартапів, 2024. URL: <https://ucf.in.ua/en>
2. Національне агентство з питань інвестицій та інновацій, 2024 URL: <https://uainvest.com.ua/>
3. ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ, 2024. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/potencial-innovaciyno-investiciynogo-rinku-ukraini.html>

УДК 338.22

Кушнеренко С. М.,
кандидат економічних наук, докторант
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”, м. Київ, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ЦИФРОВУ ІНДУСТРІЮ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

Цифрова індустрія є одним із найбільш динамічних та інноваційних секторів світової економіки, що пропонує нові можливості для зростання, розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Щоб відповісти на питання, Як держава може ефективно регулювати цифрову індустрію, треба проаналізувати основні аргументи «за» та «проти» державного регулювання інвестицій у цифрову індустрію.

На користь державного регулювання інвестицій у цифрову індустрію можна навести наступні аргументи.

1. Державне регулювання може сприяти створенню рівних умов гри та запобігати таким неринковим проявам, як монополії, картелі або грабіжницьке ціноутворення, які можуть завдати шкоди споживачам, конкурентам та інноваціям. Щоб проілюструвати цю думку, на рисунку 1 показана частка ринку п'яти найбільших цифрових платформ у Сполучених Штатах, на які припадало понад 80% загального доходу від цифрової реклами у 2020 році. Це свідчить про високий ступінь концентрації та домінування на цифровому ринку, що може створювати ризики для конкуренції та інновацій.

| Платформа | Частка ринку (%) |
|---------------|------------------|
| Гугл | 31.6 |
| Фейсбук | 25.2 |
| Амазонка | 10.3 |
| Корпорація Т | 7.1 |
| Verizon Media | 6.6 |

Рис 1. Частка ринку п'яти найбільших цифрових платформ у США у 2020 році.

Джерело: eMarketer [1].

2. Державне регулювання може захищати суспільні інтереси та загальне благо, такі як національна безпека, недоторканність приватного життя, права людини, екологічна стійкість та соціальна справедливість, які можуть не бути належним чином вирішені ринковими силами або саморегулюванням. Наприклад, Загальний закон про захист даних (GDPR) – це система правил захисту даних, яка застосовується до всіх осіб та організацій, що працюють у Європейському Союзі.

3. Державне регулювання може підтримувати стратегічні сектори та галузі, які є життєво важливими для національної економіки, такі як інфраструктура, освіта, охорона здоров'я, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, шляхом надання державного фінансування, субсидій, податкових пільг або державно-приватного партнерства. Прикладом такого типу державного регулювання є стратегія «Єдиний цифровий ринок», яка є комплексом політик та ініціатив, спрямованих на створення безшовного та інтегрованого цифрового ринку в Європейському Союзі. Ця стратегія охоплює різні аспекти цифрової економіки, такі як зв'язок, цифрові навички, електронна комерція, електронне урядування, хмарні обчислення, штучний інтелект та кібербезпека.

Нижче наведені основні аргументи проти державного регулювання інвестицій у цифрову індустрію.

1. Державне регулювання може створювати бар'єри для входу та інновацій, такі як надмірна бюрократія, ліцензування або стандарти, які можуть створювати перешкоди для входження на ринок, перешкоджати появі стартапів або іноземним інвестиціям. Яскравим прикладом є податок на цифрові послуги (DST), який є податком, що накладається деякими країнами на доходи, отримані від певних цифрових послуг, таких як онлайн-реклама, соціальні мережі або електронна комерція.

2. Державне регулювання може знижувати ефективність ринкових відносин, наприклад, за рахунок гонитви за рентою, корупції або протекціонізму, що може знизити конкуренцію, продуктивність і якість, а також збільшити витрати і ціни. Прикладом такого державного регулювання є Великий китайський фаєрвол, який є результатом цензури та нагляду, що обмежує доступ та використання Інтернету в Китаї.

3. Державне регулювання може бути застарілим або неефективним, оскільки цифрова індустрія розвивається швидко та постійно, а держава може не мати спроможності чи гнучкості, щоб йти в ногу зі змінами та викликами. Наприклад, Закон про авторське право в цифрову епоху (DMCA) – це закон, який був прийнятий у 1998 році в США для вирішення питань порушення авторських прав та обходу заходів технологічного захисту в цифровому середовищі. Однак DMCA був розкритикований деякими зацікавленими сторонами як застарілий, неоднозначний або провокуючий до зловживань, оскільки він не відображає поточні реалії та практики цифрової індустрії, такі як користувацький контент, добросовісне використання або потокове передавання.

Таким чином, цифрова індустрія – складний та динамічний сектор, який потребує збалансованого та адаптивного підходу до державного регулювання. Державне регулювання може мати як позитивний, так і негативний вплив на цифрову індустрію, залежно від контексту, цілей та методів регулювання. Тому держава має прагнути регулювати цифрову індустрію таким чином, щоб максимізувати вигоди та мінімізувати витрати, дотримуючись принципів прозорості, підзвітності та відкритості.

Література

1. eMarketer Chart: US Digital Ad Revenues Share by Company, 2018-2020 (% of total). URL: <https://www.emarketer.com/chart/241120/us-digital-ad-revenues-share-by-company-2018-2020-of-total> (дата звернення 01.02.2024)

УДК 338.23:336.74

Хохич Д. Г., к.е.н, доцент,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА КРАЇН ЄВРОЗОНИ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Протягом останнього десятиліття монетарна політика в країнах Єврозони проводилася в умовах рекордно низьких номінальних процентних ставок та дезінфляційного тиску, який у більшості випадків утримував темпи інфляції на рівні, значно нижчому за цільові орієнтири європейських центральних банків. Така ситуація склалася на тлі стійкого зниження глобальної рівноважної реальної процентної ставки, що суттєво обмежило можливості монетарної політики знижувати процентні ставки під час рецесії, не зачіпаючи при цьому ефективну нижню межу номінальних процентних ставок [1].

Тривалий та глобальний характер цих подій призвів до переоцінки за кордоном, з одного боку, частоти і тяжкості епізодів нижньої межі процентних ставок, а з іншого – ефективності наявних інструментів монетарної політики та альтернативних її концепцій в досягненні задовільних результатів макроекономічного зростання за наявних процентних ставок.

Результати представлені у дослідженні, показують, що низькі процентні ставки в Єврозоні у період рецесії кількісно вплинули на втрати реального ВВП, внаслідок наявності часового лагу між періодом зниження номінальної процентної ставки та її реакцією на динаміку сукупного попиту, викликаного зниженням економічної активності (табл. 1).

Як бачимо, Рада керуючих ЄЦБ напередодні рецесії зосередилася на ультра м'якій монетарній політиці, що проявилось у зниженні ключових процентних ставок. Наприклад, відсоткову ставку за депозитною лінією було знижено на 10 базисних пунктів до -0,50 %. Процентна ставка за основними операціями рефінансування та ставка за інструментом граничного

кредитування залишилися незмінними на поточних рівнях 0,00% та 0,25% відповідно.

Таблиця 1

Динаміка ключових ставок ЄЦБ та ВВП в Єврозоні

| № п/п | Період | Облікова ставка (main refinancing operations), % | Ставка за депозитами (deposit facility), % | Гранична ставка за кредитами (marginal lending facility), % | Зміна ВВП до відповідного кварталу попереднього року, % |
|-------|------------|--|--|---|---|
| 1 | 18.09.2019 | 0 | -0,5 | 0,25 | 3,89 |
| 2 | 01.12.2019 | 0 | -0,5 | 0,25 | 2,98 |
| 3 | 01.03.2020 | 0 | -0,5 | 0,25 | -0,73 |
| 4 | 01.06.2020 | 0 | -0,5 | 0,25 | -11,7 |
| 5 | 01.09.2020 | 0 | -0,5 | 0,25 | -2,8 |
| 6 | 01.12.2020 | 0 | -0,5 | 0,25 | -2,19 |
| 7 | 01.03.2021 | 0 | -0,5 | 0,25 | 1,06 |
| 8 | 01.06.2021 | 0 | -0,5 | 0,25 | 15,6 |
| 9 | 01.09.2021 | 0 | -0,5 | 0,25 | 7,36 |
| 10 | 01.12.2021 | 0 | -0,5 | 0,25 | 7,87 |
| 11 | 01.03.2022 | 0 | -0,5 | 0,25 | 9,41 |
| 12 | 27.07.2022 | 0,5 | 0 | 0,75 | 8,85 |
| 13 | 14.09.2022 | 1,25 | 0,75 | 1,5 | 7,13 |
| 14 | 02.11.2022 | 2 | 1,5 | 2,25 | 7,14 |
| 15 | 21.12.2022 | 2,5 | 2 | 2,75 | 7,14 |
| 16 | 08.02.2023 | 3 | 2,5 | 3,25 | 7,14 |
| 17 | 22.03.2023 | 3,5 | 3 | 3,75 | 8,21 |
| 18 | 10.05.2023 | 3,75 | 3,25 | 4 | 8,21 |
| 19 | 21.06.2023 | 4 | 3,5 | 4,25 | 6,84 |
| 20 | 02.08.2023 | 4,25 | 3,75 | 4,5 | 6,84 |
| 21 | 20.09.2023 | 4,5 | 4 | 4,75 | 6,84 |

Джерело: [2]

Рада керуючих прогнозує, що ключові процентні ставки ЄЦБ залишатимуться на нинішніх або нижчих рівнях доти, доки не буде досягнуто стійкого зближення прогнозу інфляції до рівня, достатньо близького до 2%, але нижчого за 2% в межах прогнозного горизонту, і таке зближення буде послідовно відображатися в динаміці базової інфляції.

З 01.11.2019 було відновлено чистий викуп активів у рамках програми APP [1] Ради керуючих із щомісячним обсягом у 20 млрд євро. Рада керуючих очікує, що такі заходи триватимуть стільки часу, скільки буде необхідно для посилення стимулюючого впливу процентних ставок, і завершаться незадовго до того, як вона почне підвищувати ключові процентні ставки ЄЦБ.

Реінвестування основної суми платежів з погашення цінних паперів, придбаних в рамках програми APP, триватиме в повному обсязі протягом тривалого періоду часу після дати, коли Рада керуючих почне підвищувати ключові процентні ставки ЄЦБ. В будь-якому випадку такі заходи будуть тривати стільки часу, скільки буде необхідно для підтримання сприятливих умов ліквідності та достатнього рівня монетарного стимулювання [3].

Умови нової серії щоквартальних цільових довгострокових операцій рефінансування (TLTRO III) [2] будуть змінені з метою збереження сприятливих умов банківського кредитування, забезпечення плавної трансмісії монетарної політики та подальшої підтримки м'якої монетарної політики. З листопада 2019 року відсоткова ставка за кожною операцією встановлюватиметься на рівні середньої ставки за основними операціями рефінансування Єврозони протягом строку дії відповідної операції TLTRO. Для банків, чисті кредити яких перевищують контрольний показник, ставка, що застосовується в операціях TLTRO III, буде нижчою і може бути на рівні середньої процентної ставки за депозитними інструментами, що діє протягом строку тривалості операції. Термін погашення операцій буде подовжено з двох до трьох років.

Для підтримки трансмісії монетарної політики через банки було запроваджено дворівневу систему резервування, в якій частина надлишкової ліквідності банків була звільнена від сплати від'ємної ставки за депозитними операціями.

Література

1. European Commission, 2015. "Data on budget commitments" URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/evaluations/data-for-research/
2. Офіційний сайт Європейського центрального банку URL: <https://data.ecb.europa.eu/data/datasets>
3. Demirguc-Kunt, Asli; Lokshin, Michael; Torre, Ivan; Torre, Iván. 2020. Opening-up Trajectories and Economic Recovery: Lessons after the First Wave of the COVID-19 Pandemic. Policy Research Working Paper; No. 9480. URL: <https://hdl.handle.net/10986/34835>

УДК 65.011.3:658

Іщук Е. В., аспірант
кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Війна Росії з Україною стало одним із основних ризиків для світової економіки. Згідно з недавнім звітом «Global Economic Prospects» Світового банку, це призвело до посилення процесів уповільнення росту світової економіки, періоду, коли спостерігається слабкий розвиток та зростання інфляції. Така ситуація збільшує ризик стагфляції, що може мати негативні наслідки для країн з різним рівнем доходу. Щоб зменшити ризик гострого економічного спаду, необхідно було б забезпечити готовність підприємств та організацій різних галузей до повномасштабної війни. Проте результати опитування глобальної асоціації ризик-менеджерів GARP (Global Association of Risk Professionals) свідчать про те, що переважна більшість іноземних компаній, включаючи фінансовий сектор, не були готові до такого сценарію. Більшість опитаних вказали, що основним ризиком війни є ринковий. Другим за важливістю є кредитний, а для компаній з активами в Україні - операційний ризик. Репутаційний ризик високий для учасників російського та європейського ринків, а для американських фінансових установ - кібербезпеки [1].

Управління ризиками є необхідною складовою будь-якої системи управління підприємством, що забезпечує її безперервність та ефективність. Основними цілями такого управління є забезпечення постійного добробуту власників підприємства за рахунок збільшення прибутку, підтримка стабільного фінансового стану, формування можливостей розвитку підприємства на основі підвищення ефективності та конкурентоспроможності, та виконання соціальних функцій. Важливо відзначити, що навіть невеликі

підприємства стикаються з проблемами виявлення та оцінки ризиків, та приймають рішення щодо їхнього впливу на діяльність «інтуїтивно».

Отже, незважаючи на різноманітність підходів, дослідники погоджуються з тим, що впровадження системи управління ризиком на сучасному підприємстві є важливою умовою для розвитку. Відбувається перехід від фінансової орієнтації до кадрової, що дозволяє вчасно виявляти ризики, визначати їхню небезпеку, адаптуватися до змінливих умов та приймати адекватні управлінські рішення. Це залучає потенціал ризик-менеджерів та спрямовує зусилля на мінімізацію витрат. Процес управління ризиком передбачає створення реєстру ризиків, карт ризиків та розробку відповідних управлінських заходів, які повинні реально покращити якість управління [2].

Важливо відзначити, що система управління ризиком на підприємстві має свої особливості. Серед них можна виділити такі: неоднозначність у формуванні результатів від впровадження системи управління ризиками, яка пов'язана з рядом чинників, таких як високі витрати на впровадження, нестача кваліфікованого персоналу та складність оцінки ризиків; побудова ефективної системи повинна враховувати найбільш суттєві зовнішні та внутрішні ризики, які впливають на фінансові результати, а також розподіл ризиків на категорії відповідно до їхньої важливості; забезпечення відповідності системи місії та цілям підприємства; збалансування інтересів різних сторін підприємства в рамках системи управління ризиками; оптимізація управлінських рішень для ефективного функціонування системи управління ризиками та виділення ключових аспектів [2].

Література

1. Impact of Russian Invasion of Ukraine: 5 Insights for Risk Managers / GARP. URL: <http://surl.li/stoel>
2. Захарова Н.Ю. Управління ризиками на підприємстві: сутність, підходи та методи / Н.Ю. Захарова // Бізнес-інформ.- 2023.- №1. Режим доступу: http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/12796/1/business-inform-2023-1_0-pages-203_209.pdf

УДК 336.012

Oliinyk Ya.

Doctor of Economic Sciences, associate professor,
director of the Institute of postgraduate education,
SESE the “Academy of Financial Management”, Kyiv, Ukraine

**DEVELOPMENT OF REGULATORY AND LEGAL PROVISION FOR
AUTOMATIC EXCHANGE OF INFORMATION IN TAX MATTERS IN THE
CONTEXT OF FURTHER FORMATION OF THE TRANSPARENT AND
FAIR TAXATION SYSTEM**

Ukrainian economy suffers significant losses as a result of Russia's military aggression. Taxation and other fiscal incentives are key policy tools for attracting investors for post-war economic recovery. The role and importance of fiscal regulation in order to attract investments and ensure tax transparency is the subject of active actions taken by international organizations and governments. Also, the countries' financial institutions are involved in these actions.

Current agenda includes the issues of establishing the functioning of the international automatic exchange of information in tax matters. The financial institutions play an important role in this process. The automatic exchange of information on financial accounts between countries is directly related to billions of additional tax revenues for countries budgets. Automatic exchange allows the tax authorities of the participating countries to obtain all the necessary information on their residents. The analysis of such data helps to identify the cases of erosion of the tax base and tax evasion.

The Common Reporting Standard (CRS) (2014) serves as the institutional basis for ensuring a more transparent and fair taxation system. The standard was developed by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) as the one of the components of the Action Plan on BEPS. CRS is a global standard for the automatic exchange of financial accounts for tax matters, designed to combat tax

evasion and ensure the transparency and fairness of the tax system [1].

The first automatic exchange of information for tax matters under the CRS standard took place in 2017 and 47 jurisdictions exchanged information; in 2022 there were 100 countries exchanging information automatically on more than 111 million accounts worldwide (the total amount of involved assets is about 11 trillion euros). As of January 2024, about 110 jurisdictions have initiated automatic information exchange. The number of countries participating in the automatic exchange of information is expected to grow to 120 in the nearest future.

The implementation of the CRS Common Reporting Standard is one of Ukraine`s international obligations as a member of the OECD Global Forum on Transparency and Exchange of Information for Tax Purposes. Ukraine is actively moving forward on this path.

On August 19, 2022, the State Tax Service of Ukraine, as a competent authority, joined the Multilateral Competent Authority Agreement on Automatic Exchange of Financial Account Information (the CRS Multilateral Agreement). The procedure for implementation also required amendments to the Tax Code of Ukraine (the TCU). Such changes were made by the Law of Ukraine “On Amendments to the Tax Code of Ukraine Regarding the Implementation of the International Standard for Automatic Exchange of Information on Financial Accounts” dated March 20, 2023 No 2970-IX (Law No 2970-IX). The TCU regulates the issues of compliance and interaction of financial agents with controlling bodies. Issues presented in the CRS Standard are not implemented to the TCU. The TCU directly refers to the CRS Standard as the applicable document within the domestic jurisdiction. The changes entered into force on April 28, 2023. These changes provide that from July 1, 2023, accountable financial institutions of Ukraine must apply due diligence measures to financial accounts to determine whether the accounts are accountable. The first reporting period in Ukraine began on July 1, 2023.

The core provisions of the Law No 2970-IX establish: the functions and rights of supervisory bodies to ensure the receipt of information necessary for exchange, in accordance with the CRS Standard; requirements for financial agents to apply the rules of the CRS Standard when performing due diligence on financial accounts; requirements regarding the minimum period of storage of documents and the procedure for providing such documents to the supervisory body; the procedure for obtaining information for tax purposes by the controlling body; an effective control mechanism for compliance with the requirements of the CRS Standard by financial agents [2].

Banks and other financial institutions are the source of automatic exchange of information for tax matters in accordance with the CRS standard. National financial institutions are obliged to submit information on their reporting accounts to the tax authorities by July, 1 each year. Ukrainian tax authorities will exchange information with other partner states. The first report on accountable accounts for the period July – December 2023 will be done by July 1, 2024 [3].

Accordingly, the national institutional framework for starting the automatic exchange of information on financial accounts was established in 2023. At the same time, the continuation of military aggression creates risks of such an automatic exchange between Ukraine and other partner states within the multilateral agreement.

References

1. Common Reporting Standard (CRS). URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо імплементації міжнародного стандарту автоматичного обміну інформацією про фінансові рахунки» від 20.03.2023 № 2970-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2970-20#Text>
3. [Порядок застосування загального стандарту звітності та належної перевірки інформації про фінансові рахунки \(Common Standard on Reporting and Due Diligence for Financial Account Information\)](#), затверджений наказом МФУ від 26.05.2023 № 282. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1090-23#Text>

УДК: 336.61:378.4

Юрчишена Л. В., к. е. н., доцент,
завідувач кафедри фінансів і банківської справи
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна

ПРОЯВИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ УНІВЕРСИТЕТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Проблема забезпечення фінансової стійкості університетів набуває все більшого значення, що обумовлено викликами сьогодення. Бюджетне фінансування університетів є досить обмеженим і невизначеним в умовах військового стану, що супроводжується ручним режимом розподілу фінансових ресурсів, секвестрами бюджету. Фінансування видатків розвитку або кадрового стимулювання за рахунок бюджетних коштів є обмеженим. Питання фінансової стійкості стало ключовим на щорічному Форумі Альянсу українських університетів [1], так Брік Т. зазначив, що стійкість – адаптивність, зміна і здатність навчатись, впроваджувати нові практики для того, щоб забезпечити стабільну фінансову позицію через проекти, нові інструменти фінансування. Букреєва Д. зазначає, що фінансова стійкість університетів досягається внаслідок ефективної співпраці з бізнесом, через втілення запитів в освітні послуги та їх комерціалізацію. Погоджуючись із такою думкою, доцільно її розширити, адже наразі бізнес відкритий до співпраці, і може виступати співорганізатором та спонсором різних івентів, благодійником здійснюючи внески у грошовій та матеріальній формі. В умовах кризи Covid-19 та війни в Україні запити бізнесу щодо отримання додаткових освітніх послуг суттєво скоротилися, що обумовлено зниженням їх фінансової спроможності, віддаленими режимами роботи та відкритим доступом до онлайн курсів. Попри це, зазначена ніша наразі відновлюється, адже розвиток цифрових технологій та індивідуальні запити стейкхолдерів потребують розробки конкурентоспроможних ціннісних пропозицій (освітніх програм, курсів, тренінгів, проєктів тощо) за які вони готові платити. Поряд із можливостями

щодо отримання додаткових джерел фінансування виникають виклики пов'язані із незначною вмотивованістю кадрів.

Додаткові інструменти фінансування є доступні для університетів за рахунок потужних та вмотивованих кадрів на всіх рівнях. Це дає можливість формувати команди для реалізації проєктів, в т. ч. міжнародного рівня, отримувати гранти на фінансування освітньої та наукової діяльності, залучати кошти від фандрайзингу, забезпечувати високі показники рейтингу, формувати конкурентоспроможну спільноту однодумців. Саме такі університети здатні витримувати кризи, адаптуватися до змін в умовах невизначеності, передбачати і стимулювати попит на освітні послуги, комерціалізувати результати наукової діяльності та формувати стратегічний фінансовий простір.

Фінансова стійкість університету [2] розглядається як здатність формувати позитивний фінансовий простір через створення ціннісної пропозиції та впровадження економічної моделі розвитку, диверсифікації доходів, зменшення залежності від бюджетного фінансування, раціональний розподіл ресурсів, здатність гнучко реагувати на зміни попиту, приймати ефективні гнучкі фінансові рішення для досягнення стратегічних пріоритетів розвитку університету.

В умовах фінансової автономії університетів, інтернаціоналізації, цифровізації та інтеграції в міжнародне освітнє й наукове середовище, зміну трендів розвитку вищої освіти через зміщення фокусу з освітньої на наукову, проєктну діяльність збільшуються фінансові можливості університетів. Попри зміщений фокус, основним джерелом фінансування залишаються доходи від освітніх послуг, що збільшуються через непрямі важелі впливу (конкурентні позиції та високі рейтинги ЗВО, що приваблюють потенційних абітурієнтів.

Цифровізація неоднозначно впливає на конкурентоспроможність ЗВО, адже цифровий доступ до баз даних, швидкісний Інтернет, хмарне середовище, програмні продукти в умовах війни є безоплатними, адже міжнародна спільнота підтримує Україну, проте по завершенню війни доступи стануть платними. Чи готові університети платити за них? Адже науковці за власний

рахунок не зможуть оплачувати їх. Тому, попри обмежені фінансові ресурси менеджмент університету повинен шукати додаткові фінанси для оновлення програмного забезпечення, комп'ютерної техніки та формувати фонди цифрової трансформації.

Одним із викликів для університетів є ставлення студентів до процесів цифровізації вищої освіти [3], результати є неоднозначними, більшість позитивно ставиться, але тут потрібно уточнити: якщо це впровадження сучасних цифрових інструментів в навчальний процес із відповідною матеріально-технічною базою, то це тільки підсилює конкурентні позиції ЗВО, а якщо перехід на онлайн навчання, то ставлення є неоднозначним, адже не всі студенти мають сучасні гаджети та швидкий доступ до інтернет, відсутність очної комунікації викликає супротив до такої форми навчального процесу.

Отже, фінансова стійкість університетів в умовах цифрової трансформації має як позитивні аспекти в частині міжнародного співробітництва та залучення коштів від освітньої та наукової діяльності, усунення бар'єрів доступу, так і обмеження, адже інтенсивний розвиток цифрових технологій вимагає від ЗВО оновлення матеріально-технічного та програмного забезпечення, знаходження балансу в організації освітнього процесу для утримання наявного та приросту потенційного контингенту студентів.

Література

1. Форум Альянсу Українських Університетів «Управління закладами вищої освіти в час війни». URL: <https://auu.com.ua/activities/upravlinnya-zakladamy-vyshhoyi-osvity-v-chas-viyny/>
2. Юрчишена Л. Теоретичні засади фінансової стійкості університетів. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 1. С. 22–37. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.01.022>.
3. Md. Jahangir Alam, Rakibul Hassan, Keiichi Ogawa. Digitalization of higher education to achieve sustainability: Investigating students' attitudes toward digitalization in Bangladesh. *International Journal of Educational Research Open*. 2023. Vol. 5. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijedro.2023.100273>.

УДК 004.738.5:336.74]:338.245

Ладиченко К.І.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової економіки
Мазур К. В., студентка,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

РОЛЬ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ КРАЇНИ

Електронні гроші стають дедалі важливішими в сучасному суспільстві завдяки численним перевагам і трансформаційному впливу на різні аспекти нашого життя. Вони стають не лише зручним інструментом для здійснення платежів, але й ключовим елементом фінансової інфраструктури, що впливає на ліквідність, продуктивність та доступність фінансових послуг. Їхня роль є критичною для розвитку стратегій економічної стійкості та успішного функціонування фінансової системи в умовах стрімкої цифрової трансформації.

Впровадження цифрових грошей, що охоплює електронні гроші, стейблкойни, цифрові валюти центрального банку (CBDC), криптовалюти та інші аналогічні форми, виступає не лише як зручний засіб для проведення платежів, але й визначальним елементом у формуванні фінансової політики та економічних стратегій країни. Електронні гроші забезпечують швидкі та зручні транзакції, сприяючи підвищенню ліквідності та ефективності фінансової системи. Стейблкойни, пов'язані з реальними активами й забезпечують стабільність валюти та захист від коливань. CBDC – вказують на довіру до національного фінансового органу й сприяють стійкості фінансової системи [1, с. 1-2].

У зв'язку з розвитком мережі Інтернет та інформаційного суспільства, виникла необхідність в обміні нематеріальними товарами та послугами в електронній формі, що призвело до виникнення нового платіжного інструменту – електронних грошей, які спрямовані на заміну готівки та паперових чеків.

Дослідження вказують на тісний взаємозв'язок між рівнем економічного розвитку країни та активністю безготівкових платежів. Країни, які проявляють вищий рівень добробуту та мають розвинену фінансову систему, такі як Нідерланди, Бельгія (Digital Euro), Уругвай (e-peso), Китай (e-CNY), Швеція (eKrona) та інші, активно використовують безготівкові розрахунки, що сприяє їхньому ще більшому економічному зростанню [2, с. 18-22].

Україна знаходиться на перехресті шляхів у використанні безготівкових платежів, тому вже у 2024 році планує впровадити цифрову форму національної валюти, відомої як е-гривні [3]. Її емітентом виступатиме Національний банк України. Основна мета впровадження полягає у в ефективному виконанні всіх функцій грошей, доповнюючи готівкові та безготівкову форми гривні. Е-гривня буде зручною та доступною для всіх верств населення, юридичних осіб, державних органів, банків та небанківських установ.

Е-гривня відображає плани НБУ з модернізації платіжної інфраструктури країни відповідно до світових тенденцій. Вона спрямована на підтримку фінансової стабільності, забезпечення економічної безпеки та підвищення ефективності монетарної політики.

Впроваджуючи українські електронні гроші, Національний банк має на меті досягнення цифрової трансформації та стимулювання розвитку економіки. Це сприятиме підвищенню довіри до національної валюти, зменшенню вартості платіжних операцій та обмеженню використання готівки. Крім того, введення е-гривні сприятиме підвищенню прозорості розрахунків і покращенню монетарної трансмісії. Початково планується використання е-гривні в державних підприємствах для виплати зарплати в цій валюті, що є важливим кроком у процесі її впровадження [4].

Для реалізації свого проєкту е-гривні, НБУ досліджував міжнародний досвід проєктів CBDC для роздрібних платежів різних країн. Серед них – Цифровий євро (ЄЦБ), eKrona (Швеція) та e-CNY (Китай). Усі ці проєкти впроваджуватимуть свою валюту через банківську систему, однак тільки Китай

запустив свій проєкт у 2023 році, інші ж тільки заплановані. Водночас близько 90% центральних банків у світі розглядали можливість випуску CBDC, що свідчить про поширення інтересу до цифрової трансформації економіки.

Впровадження е-гривні в Україні позитивно вплине на забезпечення економічної безпеки країни, зміцнення монетарного суверенітету та здатності НБУ забезпечувати цінову та фінансову стабільність, як запоруку стійкого економічного зростання. Крім того, опитування через гаманець «Е-Гривня» показало, що українці цікавляться цією ініціативою, і близько 87% опитуваних вважають, що е-гривня матиме середній або високий вплив на рівень фінансової інклюзії. Вони сподіваються на безпечність та захищеність, а також на низькі тарифи й миттєві платежів.

Отже, застосування е-гривні сприятиме зменшенню використання готівки та підвищить ефективність платежів, що допоможе українській економіці перейти до більш цифрового та прозорого середовища. Ця ініціатива стане важливим кроком у напрямку модернізації економіки та підтримки її стійкого розвитку.

Література

1. Rise of Digital Money: Implications for Pacific Island Countries / Y. S. Zhou et al. International Monetary Fund, 2024. 58 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2024/02/21/Rise-of-Digital-Money-Implications-for-Pacific-Island-Countries-543239> (date of access: 02.04.2024).
2. Кравчук В., Науменко Д., Глибовець А. Електронні гроші в Україні. / Аналітичний звіт. – К.: Альфа-ПІК, 2012. – 64с. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Books/2012/3_Electronic_Money/E-money_report_APPROVED_2012-10-02_RED2.pdf.
3. Суспільне новини (опубліковано 13.02.2023) / Не відкладати на 2024-й. Мінцифри просить НБУ запустити е-гривню. URL: <https://suspilne.media/384317-ne-vidkladati-na-2024-j-mincifri-prosit-nbu-zapustiti-e-grivnu-u-2023-mu/>.
4. Національний банк України / Про е-гривню – цифрові гроші Національного банку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/e-hryvnia>.

УДК 330.5

Проскурович О.В.,
к.е.н., доцент кафедри ЕАМ та ІТБ,
Меркушин К.Р.,
студент ОП «Економічна кібернетика»
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

АДАПТАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Вітчизняна економіка перебуває у стані кризи через значне падіння реального ВВП, високу інфляцію, зростання боргового бюджетного навантаження, уповільнення бізнес-активності тощо. З початку військової агресії збільшилися обсяги міжнародної фінансової допомоги, що є джерелом здійснення реформ в Україні та формування оптимальної стратегії і тактики повоєнного відновлення економіки. Необхідність проведення реформ в Україні одночасно з процесом повоєнної відбудови є важливою складовою успішності реформ та їх відповідності вимогам сучасного світу.

Одним із напрямків відновлення вітчизняної економіки є покращення її фінансової стабільності. Під фінансовою стабільністю розуміється стан, за якого фінансова система, яка включає фінансових посередників, ринки та ринкову інфраструктуру, здатна протистояти потрясінням і усуненню фінансового дисбалансу, не поступаючись місцем накопиченню процеси, які погіршують розподіл заощаджень на інвестиційні можливості та обробку платежів в економіці. Тому, сильна та інтегрована фінансова система має важливе значення для підтримки зростання та стійкості реальної економіки України та Єврозони. Надзвичайно важливо постійно оцінювати та розглядати вплив економічного середовища на фінансову стабільність.

У 2023 р. НБУ забезпечив макроекономічну, фінансову та валютну стабільність в державі. Україна отримала рекордний рівень зовнішньої міжнародної допомоги (близько 43 млрд дол.). Економіка зросла на 5 %, інфляція складала близько 5 %, рекордний рівень золотовалютних резервів НБУ (більше 40 млрд дол.), ситуація на валютному ринку є стабільною, контрольованою [1]. Усе це підтверджує той факт, що фінансовий сектор успішно адаптувався до роботи в складних умовах війни.

Потрясіння в банківському секторі, яке сталося навесні 2023 р. в Сполучених Штатах і Швейцарії, є потужним нагадуванням про швидкість, з якою можуть бути виявлені вразливі місця, що лежать в основі фінансової системи. Європейський банківський сектор продемонстрував надзвичайну стійкість, але ця стійкість не повинна перетворюватися на самовдоволення. Дійсно, проблеми з банківською ліквідністю можуть посилитися, пролонгація облігацій із терміном погашення підштовхує витрати банків на ринкове фінансування, тоді як конкуренція за депозити, ймовірно, посилиться, що призведе до швидшого переоцінки депозитів. Приглушене економічне зростання та ознаки погіршення кредитної якості створюють ризики зниження доходів банків.

Тривалі нульові – і навіть від’ємні – процентні ставки, запроваджені після кризи суверенного боргу в ЄС (2011-2012 р.р.) і до кінця 2021 р., дозволили підприємствам, державам та залученим інвесторам брати необґрунтовані борги, роблячи їх вразливими до погіршення економічних і ринкових умов. У цьому відношенні підвищення відсоткових ставок для подолання високої інфляції ставить під сумнів стійкість державних і приватних боргів, а також стійкість фінансової системи протистояти викликам, які виникають на її шляху. Крім того, підвищена інфляція означає, що Національному банку, можливо,

доведеться утримувати ставки на вищому рівні таким чином, щоб збільшити спроможність позичальників погасити борг.

Крім того, небанківський фінансовий сектор – інвестиційні фонди, страхові компанії, хедж-фонди... – став дедалі важливішим за останні роки: кредити, надані не банками нефінансовим корпораціям Євразії (НФК), зросли з 15 % до 26 % усіх кредитів, наданих фінансовими установами з 2008 р. до кінця 2022 р. Зростаюча роль небанківських установ є можливістю диверсифікувати джерело фінансування і, таким чином, може допомогти забезпечити безперервне фінансування реальної економіки, але це також сприяє нові ризики та вразливі місця (наприклад, невідповідність ліквідності, синтетичний леверидж, який може посилити потрясіння та створити ризики переливу для банків, епізод стресу, оскільки небанківські банки недостатньо готові задовольнити великий попит на ліквідність). Нарешті, високий рівень взаємозв'язку між небанківськими фінансовими установами (НБФУ) і традиційними банками також може стати важливим каналом посилення фінансового стресу [2].

Таким чином, необхідні рішучі політичні дії та міжнародна співпраця, щоб подолати виклики фінансовій стабільності, спричинені останніми кризами, і зміцнити систему, щоб краще реагувати на майбутні кризи.

Література

1. Національний банк України URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/about>
2. Василь Фурман Фінансова стабільність: склалося краще, ніж прогнозували URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/19/708936/>

УДК 657:336:004

Бунда О. М., к.е.н., доцент,
Кирсенко А. С., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ФІНАНСІВ ТА ОБЛІКУ

Фінанси - це складна та важлива система, яка відіграє ключову роль у функціонуванні економіки. Фінанси є невід'ємною частиною управління будь-якою організацією, незалежно від її розміру, сфери діяльності чи власності. Вони забезпечують інформацію, необхідну для прийняття ефективних управлінських рішень, а також ресурси, необхідні для досягнення поставлених цілей. Облік - це система, яка організовує збір, нагромадження, обробку, групування, узагальнення та реєстрацію інформації про події, явища, факти, процеси, об'єкти тощо. Цифрові технології кардинально змінюють всі аспекти нашого життя, а також сферу фінансів та обліку. Використання інформаційних технологій в фінансах та обліку забезпечує: підвищення ефективності, точності, достовірності та прозорості у цих важливих сферах [1]. Інформаційні технології у сфері фінансів та обліку здійснюють суттєвий вплив на підготовку фахівців: зростання попиту на спеціалістів з цифровими навичками, таких як аналітики даних, розробники програмного забезпечення та фахівці з кібербезпеки; зміна ролі традиційних професій, таких як бухгалтери та аудиторів, які повинні адаптуватися до нових технологій; необхідність у підвищенні кваліфікації та перепідготовки фахівців для роботи з цифровими технологіями [2].

Економічний та соціальний аспект застосування цифрових технологій в фінансах та обліку: зниження витрат на обробку фінансових даних та транзакцій; підвищення прозорості та доступності фінансової інформації; збільшення можливостей для фінансової інклюзії та залучення до фінансової системи нових груп населення; потенційний ризик зростання нерівності та

виключення з цифрового простору; створення сприятливого регуляторного середовища для розвитку та впровадження цифрових технологій; підвищення цифрової грамотності та навичок населення [3].

Приклади використання цифрових технологій у сфері фінансів та обліку: використання електронних підписів та електронного документообігу; розвиток онлайн-банкінгу та мобільних платежів; застосування штучного інтелекту для виявлення шахрайства та оптимізації інвестиційних портфелів; використання блокчейн-технології для створення прозорих та безпечних систем платежів.

Впровадження штучного інтелекту допомагає автоматизувати рутинні завдання, такі як введення даних, аналіз звітів та виявлення шахрайства. Це може звільнити час для більш складних завдань, таких як стратегічне планування та прийняття рішень [4]. Використання блокчейн-технології може забезпечити безпечну та прозору платформу для обміну фінансово-обліковою інформацією. Це може допомогти уникнути шахрайства та помилок, а також підвищити довіру до фінансово-облікової системи [5].

Хмарні обчислення можуть забезпечити доступ до фінансових даних та програм з будь-якого місця та з будь-якого пристрою. Це може допомогти підприємствам та приватним особам стати більш ефективними та мобільними [6]. Цифрова трансформація — це процес переходу до цифрових технологій у всіх аспектах діяльності. Це може допомогти підприємствам та приватним особам стати більш конкурентоспроможними, ефективними та інноваційними [7].

Також широко застосовуються інформаційні технології для керування особистими фінансами. KMyMoney — це програма для керування особистими фінансами, доступна для Windows, macOS та Linux. Вона пропонує широкий спектр функцій, які допомагають користувачам відстежувати свої доходи, витрати, активи та зобов'язання, а також складати бюджет та інвестувати. Функціональні можливості KMyMoney: відстеження доходів та витрат;

створення та керування бюджетом; ведення рахунку активів та зобов'язань; створення звітів та графіків; підтримка різних валют та мов; інтеграція з онлайн-банкінгом; підтримка імпорту даних з інших програм. Переваги використання КМуMoney: безкоштовна та відкрита програма; потужні та гнучкі функції; простий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс; підтримка спільноти користувачів; доступність для різних платформ [10].

Отже, цифрові технології у сфері фінансів та обліку надають підприємствам та приватним особам для здійснення господарської діяльності значних конкурентних переваг. КМуMoney - це потужний та універсальний інструмент для оброблення і керування фінансово-обліковою інформацією в процесі господарювання.

Література

1. Петренко А. І., Шкрєбтій О. М., Іваненко Т. В. Цифрові фінанси: майбутнє сьогодні / Економічний вісник університету. - 2020. - С. 82-91.
2. Кравець О. С. Вплив цифрових технологій на професійну діяльність бухгалтерів / Економічний вісник. - 2021. - № 2. - С. 115-123.
3. Бродінська І. І. Цифрові технології в управлінні фінансами підприємств: сучасний стан та перспективи розвитку / І. І. Бродінська // Фінансовий простір. - 2019. - № 4. - С. 43-52.
4. Іванова М. П. Економічні та соціальні наслідки впровадження цифрових технологій у фінансовому секторі / Фінансова економіка. - 2022. - № 3. - С. 64-73.
5. Чернова Н. С. Блокчейн-технології у фінансовому секторі: переваги та виклики / Н. С. Чернова // Фінансовий ринок та фінансові послуги. - 2019. - № 1. - С. 52-61.
6. Сидорова Л. М. Використання штучного інтелекту у фінансовому менеджменті / Л. М. Сидорова // Фінансовий аналіз та облік. - 2018. - № 2. - С. 77-85.
7. Корнеєва Н. В. Цифрова трансформація в фінансовому менеджменті: практичний аспект / Н. В. Корнеєва // Фінансовий простір. - 2023. - № 2. - С. 88-97.
8. Офіційний сайт персонального фінансового менеджера для людей КМуMoney - <https://kmyumoney.org/>

УДК 332.146

Іванов Ю.Б., д.е.н., професор,
Науково-дослідний центр індустріальних
проблем розвитку НАН України, м. Харків, Україна,
Лаптев В.І., д.е.н., доцент,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

ПОДАТКОВІ ЗАСОБИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Основою забезпечення сталого розвитку України в повоєнний період є залучення інвестицій для відновлення економіки та створення сприятливого інвестиційного клімату. Саме на це спрямований розроблений Міністерством економіки України План для реалізації Ukraine Facility [1]. Разом з тим, цей план передбачає пріоритетні напрями інвестування й реалізацію інституційної та адміністративної складових, але не містить ані фінансового, ані податкового інструментарію підтримки та стимулювання інвестицій.

Єдиним документом стратегічного характеру в сфері фінансової та податкової політики є прийнята 27 грудня 2023 р. Національна стратегія доходів до 2030 р. [2] (далі НСД), основною стратегічною ціллю якої визначено «забезпечення макроекономічної та фінансової стабільності через збереження рівня мобілізації доходів та зменшенні потреби у зовнішньому фінансуванні». Зазначена ціль має яскраво виражений фіскальний характер, хоча в тексті НСД все ж-таки містяться певні інструменти податкової підтримки та податкового стимулювання інвестиційної діяльності, що власне і є основою стабілізації та забезпечення стійкого розвитку економіки України в повоєнний період.

В розділі 4.3.3(а) НСД [2] «Ефективне використання податкових стимулів для заохочення післявоєнної відбудови та реінвестування капіталу» передбачено дві групи інструментів, що мають принципово різний характер впливу на інвестиційні процеси:

- 1) спеціальні податкові режими (Дія-Сіті, індустріальні парки, режим

«Інвест-няня» для крупних інвестиційних проектів та «Спеціальні умови для підприємств у шахтарських регіонах»). Україна має певний досвід застосування перших двох спецрежимів, а останні два, хоча й передбачені чинним законодавством, але на практиці ще не використовуються;

2) прискорена та миттєва (повна) амортизація.

Перша група інвестиційно-орієнтованих інструментів податкової політики в якості рушійної сили передбачає зменшення податкового навантаження на платників податків, що здійснюють господарську діяльність в межах певного сектору економіки (Дія-сіті) або території (індустріальні парки та спеціальні умови для підприємств у шахтарських регіонах). Режим «Інвест-няня» займає певну проміжну позицію – з одного боку, він призначений для стимулювання виконання значних за обсягами інвестицій та терміном реалізації інвестиційних проектів у визначених законодавством сферах діяльності (переробна, видобувна промисловість й т. ін.), а з іншого – він не інструментом групової дії та в індивідуальному порядку застосовується до конкретних інвестиційних проектів, які відповідають встановленим обмеженням.

Миттєва амортизація визначена в НСД як пріоритетний інструмент податкового стимулювання інвестицій та класифікована як новий підхід, що базується на витратах. Проте, ця теза уявляється вельми дискусійною.

По-перше, аналіз інструментарію податкового стимулювання інвестицій, що застосовується в країнах ЄС, свідчить про те, що такий інструмент не є новим, він відомий під іншою назвою - «попередня (авансова) амортизація, що передбачає повне списання вартості об'єкта основних засобів на витрати в момент його введення в експлуатацію. В Україні також є досвід використання прискореної амортизації. Так, відповідно до п. 43¹ підрозділу 4 розділу XX Податкового кодексу України платники податку, які коригують фінансовий результат на податкові різниці, мають право з 01.01.2021р. до 31.12.2030 р. замість «стандартних» строків корисного використання придбаних нових основних засобів використовувати скорочені строки (для всіх груп основних засобів, крім частини групи 4 – електронно-обчислюваних машин). Недоліком

такої пільги є її універсальний характер і відсутність цільового спрямування.

По-друге, статусу основного податкового інструмента в європейській практиці миттєва амортизація не відповідає, оскільки вона не має широкого розповсюдження, причому використовується практично у виключних випадках та для вирішення відносно вузьких завдань.

По-третє, амортизацію (як прискорену, так і миттєву) не слід вважати єдиним механізмом, базованим на витратах. За своєю економічною природою миттєва амортизація повністю відповідає іншому використовуваному в європейській практиці інструменту – податковій знижці (у випадку, коли ставка такої знижки дорівнює 100%). Порівняння цих двох інструментів свідчить про те, що податкова знижка є більш гнучким та широко застосовуваним в країнах ЄС інструментом, оскільки передбачає значний діапазон отримуваних преференцій (на практиці ставки податкової знижки можуть варіювати від 5 до 150%), що безпосередньо впливає на дієвість таких преференцій. Натомість миттєва (повна) амортизація такої гнучкості не передбачає, а вплив на дієвість такої пільги держава може здійснювати виключно за рахунок регламентації сфери її застосування, тобто встановлення переліку основних засобів, що амортизуються за цим способом, та умов, що визначають цілі податкового регулювання.

Проведений аналіз інструментарію податкового стимулювання інвестицій, що міститься в НСД, свідчить про необхідність розширення системи податкових стимулів інвестиційних процесів з урахуванням кращих європейських практик та пріоритетів повоєнного відновлення економіки України.

Література

1. План для реалізації Ukraine Facility 2024-2027. Міністерство економіки. <http://www.ukrainefacility.me.gov.ua/wp-content/uploads/2024/03/plan-ukraine-facility.pdf>
2. Національна стратегія доходів до 2030 р. Затверджена Розпорядженням КМУ від 27 грудня 2023 р. № 1218-р. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Національна_стратегія_доходів_2030.pdf

УДК 330.7

Волкова В.М., аспірантка,
Державна навчально-наукова установа
«Академія фінансового управління»,
депутатка Кременчуцької міської ради Кременчуцького району
Полтавської області, член ГО «Українська сучасна цифрова наука»,
Київ, Україна

ОГЛЯД НАЦІОНАЛЬНИХ ПОЛІТИК ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТНИХ РИНКІВ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ МІЖНАРОДНОЇ ГРУПИ З ПРОТИДІЇ ВІДМИВАННЮ БРУДНИХ ГРОШЕЙ ТА ФІНАНСУВАННЮ ТЕРОРИЗМУ (FATF) СЕРЕД КРАЇН

З 2008 року - моменту свого народження - криптовалюта набула популярності та стала важливою частиною світової фінансової системи. Криптовалюти можуть суттєво змінити існуючі сьогодні фінансові структури та трансформувати наступне покоління грошей та платежів. Однак ці зміни викликають значне занепокоєння: потенційний негативний вплив на ринок, інвесторів, користувачів та навколишнє середовище. Уряди в усьому світі прагнуть створити правила, щоб запобігти цьому впливу, в той же час сприяють розвитку інноваційних можливостей криптовалют.

Перетворення криптовалюти від спекулятивних інвестицій до нового класу активів спонукало уряди в усьому світі досліджувати методи її регулювання. Станом на січень 2024 року деякі уряди вже створили рамки для забезпечення захисту користувачів, а інші - все ще в процесі.

Національні політики застосовували дуже різні підходи до регуляторної політики щодо криптовалют, роблячи вибір між їх повною заборонаю або прийняттям більш ліберального підходу. Ці відмінності між юрисдикціями призвели не лише до регулятивного арбітражу, але й також створили надмірний тягар дотримання вимог для фінансових учасників.

Для кожної країни суб'єктами регулювання можуть бути емітенти криптовалют, криптовалютні біржі, традиційні фінансові установи, постачальники послуг або майнери .

Кожній країні призначається один із наступних регуляторних статусів: правовий (де дозволено будь-яку діяльність), часткова заборона (де заборонена одна або більше видів діяльності) і загальна заборона (де будь-яка діяльність обмежена).

Країни регулюють дійових осіб у криптосекторі за допомогою податкової політики, вимог щодо боротьби з відмиванням грошей і фінансуванням тероризму, правил захисту споживачів, а також зобов'язань щодо ліцензування та розкриття інформації.

Серед 60 країн, в яких проводилися дослідження, криптовалюта є легальною у 32, частково забороненою у 19 та взагалі забороненою у 8. У десяти країнах G20, на які припадає 50% світового ВВП, криптоактиви повністю законні. Регламент розглядається в усіх країнах G20. [1]

І країни з ринками, що розвиваються, і країни з розвинутою економікою відстають у нормативному розвитку криптовалютних активів. Лише в 25% досліджуваних економік діють правила оподаткування, ПБК/ФТ, захисту прав споживачів і ліцензування. Лише 16% країн з ринком, що розвивається, мають всі вищезгадані правила. [1]

З 60 проаналізованих країн 90% мають активні проекти цифрової валюти центрального банку (CBDC) на додаток до регулювання криптовалюти. Це вказує на те, що країни адаптують і оновлюють нормативні акти щодо криптовалюти одночасно з вивченням CBDC.

В 2014 році у відповідь на появу віртуальних валют та пов'язаних з ними способів передачі грошей через Інтернет Міжнародна група з протидії відмиванню брудних грошей FATF опублікувала звіт "Віртуальні валюти: ключові визначення та потенційні ризики ПБК/ФТ". [2]

У 2019 році FATF надала глобальну структуру боротьби з відмиванням грошей для всіх постачальників послуг віртуальних активів, яка містить 15 рекомендацій щодо вдосконалення правил ПВК/ФТ. Рекомендації були оновлені у 2021 році. FATF також щорічно переглядає виконання своїх рекомендацій. [3] Останній огляд показав, що більшість юрисдикцій все ще повинні прийняти рекомендації щодо перевірки, впровадження та забезпечення виконання. Рекомендація 15, яка називається «Правило подорожі», вимагає від VASP (постачальник послуги) обмінюватися інформацією про бенефіціара та відправника для всіх транзакцій. Це правило виявилось суперечливим, і дуже небагато юрисдикцій його запровадили.

У жовтні 2018 року FATF вперше посилила Рекомендацію 15 (R.15) для встановлення правил протидії відмиванню коштів та фінансуванню тероризму, які безпосередньо стосуються віртуальних активів і VASP (включаючи належну перевірку клієнта (CDD) і зобов'язання щодо правил подорожей). Рекомендації FATF вимагають прийняття в національних законодавствах. Попередній звіт FATF у 2023 році [4] показав, що 75% із 98 оцінених юрисдикцій продемонстрували лише часткову відповідність вимогам R.15 або не відповідали взагалі.

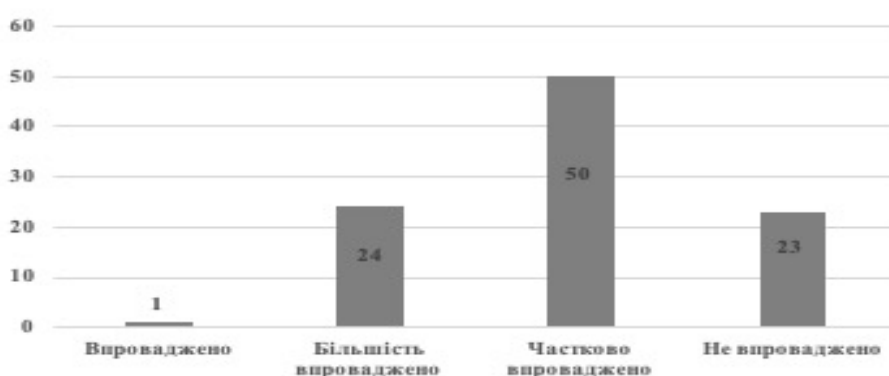


Рис 1. Впровадження рекомендацій FATF за результатами оцінювання 98 юрисдикцій станом на квітень 2023 року.

Джерело: Virtual Assets: Targeted Update on Implementation of the FATF Standards on Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers. [4]

28 березня 2024 року глобальна група з боротьби з відмиванням грошей та фінансуванням тероризму (FATF) опублікувала таблицю [5, с. 5-10], в якій зазначено стан впровадження стандартів FATF серед 38 членів та 20 додаткових юрисдикцій з «важливою діяльністю VASP» щодо віртуальних активів та постачальників послуг віртуальних активів (VASP) серед членів, також відому як Рекомендація 15.

У таблиці звіту представлено результати опитувань 58 юрисдикцій, (січень - березень 2024 року), відповідно до якого зроблені наступні висновки:

- 100% (58) або провели, або знаходяться в процесі проведення оцінки ризиків, що охоплює віртуальні активи та діяльність VASP (розробляється: Австралія, Фінляндія, Греція, Малайзія, Португалія).
- 9% (5) мають або перебувають у процесі прямої заборони віртуальних активів та діяльності VASP (Китай, Єгипет, Саудівська Аравія та в процесі: Сейшельські острови, Індонезія).
- 17% (10) ще не створили нормативної бази, яка б вимагала від VASP реєстрації або ліцензування та застосування заходів ПВК/ФТ (В'єтнам, Нова Зеландія; у процесі: Туреччина, Аргентина, Колумбія; поряд із п'ятьма вищезазначеними юрисдикціями, які мають або перебувають у процесі явної заборони віртуальних активів і діяльності VASP).
- 22% (13) ще не зареєстрували або не ліцензували VASP на практиці (Аргентина, Бельгія, Бразилія, Колумбія, Нова Зеландія, Туреччина, Україна, В'єтнам, Китай, Єгипет, Саудівська Аравія, Сейшельські Острови; у процесі: Нігерія).
- 15 % (9) ще не провели наглядову перевірку або не включили VASP до свого поточного плану перевірки (Аргентина, Колумбія, Китай, Єгипет, Саудівська Аравія, Україна, В'єтнам; у процесі: Нідерланди, Віргінські острови (Великобританія)).

▪ 28% (16) ще не вжили примусових заходів або інших заходів нагляду проти VASP (Аргентина, Бразилія, Китай, Фінляндія, Ісландія, Ірландія, Російська Федерація, Саудівська Аравія, Південна Африка, Іспанія, Україна, В'єтнам; у процесі: Канада, Індонезія, Віргінські острови (Британські)). [46]

Положення про криптовалюту все ще досліджуються та розробляються в усьому світі. Багато країн розробляють політику та законодавство, а інші відстають з різних причин.

Незважаючи на те, що криптовалюта існує з 2009 року, уряди та регулятори в усьому світі все ще розробляють способи керування її використанням. Споживачі та підприємства повинні бути захищені від шахрайства, а також необхідно вживати превентивних заходів для боротьби з незаконним використанням криптовалюти. Багато країн прогресують, але це повільний і суперечливий процес.

Література

1. Cryptocurrency Regulation Tracker. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/programs/geoeconomics-center/cryptoregulationtracker/>
2. Virtual Currencies Key - Definitions and Potential AML/CFT Risks / FATF-GAFI. URL: <https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/reports/Virtual-currency-key-definitions-and-potential-aml-cft-risks.pdf>
3. The FATF Recommendations. INTERNATIONAL STANDARDS ON COMBATING MONEY LAUNDERING AND THE FINANCING OF TERRORISM & PROLIFERATION. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/dam/fatf-gafi/recommendations/FATF%20Recommendations%202012.pdf.coredownload.inline.pdf>
4. Virtual Assets: Targeted Update on Implementation of the FATF Standards on Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/fatf-gafi/en/publications/Fatfrecommendations/targeted-update-virtual-assets-vasps-2023.html>
5. Status of implementation of Recommendation 15 by FATF Members and Jurisdictions with Materially Important VASP Activity. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/dam/fatf-gafi/publications/VACG-Table-Jurisdictions-2024.pdf.coredownload.pdf>

УДК 336.1

Шликова В. О., к.е.н., ст. досл.,
Полякова О. Ю., к.е.н., доцент,
ДННУ «Академія фінансового управління»,
НДЦ ІПР НАН України

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ: ПОТОЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Обсяги та перелік механізмів зовнішнього фінансування відновлення економіки України мають тенденцію до збільшення, однак, як відзначається у Звіті Національного банку (грудень 2023 р.), для швидкого зростання економіки необхідними є вищі інвестиції [1]. У цьому контексті актуальним є всебічний аналіз прийнятого 29 лютого 2024 року Регламенту Європейського Парламенту та Ради, який визначає цілі започаткованої Програми для України на 2024-2027 роки [2].

Відповідно до Регламенту, підтримка України буде здійснюватися за такими основними компонентами: фінансова підтримка для проведення реформ та здійснення інвестицій з метою реалізації «Плану України», підтримки макрофінансової стабільності в країні; спеціальна Інвестиційна програма для України, яка спрямована на підтримку інвестицій та забезпечення доступу до фінансування; технічна допомога та підтримка у розробці та впровадженні реформ, пов'язаних із вступом до ЄС, сприяння розвитку адміністративної спроможності, субсидування витрат на запозичення, створення резервів та інші відповідні види діяльності.

Отже, друга складова спрямована саме на підтримку забезпечення доступу до фінансування та інвестицій у рамках спеціальної інвестиційної програми (ст.1, ч.2.(b)). Важливим у започаткуванні Фонду є те, що він не замінює вже існуючі види підтримки, а є додатковим інструментом (ст. 4).

Структура розподілу фінансування наведена на рис. 1.

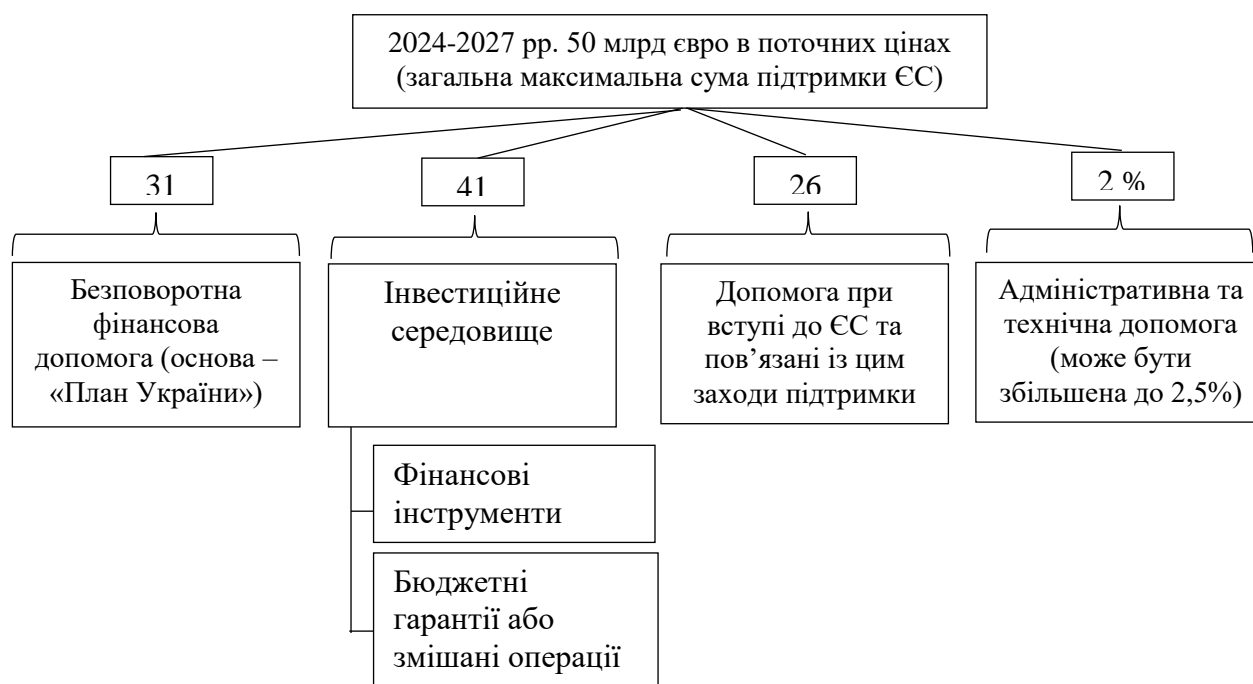


Рис. 1. Орієнтовний розподіл бюджету Фонду.

Загальною метою створення Фонду у частині підтримки інвестицій (ст. 3 Регламенту) є подолання, зокрема, економічних наслідків воєнної агресії проти України, сприяння мирному відновленню, реконструкції, реставрації та модернізації країни. Серед конкретних цілей Фонду відзначимо досягнення стабільного інвестиційного середовища. Окремо наголошується як мета – сприяння науці та дослідженням, зміцнення стратегічних секторів економіки, доступ до фінансування та інновацій незалежно від розміру компаній.

В рамках проведення аналізу Регламенту здійснено співставлення характеристик інвестиційної політики України з умовами Регламенту та надана характеристика потенційних коротко-, середньо- та довгострокових фінансових ефектів у рамках Регламенту.

Проведений аналіз документу дозволив сформулювати наступні висновки:

- застосування інструментів, передбачених Регламентом, дозволить розв'язати проблеми інвестування для відбудови інфраструктури, знищеної та пошкодженої воєнними діями, сприятиме підвищенню фінансовою стабільності

державного та місцевих бюджетів, зокрема, завдяки тому, що 20% коштів передбачено для потреб регіонів;

- екологічна, енергостійка та енергоефективна спрямованість інвестицій, передбачена Регламентом, вимагає запровадження відповідних інструментів стимулювання, що може мати негативний вплив на бюджети у короткостроковій перспективі, пов'язаний з наданням пільг чи преференцій;

- використання грантових та кредитних програм згідно з Регламентом матиме як безпосередні бюджетні ефекти, так і опосередковані: безпосередні пов'язані із зниженням тиску на бюджети та розширенням можливостей фінансування проєктів відбудови, опосередковані визначаються підвищенням загальної інвестиційної привабливості;

- у середньостроковому періоді державний бюджет відчуватиме негативні наслідки кредитної угоди через необхідність погашення кредиту. Боргова стійкість України у середньостроковому періоді визначатиметься темпами відновлення, подальшого зростання економіки країни, особливо її експортного потенціалу;

- спрямування 15 % грантових коштів на підтримку мікро-, малого та середнього підприємництва має зменшити тиск на фонди соціального страхування за рахунок забезпечення зайнятості, зокрема самозайнятості, та збільшити надходження до цих фондів і меншою мірою до бюджетів;

- оскільки в Регламенті підкреслюється важливість врахування конкретних потреб регіонів у відновленні, реконструкції, реформуванні, модернізації та децентралізації, то потребує врегулювання на законодавчому рівні в Україні можливостей регіонів щодо інвестиційної діяльності.

Література

1. Звіт про фінансову стабільність. Грудень 2023 року. Національний банк України. 50 с. [Електронне видання]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2023-H2.pdf?v=8
2. REGULATION (EU) 2024/792 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 29 February 2024 establishing the Ukraine Facility. [Електронне видання]. – Режим доступу: <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/792/oj>

УДК 336.711:005.955

Драчко-Єрмоленко Є. В., аспірант,
ДННУ «Академія фінансового управління»
м. Київ, Україна

ПОЛІТИКА ВИНАГОРОДИ У ДЕРЖАВНИХ БАНКАХ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Нещодавно внесені зміни НБУ до Положення про політику винагороди в банку свідчать про наближення до європейських стандартів оплати винагороди топ-менеджменту банку (членів ради та правління, ризик-менеджменту, комплаєнс-менеджменту тощо), що ґрунтуються на нормах законодавства Європейського Союзу [1]. НБУ є активним учасником здійснення процесу оцінки політики винагороди в банку з урахуванням оцінки його фінансового стану, ефективності корпоративного управління і системи внутрішнього контролю та визначення процедури наглядових дій щодо установи. Аналіз річних звітів про винагороду вітчизняних державних банків виявив проблеми неповного та неузгодженого розкриття інформації публічного доступу [2; 3; 4]. Спостерігається значна диференціація у посадових окладах не лише між банками, але також в рамках Правління та Наглядової ради, незначущості фактору масштабів та складності операцій у встановленні розміру винагороди.

Міжнародний досвід обмеження співвідношення змінної та фіксованої форм винагороди керівників банків свідчить про послаблення мотивації для керівників, а для банків – втрати талантів. Головна увага має бути приділена механізмам, інструментам, котрі обмежують прийняття надмірного ризику, диференціюють схеми винагороди окремо для ризик-приймачів та ризик-контролерів. Особливостями схем винагороди для керівників державних банків є визнання їх фідучіарних обов'язків у розпорядженні державними коштами, відсутність можливості додатково стимулювати керівників опціонами на придбання акцій банку, необхідності стримування апетитів менеджерів до отримання ризикових надприбутків. У зв'язку з цим схема виплати премій з

відстроченням у часі та практика повернення виплаченої винагороди у разі матеріалізації збитків після закінчення звітнього року є цілком виправданою та надійно слугує інтересам держави як акціонера.

Питання не грошових форм винагороди у державних банках залишається неконкретизованим у положеннях про винагороду членам Правління [2]. Серед державних банків Приватбанку та Укрексімбанку зазначено, що не грошове стимулювання може включати забезпечення житлом, страхуванням, службовим автомобілем, наданням товарів і/або послуг безкоштовно або за пільговою ціною. Ці види не грошового стимулювання включаються у фіксовану винагороду. Укрексімбанк передбачає пенсійні відрахування та залежність деяких форм не грошового стимулювання від результатів роботи членів Правління [4]. Доречно включити пакет страхування відповідальності керівників за рахунок банку у схеми винагороди для державних банків.

У державних банках України має бути затверджений механізм винагороди з урахуванням прийнятих ризиків. В організаційному плані ця система покладається на вирішальну роль Комітету з винагород при Наглядовій раді, а також функції контролю інших підрозділів (управління ризиками, комплаєнс-контролю, внутрішнього аудиту).

Ризик-апетит банку встановлюється Наглядовою радою, що включає схильність до прийняття ризику та інструменти контролю. Для цілей контролю ризик-апетиту в банках повинні використовуватися ключові індикатори ризику та ліміти на кількісно вимірні ризики. При ухваленні рішення про встановлення змінної частини фонду оплати праці керівників (премій), Наглядова рада повинна враховувати дотримання встановлених лімітів на ризики, а також дотримання показників схильності до ризику. Досягнення тригерів (граничних сигнальних значень) та/або порушення встановлених лімітів має процедурно визначати механізм коригування змінної частини винагороди.

Кадрова служба банків повинна періодично проводити адекватне порівняння оплати праці із зовнішнім ринковим середовищем для перевірки

конкурентоспроможності та достатності фіксованої винагороди з метою залучення найкращих талантів. Важливо, щоб підвищення рівня ризик-апетиту не призводило до збільшення розміру винагороди менеджерів, котрі приймають ризики.

Інформація про співвідношення результатів роботи за звітний період з розміром виплат повинна включати:

- опис основних критеріїв оцінки результатів роботи банку;
- перелік вищих керівників та всіх впливових осіб, які здійснюють функції прийняття ризиків;
- інформацію про залежність розміру виплат від результатів роботи зазначених осіб та від ризиків, що приймаються;
- опис заходів, що використовуються для коригування розміру виплат у разі низьких показників їхньої роботи.

Змінна частина винагороди керівників, що приймають ризики, може бути зменшена або скасована, у випадку, якщо операції, що проводяться, спричиняють суттєві ризики прямих та опосередкованих втрат для банку. Тоді виплата усєї розрахованої суми премії (або обіцяної винагороди) є необґрунтованою.

Література

1. Про внесення змін до Положення про політику винагороди в банку / Постанова правління НБУ №189 від 27.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0189500-23#Text>
2. Політика винагороди АТ КБ «ПриватБанк» (Remuneration Policy of JSC CB “PrivatBank”). URL: https://static.privatbank.ua/files/New_Remuneration_Policy_UKR-ENG.pdf
3. Звіт про винагороду членів правління АТ «Ощадбанк» за 2022 рік.
4. URL: https://www.oschadbank.ua/uploads/3/15698-zvit_pro_vinagorodu_cp_za_2022r.pdf
5. Звіт про винагороду членів Правління АТ «Укрексімбанк» за результатами 2020 року. URL: <https://www.eximb.com/assets/files/download/report-on-mb-remuneration-2020-ukr.pdf>

УДК 657:336:004

Бунда О. М., к.е.н., доцент,
Корнієнко Н.І., здобувач,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ФІНАНСІВ ТА ОБЛІКУ

У сучасному економічному середовищі роль фінансів підприємств визначається не лише фінансовою стійкістю, але й їхнім конкурентним потенціалом, ефективністю управління та здатністю до адаптації, до змін у глобальній економічній динаміці. Фінансова стратегія та управління грошовими потоками стають каталізаторами для досягнення успіху та стабільності підприємства в умовах надзвичайної конкуренції та невизначеності. Фінанси підприємств — це економічні відносини, які виникають в процесі формування, розподілу та використання доходів і грошових фондів суб'єктів господарювання [1, с. 5].

Фінансовий облік – це сукупність правил і процедур, які забезпечують підготовку і оприлюднення інформації про результати діяльності підприємства та його фінансовий стан згідно з нормативно-правовими актами і стандартами обліку [2, с.12].

На даному етапі розвитку інформаційні технології стали необхідним інструментом у багатьох сферах діяльності. Інформаційні технології - це сукупність інструментів, методів та систем, що базуються на використанні комп'ютерних технологій і призначені для збору, обробки, збереження, передачі та використання інформації. Інформаційні технології важливі у фінансах та обліку через їхню спроможність автоматизувати процеси, забезпечуючи точність, швидкість та ефективність. Вони дозволяють зберігати, обробляти та аналізувати великі обсяги фінансової інформації, сприяючи

прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. Також, використання інформаційних технологій забезпечує безпеку та конфіденційність фінансових даних, допомагаючи відповідати вимогам законодавства та нормативних актів.

Так, у банківській системі застосування інформаційних технологій забезпечує: збільшення клієнтської бази; підвищення ефективності управління ризиками та фінансової стійкості; зменшення операційних та адміністративних витрат; зменшення використання екоресурсів як наслідок меншого використання паперів та іншої канцелярії; надання банківських послуг онлайн, без потреби фізичного знаходження у відділеннях; можливість використання клієнтами коштів банків онлайн, за допомогою мобільних додатків (ПриватБанк, Ощадбанк та ін.), за допомогою функції NFC (технологія бездротової передачі даних *near field communication*, популярний спосіб безконтактної оплати) [3, с. 214].

Для багатьох малих підприємств або самостійних фахівців відстеження фінансів — це необхідна складова для успішного ведення бізнесу. Для управління фінансами використовують багато програмних рішень для оптимізації цього процесу. Одним з таких рішень є додаток FreshBook. FreshBooks — це програмне забезпечення у сфері фінансів та обліку у хмарному середовищі, створене виключно для власників малого бізнесу та незалежних професіоналів, що надають послуги [4]. Freshbooks пропонує продукт на основі передплати, який включає виставлення рахунків, кредиторську заборгованість, відстеження витрат, відстеження часу, фіксовані кошти, амортизацію основних засобів, замовлення на купівлю, інтеграцію заробітної плати, відстеження пробігу, подвійний облік і галузевий стандарт ділової та управлінської звітності [4].

Програма підтримує кілька податкових ставок і валют, а також містить функцію нарахування заробітної плати та функцію проектів. Основні можливості програми Freshbook включають: генерація та відправлення рахунків

клієнтам за послуги чи товари, відстеження всіх витрат підприємства, включаючи закупівлю товарів та послуг, збереження клієнтських даних, контактної інформації, історії покупок, а також іншої важливої інформації, відстеження витраченого часу на проекти та інші ресурси, які використовуються у роботі, генерація різноманітних фінансових звітів, таких як звіти про прибутки та збитки, баланси, аналіз витрат і т. д., підтримка інтеграції з різними платіжними системами для отримання платежів від клієнтів онлайн, а також забезпечення захисту конфіденційності та цілісності даних користувачів за допомогою різних заходів безпеки.

Отже, програма Freshbook є важливим інструментом для підприємств у покращенні їх фінансової діяльності, сприяючи зростанню продуктивності, ефективності та конкурентоспроможності. Завдяки Freshbook, підприємства отримують можливість швидко та зручно створювати та відстежувати рахунки, контролювати потоки грошей та аналізувати фінансову діяльність, що дозволяє ефективніше управляти фінансовими ресурсами, знижувати час, потрібний на обробку фінансової інформації, та забезпечує більшу прозорість та контроль над фінансовими процесами.

Література

1. Бедринець М. Д., Довгань Л. П. Фінанси підприємств: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2018. – 292 с.
2. Фінансовий облік 1: підручник / Я.П. Іщенко, О.А. Подолянчук, Н.І. Коваль. Вінниця: Видавництво ФОП Кушнір Ю. В. 2020. – 496 с.
3. Бунда О. М. Цифровізація банківської системи України / О. М. Бунда, А. П. Мурдза // 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. 214-215.
4. Newlon C. FreshBooks Launches Completely Redesigned Product Aimed at Self-Employed Professionals and Their Teams [Електронний ресурс] / Cara Newlon // Retrieved 2020-02-12.. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: \"FreshBooks Launches Completely Redesigned Product Aimed at Self-Employed Professionals and Their Teams\". FreshBooks.

УДК 336.2(477)

Цєпова О.А., аспірантка,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ГРИВНІ В ФІНАНСОВУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ

Основними змінами на ринку фінансових послуг є відмова від готівкових грошей та поступовий перехід до безготівкових платежів. З метою вдосконалення та введення інновацій на ринку платіжних послуг та об'єднанням з країнами європейського союзу, 1 серпня 2022 року було прийнято Закон України "Про платіжні послуги"[1].

Відповідно до міжнародних трендів Україна розглядає можливість приєднання до зростаючої тенденції випуску центральними банками власних цифрових валют, відомих як CBDC. Цифрова валюта центрального банку (CBDC)- цифрова форма грошей, випущених центральним банком, законний платіжний засіб, що може використовуватись як цифровий еквівалент готівки"[4]. Електронна гривня, вже кілька років перебуває на стадії обговорення, перший закритий пілотний проект був запущений в 2018 році. Андрій Поддєрьогін директор Департаменту платіжних систем та інноваційного розвитку НБУ зазначив, що до кінця 2024 року Національний банк України планує провести вже відкрите тестування е-гривні, залучивши до участі банки та фінансові установи"[2].

Розуміння перспектив е-гривні допомагає Україні залишатися конкурентоспроможною у світовому фінансовому ландшафті. Триваюча війна з росією ще більше підкреслила необхідність надійної цифрової фінансової системи. Розвиток е-гривні обіцяє економічне благополуччя України та її

здатність орієнтуватися в глобальному фінансовому середовищі, що розвивається.

Е-гривня обіцяє революціонізувати фінансовий ландшафт країни, пропонуючи більш швидкий, безпечний і потенційно більш інклюзивний спосіб проведення транзакцій. У той час як сама е-гривня все ще знаходиться в стадії розробки, Україна має міцний фундамент для її впровадження завдяки існуючій добре розвиненій інфраструктурі безготівкових платежів. Україна має налагоджену мережу платіжних послуг, таких як банки та небанківські установи. Ця існуюча інфраструктура могла б плавно інтегруватися з е-гривнею. Інтеграція електронної гривні з цими існуючими мережами може бути відносно гладкою, використовуючи їх доступність та базу користувачів.

Електронна гривня має потенціал для збільшення фінансової інклюзії, роблячи цифрові платежі більш доступними. Фінансова інклюзія - ключова сфера, де електронна гривня має потенціал зробити значний вплив в Україні. Більш простий доступ до фінансових послуг дозволяє людям краще управляти своїми фінансами, користуватись кредитами і приймати більш активну участь в економіці країни, що в свою чергу розширить можливості фізичних осіб та буде сприяти більш інклюзивній фінансовій системі. Цифрові операції з електронною гривнею можуть бути швидшими та прозорішими порівняно з готівковими коштами. Е-гривня потенційно може зменшити витрати, пов'язані з друком, управлінням та розповсюдженням фізичних готівкових коштів.

Однак шлях до широко прийнятої е-гривні не без її викликів. Також необхідно розглянути перешкоди, які необхідно подолати для успішної реалізації проекту е-гривня. Розробка безпечної, ефективної та масштабованої інфраструктури цифрової валюти вимагає значних технічних знань та інвестицій. Заходи з кібербезпеки повинні бути надійними, щоб запобігти

шахрайству. Також необхідно створити чітку правову базу для регулювання випуску, використання та регулювання електронної гривні. Ця структура повинна вирішувати такі питання, як захист прав споживачів, боротьба з відмиванням грошей та оподаткування. В свою чергу формування суспільної довіри до нової цифрової валюти має вирішальне значення для її успіху. Навчання населення про переваги та особливості безпеки електронної гривні буде мати важливе значення. Люди можуть не наважуватися відмовитися від традиційних грошових коштів через побоювання щодо безпеки, конфіденційності та потенційних технічних збоїв[3].

Україна може використовувати існуючий досвід у технологічному секторі країни та співпрацювати з міжнародними технологічними фірмами з перевіреним досвідом побудови безпечної технологічної бази. В свою чергу Національному банку України необхідно тісно співпрацювати з урядом та контролюючими органами для розробки комплексної правової бази. Також важливим кроком є необхідність розпочати комплексну освітню кампанію, щоб пояснити переваги та особливості безпеки електронної гривні. Прозорість та чітка комунікація будуть ключовими для вирішення суспільних проблем та зміцнення довіри.

Активно долаючи перешкоди, Україна може прокласти шлях для плавного впровадження електронної гривні та потенційно отримати винагороду за більш ефективну, інклюзивну та цифрову фінансову систему цифрових платіжних систем. Загалом впровадження е-гривні виглядають перспективними. Існуюча в Україні цифрова інфраструктура та її фокус на фінансовій інтеграції створюють сприятливий ґрунт для її впровадження. Однак вирішення технічних складнощів, створення міцної правової бази та формування довіри суспільства буде мати вирішальне значення для його

успішної реалізації. Використовуючи свої сильні сторони та інвестуючи в подальший розвиток, Україна може створити надійну інфраструктуру, яка відкриє шлях для успішного запуску та широкого впровадження електронної гривні. Ця цифрова форма гривні має потенціал революціонізувати фінансову систему країни.

Література:

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. Інтерв'ю Андрія Поддєрьогіна для видання PaySpace Magazine про е-гривню. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/intervyu-andriya-poddyerogina-dlya-vidannya-payspace-magazine-pro-e-grivnyu> (дата звернення: 19.04.2024).

3. Рябокiнь, М. (2022). Виклики впровадження цифрової валюти центрального банку у контексті нової еволюційної форми грошей в Україні: світовий досвід. *Економіка та суспільство*, (37). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-63>

4. Casting Light on Central Bank Digital Currency, IMF Staff Discussion Note, Tommaso Mancini Griffoli, Maria Soledad Martinez Peria, Itai Agur, Anil Ari, John Kiff, Adina Popescu, Celine Rochon, November 12, 2018, <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2018/11/13/Casting-Light-on-Central-Bank-Digital-Currencies-46233>(дата звернення: 19.04.2024).

УДК 657.6: 330

Кришталь Р.Б., аспірант
ДННУ «Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Цілі сталого розвитку ухвалені ООН у 2015 році для забезпечення гідного рівня життя людей на планеті, подолання бідності, досягнення миру [1]. Всі 17 цілей направлені на підвищення добробуту людства та залежать одна від одної. Їх досягнення неможливе без стійкої національної економіки, яка формується, в тому числі, на основі економік підприємств. Виходячи з цього підприємства відіграють вагомую роль у досягненні цілей сталого розвитку.

В сучасному світі, в умовах численних викликів пандемії, воєн, економічних та політичних криз важливою умовою виживання підприємства є вчасна ідентифікація ризиків та розробка стратегії їх подолання чи мінімізації їх впливу. Крім того, на підприємстві має бути розроблена ефективна система внутрішнього контролю для відстеження ефективності роботи структурних підрозділів підприємства, відповідності їх діяльності стратегічним цілям організації. Ці функції входять до служби внутрішнього аудиту.

Відповідно до Міжнародних стандартів професійної практики внутрішнього аудиту до функцій внутрішнього аудиту належить оцінка та надання рекомендацій щодо удосконалення процесу корпоративного управління для підтримання етичних принципів та цінностей на підприємстві. Крім того, внутрішній аудит повинен оцінювати ефективність заходів, пов'язаних з питаннями етики [2]. До питань етики можна віднести досягнення таких глобальних цілей сталого розвитку, як гендерна рівність, мир та справедливість, партнерство.

Досягнення таких цілей, як подолання бідності, подолання голоду, відновлювана енергія, гідна праця та економічне зростання, інновації та інфраструктура, сталий розвиток міст та спільнот має пряму залежність з розвитком успішних та ефективних підприємств.

Внутрішній аудит та цілі сталого розвитку впливають на здійснення стратегічного управління підприємством. При визначенні стратегічних цілей розвитку підприємства мають враховуватися цілі сталого розвитку, які забезпечують збалансований підхід до соціальних, економічних та екологічних аспектів діяльності організації. Внутрішній аудит, в свою чергу, допомагає виявляти потенційні ризики та можливості для досягнення цих цілей.

Один з основних аспектів взаємозв'язку між внутрішнім аудитом та цілями сталого розвитку – управління ризиками. Внутрішній аудит допомагає виявляти ризики, пов'язані з неефективним впровадженням стратегій сталого розвитку, та розробляти механізми їх зменшення чи уникнення. Це включає в себе аналіз впливу діяльності організації на соціальне благополуччя, економічний розвиток та стан навколишнього середовища.

Оскільки досягнення цілей сталого розвитку неможливе без податкової прозорості суб'єктів господарювання, поряд із впровадженням цілей сталого розвитку Україна доєдналася до проекту Організації економічного співробітництва та розвитку Base erosion and ProfitShifting, метою якого є боротьба з ухилянням від сплати податків [3]. Серед кроків цього проекту зокрема наявні такі, як запобігання зловживанню перевагами подвійного оподаткування, а також впровадження ризик-орієнтовної системи. До основних цілей внутрішнього аудиту відноситься контроль прозорості діяльності підприємства, в тому числі податкової.

Таким чином, внутрішній аудит виступає важливим інструментом у досягненні цілей сталого розвитку, сприяючи ефективному управлінню

ризиками та реалізації стратегій, спрямованих на забезпечення сталого розвитку організації.

Література

1. Організація Об'єднаних Націй: Україна. [Електронний ресурс]. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>.
2. Міжнародні стандарти професійної практики внутрішнього аудиту. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.theiia.org/globalassets/site/standards/mandatory-guidance/ippf/2017/ippf-standards-2017-ukrainian.pdf>.
3. План дій BEPS: ключові аспекти для України. [Електронний ресурс]. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/2020_BEPS.pdf.

УДК 339.727.2

Демків Ю.М., к.е.н., доцент
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНО-ЦІНОВІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Незважаючи на те, що в умовах екологічних інновацій більшість інвестицій енергетичної галузі націлена на вигідні ресурси: з найнижчими витратами, найнижчими викидами та найменшими ризиками, нафта та газ залишаються стабільною основою інвестиційної енергополітики, особливо у промислово-прогресивні періоди розвитку світової економіки. Питання щодо цінової динаміки та ступеню залежності структури енергоресурсів вимагає поглиблення досліджень у частині зміни динамічних економічних характеристик та їх сучасного позиціонування, як глобальних активів.

В першу чергу експерти оцінюють зв'язок між нафтою і групою «газ-вугілля» в рамках енергоресурсів, аргументуючи значною часткою на світовому ринку. Загальносвітовий попит на нафту є нееластичним - він практично не змінюється при коливаннях ціни. Але при цьому спотові ціни на еталонні сорти, схильні до значних коливань і визначаються безліччю політико-економічних обставин глобального характеру [1]. У значній залежності від цін на нафту знаходиться ціна на природний газ. Виробникам газу необхідні гарантії окупності інвестицій у розробку родовищ та будівництво газопроводів, для чого була запропонована система 20-30-річних контрактів, що гарантували збут [2].

Говорячи про якість середньо- та довгострокових прогнозів динаміки цін на природний газ, особливо за допомогою регресійних моделей, доцільно, окрім факторів впливу, враховувати її залежність від динаміки цін конкуруючих енергоносіїв, насамперед із тріади провідних копалин, нафти та вугілля. Ціни на ці енергоносії характеризуються відносно меншим рівнем волатильності, а отже, вищим рівнем передбачуваності [3]. Ці зміни мали вплив на цінову динаміку енергоресурсів (рис. 1). Слід зазначити, що цінова залежність (у межах цінового трикутника: нафту, газ, вугілля) у різні періоди формування ціноутворення світовому ринку змінювалася. Ситуація, що утворилася на ринку після лютого 2022 р., кардинально відрізнялася від колишньої не лише зростанням кількості цінових сплесків, спричинених неекономічними причинами. На ринку відбувалися якісні зміни, що характеризуються зломом історичного паритету газових цін із нафтою та вугіллям.

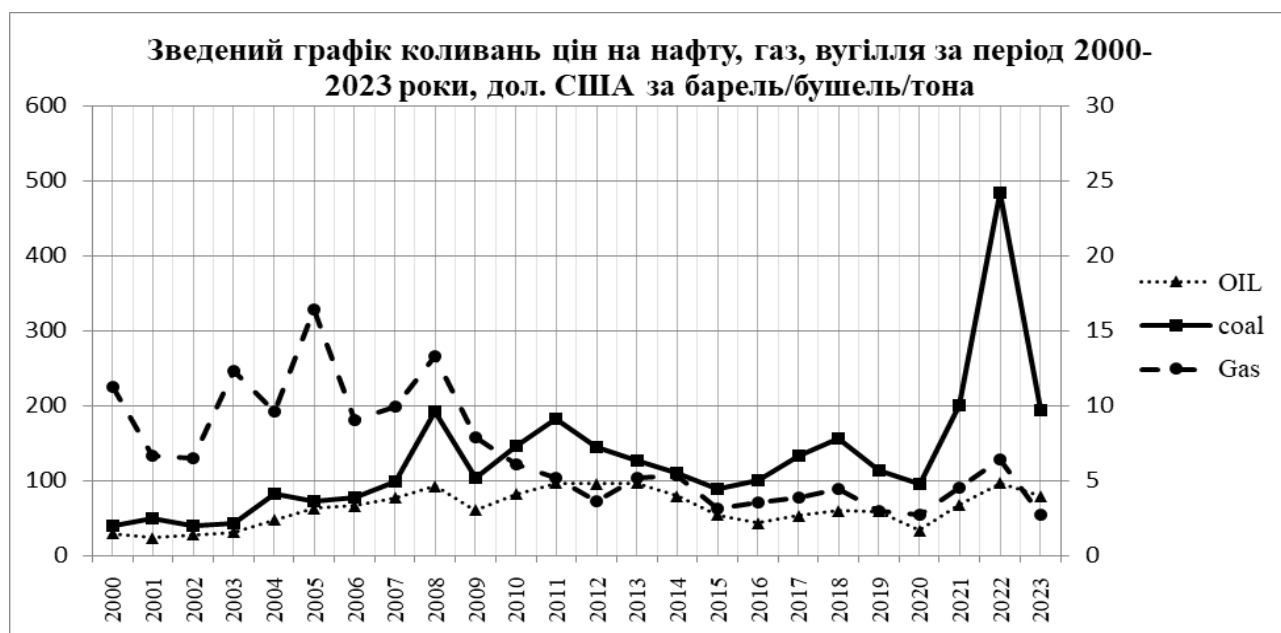


Рис. 1. Графік коливань світових цін на нафту, газ, вугілля 2000-2023 р.р.
Джерело: розроблено авторами за [1,2,3]

Окремим питанням постає глобальна ринкова активність альтернативних енергоресурсів або відновлюваних, тобто тих, що практично не виснажуються.

Частка відновлюваних джерел енергії у світовій електроенергії постійно стабільно зростає. Так, з 27% у 2019 році частка відновлюваних джерел енергії у світовій електроенергії зросла до 29% у 2020 році з подальшим перспективним збільшенням [4].

Охоплення альтернативними джерелами енергії в основному відбулося за рахунок газу та вугілля, хоча ці два джерела все ще складають близько 60% світової електроенергії. За різними дослідженнями лише 10-15% світової енергії виробляється з відновлюваних ресурсів. Одна з головних причин, полягає в тому, що технології відновлюваної енергії вимагають значного початкового капіталу. Тем не менш, вартість відновлюваної енергії завдяки цифровим інноваціям, останні роки падає стрімко і приваблює все більше інвесторів всього світу.

В той же час, комерційні ціни на електроенергію в середині 2023 року в багатьох європейських країнах та Великій Британії були одними з найвищих у світі – понад 0,4 долара США за кіловат-годину[5], що додатково аргументує вибір енергетичних джерел в якості перспективного інвестиційного актива.

Залишаються різні думки щодо того, який варіант слідувати, поновлюваний чи традиційний, чи поєднання обох. Деякі європейські економісти інвестували величезні суми в енергетику з викопного палива і не бажають або не можуть дозволити собі значну диверсифікацію. Більшість погоджується, що завдяки розвитку технологій відновлювані джерела енергії стають все більш доступнішим, перспективнішим варіантом, незалежним від традиційних факторів впливу зовнішнього середовища.

Література

1. Energy market developments: natural gas and coal prices surge amid constrained supply: <https://blogs.worldbank.org/opendata/energy-market-developments-natural-gas-and-coal-prices-surge-amid-constrained-supply>
2. John C.B. Cooper, Price elasticity of demand for crude oil: estimates for 23 countries Архивна копія від 23 листопада 2015 на Wayback Machine // OPEC review 27.1 (2003): 1-8. «All estimated short-run elasticities suggest that oil demand is highly price-inelastic in the short run»
3. Coal price index worldwide from 1992 to 2022: <https://www.statista.com/statistics/1303225/coal-price-index-worldwide/>
4. Інвестування у традиційні та альтернативні джерела енергії: плюси і мінуси <https://yur-gazeta.com/publications/practice/energetichne-pravo/investuvannya-u-tradiciyni-ta-alternativni-dzherela-energiyi-plyusi-i-minusi.html>
5. Average retail electricity prices in the United States in selected years from 1990 to 2023 <https://www.statista.com/statistics/183700/us-average-retail-electricity-price-since-1990/>

УДК 657:005.93

Кучерява М. В., к.е.н.
Державна навчально-наукова установа
«Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна

НОВАЦІЇ ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ НАСТАНОВ ОЕСР ЩОДО ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Однією з важливих ініціатив та напрямів діяльності ОЕСР є протидія розмиванню бази оподаткування податком на прибуток. Станом на 2024 рік 135 країн беруть участь в ініціативі з протидії розмиванню бази оподаткування податком на прибуток (Плану дій BEPS) транснаціональними компаніями.

Враховуючи той факт, що Україна взяла на себе зобов'язання з імплементації Мінімального стандарту Плану дій BEPS, одним із ключових результатів реалізації якого є ефективна імплементація міжнародних підходів та стандартів у сфері трансфертного ціноутворення, доцільним є вивчення та аналіз новацій, які включають оновлення у 2022 році редакції Настанов ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення для транснаціональних компаній та податкових служб (далі – Настанови ОЕСР) [1, 2].

Однією з форм уніфікації понятійно-категоріального апарату в різних сферах соціально-економічного життя суспільства є створення та розробка спеціального, орієнтованого на певну галузь Глосарію, який слугуватиме довідковим інструментом, надаючи визначення для ключових термінів і понять. Загалом, Глосарій покращує комунікацію, сприяє забезпеченню прозорості та узгодженості в різних сферах.

Уніфікація понятійно-категоріального апарату у сфері трансфертного ціноутворення є ключовою передумовою узгодженості розуміння методологічних засад протидії ризикам розмивання бази оподаткування та виведенню прибутку з-під оподаткування в контексті гармонізації

національного податкового законодавства із міжнародними підходами. Зазначене обумовило необхідність компаративного аналізу останніх трьох редакцій (2010, 2017 та 2022 років) Глосарію Настанов ОЕСР.

Проведений аналіз показав, що протягом останніх 15 років до Глосарію було внесено ряд змін та доповнень.

У Настановах ОЕСР 2017 року видання було виключено термін «комерційні нематеріальні активи (*Commercial intangible*)» [3], а до редакції 2022 року внесено термін «унікальні та цінні внески» (*Unique and valuable contributions*) [1]. Виключення терміну «комерційні нематеріальні активи» обумовлене наявністю окремого терміну «маркетингові нематеріальні активи», зміст якого повторює ключові складові визначення комерційних нематеріальних активів (використання для просування товарів, робіт, послуг).

Щодо терміну «унікальні та цінні внески», то тут слід відмітити, що внесення даної позиції до Глосарію обумовлене рядом причин, визначених у розділі II Настанов ОЕСР (підрозділ С, п. 2.126) [1]. Зокрема, відображення унікальності та цінності внеску кожної зі сторін контрольованої операції слугує обґрунтуванням доцільності розподілу прибутку між учасниками групи компаній. Контекст операції, включаючи специфіку галузі, в якій така відбувається, та фактори, що впливають на результати діяльності в цій галузі, можуть бути особливо важливими для оцінки внесків сторін і того, чи є такі внески унікальними та цінними. Залежно від обставин контрольованої операції, інші показники того, що розподіл прибутку від операцій може бути найбільш прийнятним методом, можуть включати високий рівень інтеграції в господарську діяльність, до якої відносяться операції, та/або спільне прийняття економічно значущих ризиків (або роздільне прийняття тісно пов'язаних економічно значущих ризиків) сторонами операції. Важливо зазначити, що індикатори не є взаємовиключними і, навпаки, часто можуть зустрічатися разом в одному випадку.

Аналіз показав, що зміни, внесені до редакції Глосарію 2022 року умовно можуть бути згруповані наступним чином:

- заміна поняття «країна» на «юрисдикція» (прослідковується у термінах «розподіл загального прибутку за формулою» (global formulary apportionment); група ТНК (MNE group); первинне коригування (primary adjustment); вторинна операція (secondary transaction);

- заміна поняття «спільні прибутки» (combined profits) на «відповідні/релевантні прибутки» (relevant profits) (прослідковується у термінах «аналіз внесків» (contribution analysis); «метод розподілення прибутку» (profit split method); «залишковий аналіз» (residual analysis);

- заміни редакційного характеру.

Перспективним напрямом досліджень у контексті гармонізації вітчизняного нормативно-правового поля із нормами міжнародного оподаткування є подальша уніфікація понятійно-категоріального апарату у сфері трансфертного ціноутворення.

Література

1. OECD (2022). Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/oecd-transfer-pricing-guidelines-for-multinational-enterprises-and-tax-administrations-2022_0e655865-en (дата звернення: 19.04.2024).

2. Олійник Я.В., Кучерява М.В. (2021). Оцінка готовності України до міжнародного автоматичного обміну інформацією в податкових цілях. Фінанси України. № 2. С. 85-97. <https://doi.org/10.33763/finukr2021.02.085> (дата звернення: 19.04.2024).

3. OECD (2017). Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/oecd-transfer-pricing-guidelines-for-multinational-enterprises-and-tax-administrations-2017_tpg (дата звернення: 19.04.2024).

УДК 332.012.324

Кадиров Е. Е., здобувач
третього рівня вищої освіти
Швецов В. А., здобувач
третього рівня вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Необхідність державної підтримки малого підприємництва в Україні зумовлена цілою низкою факторів, які сформувались у наявному економічному та соціальному середовищі, а саме неможливістю суб'єктів господарювання самостійно протистояти зовнішнім та внутрішнім шокам. На противагу тому, що ринкові стимули можуть грати важливу роль у розвитку малого підприємництва, державна підтримка залишається критичною для забезпечення справедливих умов конкуренції, підтримки фінансової стійкості, залучення додаткового фінансування та стимулювання стійкого та збалансованого економічного зростання. У зазначеному контексті виникає необхідність обґрунтування нових сучасних підходів до формування та реалізації дієвої державної політики розвитку малого підприємництва з урахуванням міжнародного досвіду.

Державне стимулювання розвитку малого підприємництва включає в себе різні інструменти та програми, спрямовані на залучення додаткових ресурсів та їх підтримку. Сутність цього регулювання полягає в тому, щоб забезпечити сприятливі умови для розвитку малого бізнесу, зокрема шляхом: надання фінансової підтримки; доступу до кредитів; навчання та консультацій; спрощення адміністративних процедур; розробки спеціальних програм та ініціатив тощо [1].

Значення державного регулювання у підтримці малого підприємництва полягає в тому, що малі підприємства вважаються важливим сегментом економіки, який сприяє:

– створенню нових робочих місць (частка малих підприємств забезпечує приблизно 32% працездатного населення роботою. Так, кількість

працевдатного населення в Україні станом на 2022 рік становить 11,9 млн осіб. У той час, як найманих працівників у суб'єктів малого підприємництва за видами економічної діяльності становить 6,3 млн осіб, а це 43,6 % від усіх суб'єктів господарювання відповідних видів діяльності);

– забезпеченню інновацій (посилення співпраці між малими підприємствами, науковими установами та університетами, створює підґрунтя для обміну знаннями та технологіями, що сприяє впровадженню інновацій в реальний сектор економіки, малі підприємства швидше реагують на зміну технологічного розвитку й активно використовують інновації з метою покращення свого конкурентного становища на ринку);

– підтримці економічного зростання (порівняно зі створенням значної кількості робочих місць, малі підприємства формують в середньому до 20% ВВП країни);

– формуванні чинників сталого розвитку (розвиток малого підприємництва має потенціал стати одним з ключових інструментів для досягнення Цілей сталого розвитку. До таких цілей можемо віднести ціль № 8 – гідна праця та економічне зростання, досягнення якої можливе за рахунок збільшення робочих місць, наданих малими підприємствами; ціль № 9 – інновації та інфраструктура, які реалізують через процеси урбанізації, а саме будівництво та розвиток житлових, комерційних, транспортних та інших інфраструктурних об'єктів, необхідних для підтримки населення та ціль № 17 – партнерство заради стійкого розвитку. Рушійним чинником цієї цілі є створення мереж підтримки та комунікації між суб'єктами малого підприємництва, державним урядом, країнами-партнерами, міжнародними організаціями, зарубіжними донорами програм і грантів тощо) [2].

Література

1. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні: аналітична доповідь. URL: <http://old.niss.gov.ua/Table/Jalilo19/002.htm>

2. Economy Profile of Ukraine. Doing Business 2020. URL: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf>

УДК 339.9

Сивохіп П. С.,
аспірант кафедри менеджменту і
міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ВІДМІННОСТІ МІЖ МИТНИМ РЕЖИМОМ ТА МИТНИМИ ПРОЦЕДУРАМИ

У Європейському Союзі поняття "митний режим" не існує, а замість нього використовуються три види митних процедур: 1) випуск для вільного обігу; 2) спеціальні процедури, що включають зовнішній і внутрішній транзит, зберігання на митному складі або вільній зоні, тимчасове ввезення та випуск для внутрішнього споживання, переробку товарів всередині та поза митною територією Союзу; 3) експорт [1]. Згідно з Митним кодексом ЄС, митний борг при імпорті виникає при використанні таких митних процедур як випуск у вільний обіг або тимчасове ввезення з частковим звільненням від ввізного мита.

В Україні митна процедура - це сукупність митних формальностей та їх порядок виконання при переміщенні товарів через митний кордон. Згідно з Митним кодексом України, митна процедура визначає митний статус товарів, умови оподаткування і їх використання після митного оформлення. Таким чином, митний режим та митна процедура - це різні концепції, що об'єднуються та визначаються як загальна система та окремі елементи митного правового регулювання [2].

Для отримання повнішого уявлення про митний режим та митну процедуру варто докладніше ознайомитися з досвідом країн Європейського Союзу. У ЄС впровадження змін у митне законодавство ґрунтується на таких ключових актах, як Регламент (ЄС) № 952/2013, який встановлює Митний кодекс Союзу, а також інші. У Митному кодексі ЄС митні режими відомі як митні процедури, які поділені на категорії, наприклад, транзит, зберігання,

спеціальне використання, перероблення. Ці процедури розглядаються як складові частини загальної митної системи.

У Митному кодексі України регулюється застосування чотирнадцяти митних режимів, кожен з яких характеризується власними умовами поміщення товарів та транспортних засобів. У нормах законодавства ЄС використовується інший підхід до класифікації та застосування митних режимів. Наприклад, пункт 16 статті 5 Митного кодексу ЄС встановлює три основні види митних режимів: випуск для вільного обігу, спеціальні процедури та експорт. Регулюванню спеціальних процедур у Митному кодексі ЄС присвячена Глава VII, де визначені такі види спеціальних процедур: транзит, зберігання, спеціальне використання, перероблення. Таким чином, в європейському митному законодавстві використовується термін "митна процедура", що відрізняється від вітчизняного терміну "митний режим" [2].

У Митному кодексі України митним режимам приділяється увага в Розділі V. Згідно зі статтею 70 цього Кодексу з метою застосування національного митного законодавства визначаються наступні митні режими: імпорт (випуск для вільного обігу), реімпорт, експорт (остаточне вивезення), реекспорт, транзит, тимчасове ввезення, тимчасове вивезення, митний склад, вільна митна зона, безмитна торгівля, переробка на митній території, переробка за межами митної території, знищення або руйнування, відмова на користь держави [3].

Література

1. Regulation (EU) No 952/2013 of the European Parliament and of the Council of 9 October 2013 laying down the Union Customs Code. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02013R0952-20200101>
2. Дрозд О. Ю. Митний режим транзиту: адаптація до європейського митного регулювання. Правова позиція, № 3 (40), 2023. С. 155-159.
3. Митний кодекс України: Закон України від 13 берез. 2012 р. № 4495-VI. Відомості Верховної Ради України, 2012. № 44-45, № 46-47, № 48, ст. 552.

УДК 330.101.2:004(477)

Свірідова К. Є., студент,
Олійник А. А., к.е.н., доцент
кафедри міжнародного менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Сьогодні цифрові технології пронизують майже всі сфери нашого життя, від комунікації та розваг до бізнесу і медицини, зумовлюючи суттєві економічні наслідки в широкому діапазоні секторів. Виникнення нових цифрових інфраструктур, у тому числі бездротових мереж і мобільних пристроїв, сприяє радикальному зсуву у сфері інформаційних технологій, їх інтеграції у всі прояви соціально-політичного й економічного життя суспільства, формуванню нової парадигми міжнародної економіки – цифрової. При цьому дослідження демонструють значну позитивну залежність зростання ВВП від інформатизації країни, росту експорту та імпорту інформаційно-комунікаційних-послуг як для розвинених країн, так і для тих, що розвиваються [7].

Розглянемо загальні визначення поняття «цифрова економіка» [2]:

- Новий уклад економіки, заснованої на знаннях і цифрових технологіях, в рамках якої формуються нові цифрові навички і можливості у суспільства, бізнесу і держави.
- Ринки на основі цифрових технологій, які полегшують торгівлю товарами і послугами за допомогою електронної комерції в Інтернеті.
- Форма економічної активності, яка виникає завдяки мільярду прикладів мережевої взаємодії людей, підприємств та організацій, пристроїв, даних і процесів.

Головні фактори, що сприяють розвитку цифрової економіки - це розвинена галузь інформаційно-комунікаційних технологій, сильні освітні інституції та конкурентоспроможні інновації [3].

Наприклад, галузь інформаційно-комунікаційних технологій за результатами 2022 року забезпечила надходження до економіки України у розмірі 7,35 мільярдів доларів або 4,5% ВВП (Рис.1)[1].

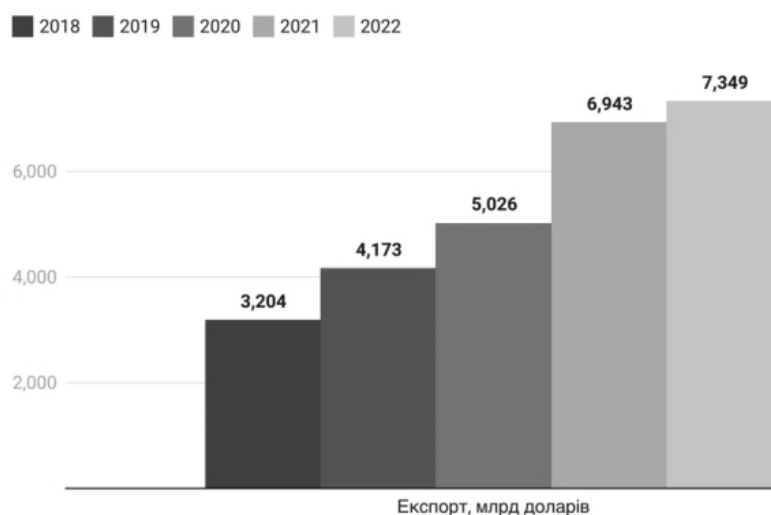


Рис.1. Динаміка експорту ІТ-галузі.

Розвиток галузі інформаційно-комунікаційних технологій великою мірою визначається суспільним попитом на її продукти та послуги, для якого необхідні як цифрова інфраструктура, так і високий рівень володіння цифровими навичками серед населення [3].

Залучення України до сектору інформаційно-комунікаційних послуг позиціонує її як важливого конкурента на світовому технологічному ландшафті, сприяючи трансформації міжнародного економічного порядку [6].

В свою чергу в українському секторі науки та інновацій ситуація менш оптимістична. Сьогодні Україна у “хвості” інноваційних рейтингів. У Глобальному інноваційному індексі (2022) Україна посідає 34 місце з 39 країн Європи та 57 позицію із 132 країн, а у Рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності (2021) 54 місце з 64 країн [4] [5]. Причини цього –

неефективна організація наукової сфери та проблеми із захистом інтелектуальної власності.

Незважаючи на певні труднощі, цифровізація економіки України є перспективним напрямом розвитку, який має значний потенціал для підвищення ефективності та конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку. Він визначає можливість інтеграції цифрових взаємодій в існуючі міжнародні економічні відносини. Згладжування національних кордонів і зростання глобальних взаємозв'язків дозволяють компаніям орієнтуватися на географічно розподілену базу клієнтів, щоб підвищити прибутковість.

У висновку можна сказати, що сфера цифрової економіки в Україні може забезпечити стабільність та зростання фінансових надходжень необхідних, зокрема, для післявоєнної відбудови. Цифрові рішення становлять не лише грошовий, а й стратегічний інтерес, оскільки здатні посилювати ефективність тих галузей, в які вони інтегруються, зокрема в урядовий та військовий сектори.

Література

1. Річний обсяг ІТ-експорту України вперше знизився. Це плато чи погіршення ситуації? — Аналітика й думки експертів. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/it-export-2023/>
2. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. – К. : НАУ, 2022. – 200 с
3. Цифрова економіка України: основні фактори розвитку. URL: <https://voxukraine.org/tsyfrova-ekonomika-ukrayiny-osnovni-factory-rozvytku>
4. Digital Ranking Report 2021. URL: <https://imd.cld.bz/Digital-Ranking-Report-2021/210/>
5. Global Innovation Index 2022. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
6. Oliinyk, A. A., Piankova, O. V., Sierova, L. P., & Slokva, M. G. The role of the ICT sector in foreign economic activity of Ukraine. European Scientific e-Journal European Scientific e-Journal. 2023. 25:18-31
7. Oliinyk A. The Impact of Countries' Participation in the ICT Services Market on Economic Growth, CPI, and Exchange Rates. Economics, 11 (1) (2023), pp. 269-287, 10.2478/eoik-2023-0009

УДК 338.26:005.511

Черниш О.В. к.е.н., доцент,
Нефедова Т.М. к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКІ СТАНДАРТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Стандартами бізнес-планування прийнято називати типові вимоги до структури та змісту бізнес-плану, які використовуються в діяльності впливових міжнародних чи національних інституцій, рекомендовані для практичного використання визнаними консалтинговими структурами або визначені у певному нормативному документі.

В міжнародній практиці найбільш визнаними та впливовими інституціями, які мають власне уявлення (вимоги) до змісту бізнес-плану є такі всесвітньовідомі консалтингові структури як: UNIDO, KPMG, ЄБРР, TACIS, IFC, BFM Group.

Діяльність UNIDO спрямовується на мобілізацію знань, досвіду, інформації та технології, що сприяє зростанню продуктивності праці, розвитку конкурентоспроможної економіки та забезпеченню екологічної стійкості.

Стандарт UNIDO – найбільш популярний та поширений в СНГ стандарт бізнес-планування. Він може успішно використовуватися як для стартапів (анг. Startup – нещодавно створене або навіть ще не зареєстроване підприємство, яке планує будувати свій бізнес на основі інновацій, ще не вийшло на ринок або тільки почало виходити на ринок з обмеженим обсягом ресурсів), так і малих та середніх підприємств. У відповідності до стандартів UNIDO розроблені програмні продукти, які підтримують його використання. Дуже часто саме методологія UNIDO використовується державними органами та банками як основа при розробці власних рекомендацій щодо структури бізнес-планів. Якщо не визначені інші вимоги саме стандарт UNIDO доречно покласти в

основу розробки бізнес-плану [3].

Другим визнаним в діловому світі стандартом бізнес-планування є структура бізнес-плану розроблена *Європейським банком реконструкції й розвитку (ЄБРР)*. ЄБРР по суті є інвестиційним інститутом, що був створений для підтримки ринкової економіки в країнах Центральної Європи та Азії. Він заснований в 1991 році при участі 60 країн світу та ряду міжнародних організацій. Європейський банк реконструкції й розвитку є одним із самих великих інвесторів у Європі і Центральноазіатському регіоні. Він залучає багато іноземних інвестицій і використовує власні кошти для розвитку цих регіонів. Інвестиції надходять як для підтримки і розвитку існуючих підприємств, так і для створення нових компаній і виробництв. Тісні зв'язки і взаємодія ЄБРР із державними інститутами дозволяють брати участь у створенні більш сприятливого клімату для підприємців, зокрема щодо спрощення процесу кредитування та надання допомоги в розробці бізнес-планів [1].

Стандарти бізнес-планування KPMG. KPMG – міжнародна аудиторська компанія з штаб-квартирою в Амстердамі, яка входить «велику четвірку» аудиторських компаній світу KPMG надає сприяння в організації фінансування як для конкретних інвестиційних проектів, так і для комплексних програм розвитку бізнесу в цілому, а також розробляє плани для реалізації найбільш вигідних способів фінансування [2].

Стандарти бізнес-планування TACIS. Програма TACIS (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States, Технічна допомога Співдружності незалежних держав). TACIS Programme — програма Європейського Союзу, розпочата у 1991 році з метою надання допомоги новим незалежним державам Східної Європи і Центральної Азії (колишнім республікам Радянського Союзу, крім країн Балтії) в перехідний період.

Стандарт TACIS орієнтується на підготовку бізнес-плану для залучення

інвестора та створення нового підприємства з його участю. Велика увага приділяється висвітленню питань виробничої спроможності підприємства (розділ «Стратегія виробництва») та кадрового потенціалу дисконтова н (розділ «Система управління бізнесом»).

International Finance Corporation (Міжнародна фінансова корпорація (МФК) – структурний підрозділ Світового Банку, який здійснює фінансування середньострокових і довгострокових інвестиційних проектів у приватному секторі. Основним завданням МФК є сприяння сталому економічному розвитку завдяки зростанню перспективних підприємств і капітальних ринків 176 держав-учасниць.

В даний час МФК є найбільшим міжнародним джерелом позикового і акціонерного капіталу для приватних проектів в країнах, що розвиваються. Капітал МФК сформований за рахунок внесків 176 країн учасниць, які колективно визначають її політику та напрямки діяльності. Зусилля МФК спрямовані на здійснення та розвиток в країнах-членах Корпорації проектів, націлених на забезпечення сталого розвитку, які вигідні з економічної точки зору, обґрунтовані – з фінансової та комерційної точки зору, раціональні – з соціальної та екологічної.

Інвестиційно-проектна компанія BFM Group Ukraine створена командою висококваліфікованих фахівців з багаторічним практичним досвідом управлінської, виробничої, маркетингової та інвестиційної діяльності. Має 18 річний досвід роботи на промисловому ринку, серед її постійних клієнтів підприємства та організації України, Росії, Білорусі, Казахстану, Німеччини, Польщі, Ізраїлю. В даний час BFM Group об'єднує підрозділи: інвестиційного консалтингу та бізнес-планування, оцінки інвестиційних проектів та підвищення вартості бізнесу, управління проблемними активами.

Державне агентство України з інвестицій та розвитку у 2010 році розробило Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних

проектів [4], які мають на меті забезпечення єдиного підходу до розробки суб'єктами господарювання бізнес-планів інвестиційних проектів. Даний стандарт бізнес-плану вважає за доцільне застосування структури та методики складання бізнес-плану, яка відповідає стандартам UNIDO [4].

Слід зазначити, що неможливо розробити універсальний бізнес-план, який завжди буде у нагоді. Зміст і структура бізнес-плану залежать від аудиторії, для якої він призначений, яка в свою чергу обумовлюється метою його розробки – залучення зовнішнього капіталу, комунікації з партнерами по бізнесу, ідентифікація перешкод та проблем, удосконалення стратегії чи тактики ведення бізнесу (системи управління ним тощо). Не вдаючись до детального опису наведених методичних підходів, зазначимо, що, згідно з призначенням бізнес-плану, його структура та зміст повинні мати таку форму, яка б максимально зацікавила потенційних партнерів (в тому числі інвесторів) та дозволила отримати найбільш повне уявлення про бізнес-ідею і перспективи їх участі у її реалізації.

Література

1. Методика ЄБРР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eope.ee/download/euni_repository/file/3853/1.zip/1.4.6.pdf.
2. KPMG: official website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kpmg.com>.
3. Стандарти UNIDO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.forum-investor.com/files/UNIDO_standards.pdf.
4. Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів: затверджені Наказом Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0>.

УДК 336

Витвицька У. Я.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
Боднар О. В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФІНАНСОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний бізнес у цифровій ері не може існувати без активного використання інформаційних технологій. Впровадження новітніх рішень у різні сфери діяльності, зокрема у фінансову, стає важливим завданням для підприємств у конкурентному середовищі. Актуальність теми дослідження посилюється в умовах стрімкого технологічного розвитку, необхідності швидкої адаптації до змін у конкурентній боротьбі та потребі в оптимізації та автоматизації фінансових процесів.

Активне використання електронних фінансових систем, хмарних технологій, електронних платіжних систем, автоматизації бухгалтерського обліку та систем електронного документообігу дає змогу покращити точність та достовірність звітності підприємства, зменшити ризики виникнення фінансових шахрайств та підвищити ефективність управління. А використання інструментів кібербезпеки при здійсненні діяльності підприємства є важливою умовою забезпечення інформаційної та й фінансової безпеки організації.

Електронні фінансові системи складаються з електронних платіжних систем, які використовуються для безготівкових транзакцій, такі як PayPal і Stripe, NovaPay; з електронних систем управління фінансами, які автоматизують облік і управління, наприклад, SAP ERP; CRM-систем для роботи з клієнтами, такі як Salesforce; електронних систем обліку і аналізу

даних, як QuickBooks для бухгалтерського обліку, та аналітичних платформ, як Tableau і Power BI [1].

Українські компанії все частіше переходять до використання хмарних технологій для оптимізації своїх робочих процесів та підвищення ефективності співпраці. Серед найпопулярніших хмарних сервісів, які вони використовують, можна виділити Microsoft Office 365, Google Workspace, Salesforce, Amazon Web Services (AWS) та Dropbox Business. Ефективно також використовуються такі як, GigaCloud та Tetclooud, De Novo та Tucha і Парковий [2]. До двох третин ринку публічних хмарних платформ припадають на Amazon Web Services, Microsoft Azure і Google Cloud [3]. Ці сервіси надають широкий спектр інструментів для офісної роботи, спільної роботи над документами, управління відносинами з клієнтами, обчислювання та зберігання даних, що значно полегшує співпрацю в команді та підвищує продуктивність роботи.

Автоматизація бухгалтерського обліку стає ключовим напрямком для впровадження передових технологій на підприємствах. Популярні ERP системи для цієї мети включають SAP Business One, Microsoft Dynamics 365 Business Central, BAS, Bitrix24, Comarch, SoftOne, Kreston GCG, Priority, Zoho Books, Xero, Expensify, Sage Intacct та NetSuite. Ці системи спрямовані на автоматизацію різних аспектів обліку, управління запасами, продажів та звітності, що дозволяє підприємствам зменшити витрати, спростити управління та забезпечити ефективність діяльності.

Забезпечення кібербезпеки фінансових даних є критичним аспектом для захисту фінансових установ, корпорацій, підприємств і урядових органів від кіберзагроз. Для досягнення цієї мети використовуються різноманітні програми та системи, включаючи шифрування даних, паролльні системи, оновлення програмного забезпечення, навчання персоналу, резервне копіювання даних, моніторинг активності, моніторинг безпеки мережі, менеджери паролів, виявлення та запобігання вторгнень, віртуальні приватні мережі, захищені

браузери, системи ідентифікації та доступу, криптографічний захист даних, моніторинг та аудит системи управління вразливостями та ін. [4]. До них відносяться такі системи, як Symantec Data Loss Prevention, Microsoft BitLocker, VeraCrypt, Splunk, LogRhythm, ELK Stack (Elasticsearch, Logstash, Kibana), Qualys, Tenable.io, та Nessus, Wireshark, Netcat, Nikto, John the Ripper, ProtonMail та ін. [5]. Кібербезпека фінансових даних є критично важливою для забезпечення захисту інформації від несанкціонованого доступу та кіберзлочинів.

Таким чином, впровадження новітніх технологій у фінансову діяльність підприємства стає ключовим фактором забезпечення його конкурентоспроможності та поліпшення ефективності діяльності. Ці технології дають змогу автоматизувати процеси, зменшуючи тим самим людський фактор та помилки, сприяють швидкому доступу до інформації та прийняттю рішень, а також допомагають зменшити витрати та оптимізувати бізнес-процеси. Використання цих технологій сприяє підвищенню ефективності управління фінансовою діяльністю та досягненню стратегічних цілей підприємства.

Література

1. Що таке ERP-система та як вона допоможе вашому бізнесу? *Дія. Бізнес*. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/sistemizacia-biznes-procesiv/so-take-erp-sistema-ta-ak-vona-dopomoze-vasomu-biznesu>.
2. Найкращі хмарні сервіси України у 2022 році: дослідження *Molfar – AIN.UA*. URL: <https://ain.ua/2022/09/15/najkrashhi-hmarni-servisy-ukrayiny-u-2022-rocz-doslidzhennya-molfar/>.
3. Присяжнюк Н. Що чекає на ринок хмарних послуг в Україні. *Speka.media*. URL: <https://speka.media/shho-cekaje-na-rinok-xmarnix-poslug-v-ukrayini-pjkq19>.
4. Програми для кібербезпеки в електронному каталозі. *Playtender – офіційний майданчик державних тендерів Prozorro, майданчик комерційних закупівель*. URL: <https://playtender.com.ua/news/programi-dlya-kiberbezpeki-v-elektronnomu-katalozi>.
5. 10 сервісів, про які повинен знати кожен фахівець з кібербезпеки. *UASpectr. Новини про технології та бізнес UASpectr*. URL: <https://uaspectr.com/2020/08/28/10-servisiv-z-kiberbezpeky/>.

УДК 336.711:005.955

Драчко-Єрмоленко Є. В., аспірант,
ДННУ «Академія фінансового управління»,
м. Київ, Україна

ПОЛІТИКА ВИНАГОРОДИ У ДЕРЖАВНИХ БАНКАХ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Нещодавно внесені зміни НБУ до Положення про політику винагороди в банку свідчать про наближення до європейських стандартів оплати винагороди топ-менеджменту банку (членів ради та правління, ризик-менеджменту, комплаєнс-менеджменту тощо), що ґрунтуються на нормах законодавства Європейського Союзу [1]. НБУ є активним учасником здійснення процесу оцінки політики винагороди в банку з урахуванням оцінки його фінансового стану, ефективності корпоративного управління і системи внутрішнього контролю та визначення процедури наглядових дій щодо установи. Аналіз річних звітів про винагороду вітчизняних державних банків виявив проблеми неповного та неузгодженого розкриття інформації публічного доступу [2; 3; 4]. Спостерігається значна диференціація у посадових окладах не лише між банками, але також в рамках Правління та Наглядової ради, незначущості фактору масштабів та складності операцій у встановленні розміру винагороди.

Міжнародний досвід обмеження співвідношення змінної та фіксованої форм винагороди керівників банків свідчить про послаблення мотивації для керівників, а для банків – втрати талантів. Головна увага має бути приділена механізмам, інструментам, котрі обмежують прийняття надмірного ризику, диференціюють схеми винагороди окремо для ризик-приймачів та ризик-контролерів. Особливостями схем винагороди для керівників державних банків є визнання їх фідучіарних обов'язків у розпорядженні державними коштами, відсутність можливості додатково стимулювати керівників опціонами на придбання акцій банку, необхідності стримування апетитів менеджерів до отримання ризикових надприбутків. У зв'язку з цим схема виплати премій з

відстроченням у часі та практика повернення виплаченої винагороди у разі матеріалізації збитків після закінчення звітного року є цілком виправданою та надійно слугує інтересам держави як акціонера.

Питання не грошових форм винагороди у державних банках залишається неконкретизованим у положеннях про винагороду членам Правління [2]. Серед державних банків Приватбанку та Укресімбанку зазначено, що не грошове стимулювання може включати забезпечення житлом, страхуванням, службовим автомобілем, наданням товарів і/або послуг безкоштовно або за пільговою ціною. Ці види не грошового стимулювання включаються у фіксовану винагороду. Укресімбанк передбачає пенсійні відрахування та залежність деяких форм не грошового стимулювання від результатів роботи членів Правління [4]. Доречно включити пакет страхування відповідальності керівників за рахунок банку у схеми винагороди для державних банків.

У державних банках України має бути затверджений механізм винагороди з урахуванням прийнятих ризиків. В організаційному плані ця система покладається на вирішальну роль Комітету з винагород при Наглядовій раді, а також функції контролю інших підрозділів (управління ризиками, комплаєнс-контролю, внутрішнього аудиту).

Ризик-апетит банку встановлюється Наглядовою радою, що включає схильність до прийняття ризику та інструменти контролю. Для цілей контролю ризик-апетиту в банках повинні використовуватися ключові індикатори ризику та ліміти на кількісно вимірні ризики. При ухваленні рішення про встановлення змінної частини фонду оплати праці керівників (премій), Наглядова рада повинна враховувати дотримання встановлених лімітів на ризики, а також дотримання показників схильності до ризику. Досягнення тригерів (граничних сигнальних значень) та/або порушення встановлених лімітів має процедурно визначати механізм коригування змінної частини винагороди.

Кадрова служба банків повинна періодично проводити адекватне

порівняння оплати праці із зовнішнім ринковим середовищем для перевірки конкурентоспроможності та достатності фіксованої винагороди з метою залучення найкращих талантів. Важливо, щоб підвищення рівня ризик-апетиту не призводило до збільшення розміру винагороди менеджерів, котрі приймають ризики.

Інформація про співвідношення результатів роботи за звітний період з розміром виплат повинна включати:

- опис основних критеріїв оцінки результатів роботи банку;
- перелік вищих керівників та всіх впливових осіб, які здійснюють функції прийняття ризиків;
- інформацію про залежність розміру виплат від результатів роботи зазначених осіб та від ризиків, що приймаються;
- опис заходів, що використовуються для коригування розміру виплат у разі низьких показників їхньої роботи.

Змінна частина винагороди керівників, що приймають ризики, може бути зменшена або скасована, у випадку, якщо операції, що проводяться, спричиняють суттєві ризики прямих та опосередкованих втрат для банку. Тоді виплата усєї розрахованої суми премії (або обіцяної винагороди) є необґрунтованою.

Література

1. Про внесення змін до Положення про політику винагороди в банку / Постанова правління НБУ №189 від 27.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0189500-23#Text>
2. Політика винагороди АТ КБ «ПриватБанк» (Remuneration Policy of JSC CB “PrivatBank”). URL: https://static.privatbank.ua/files/New_Remuneration_Policy_UKR-ENG.pdf
3. Звіт про винагороду членів правління АТ «Ощадбанк» за 2022 рік.
4. URL: https://www.oschadbank.ua/uploads/3/15698-zvit_pro_vinagorodu_cp_za_2022r.pdf
5. Звіт про винагороду членів Правління АТ «Укрексімбанк» за результатами 2020 року. URL: <https://www.eximb.com/assets/files/download/report-on-mb-remuneration-2020-ukr.pdf>

УДК 336.7

Паньків Н. Е., аспірант,
Васильєв М. К., аспірант,
Гребеножко Р. О., аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна

ФЕНОМЕН ЦИФРОВИХ ВАЛЮТ У СУЧАСНІЙ ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ

У сучасній світовій економіці феномен цифрових валют стає все більш примітним і впливовим. З'явлення криптовалют, таких як Bitcoin, Ethereum, та інших, та їх стрімкий розвиток в останні десятиліття викликали значний інтерес та обговорення серед економістів, фінансових аналітиків, правознавців та громадськості загалом.

Цифрові валюти відкривають нові можливості та виклики для світової фінансової системи. З одного боку, вони привертають увагу інвесторів, які шукають альтернативні форми інвестування та засоби зберігання вартості. З іншого боку, вони створюють нові перспективи для фінансової технології, забезпечуючи швидкі та ефективні способи здійснення трансакцій та обміну активами.

Проте разом з потенційними перевагами цифрові валюти також стикаються з різними викликами та спірними питаннями. Вони породжують обговорення щодо їхнього впливу на фінансову стабільність, регулювання та приватність, а також створюють нові ризики та небезпеки для споживачів та глобальної економічної системи в цілому.

Отже, дослідження феномену цифрових валют у сучасній світовій економіці є актуальним і важливим завданням, спрямованим на розуміння їхнього впливу та перспектив розвитку.

Цифрові валюти, такі як Bitcoin і Ethereum, відкривають нові можливості для фінансових трансакцій, використовуючи технології блокчейну. Їхній вплив на традиційну фінансову систему та централізовані банківські інституції варто розглянути у зв'язку з можливими перевагами та ризиками.

Розвиток цифрових валют спонукає до швидкого розвитку фінтех-сектору, зокрема в галузі безпеки, ідентифікації та транзакційних систем. Це може призвести до змін у способах, якими люди взаємодіють з фінансовими послугами та зберігають свої активи.

Зростаюча популярність цифрових валют створює тиск на уряди та регуляторів щодо розробки ефективного правового та податкового середовища. Необхідно забезпечити баланс між захистом споживачів, боротьбою зі зловживаннями та сприянням інноваціям у цьому секторі.

Для деяких груп населення цифрові валюти можуть стати засобом доступу до фінансових послуг, які раніше були недоступні. Це може покращити фінансову включеність та розвиток у країнах з обмеженим доступом до банківських послуг.

Цифрові валюти часто відомі своєю великою волатильністю, що може призвести до значних втрат для інвесторів. Інвестування у ці активи пов'язане зі значними фінансовими ризиками та вимагає обережного підходу.

Використання цифрових валют може викликати питання про приватність та безпеку особистих даних. Деякі платформи можуть збирати та використовувати інформацію про користувачів без їхнього дозволу, що створює потенційні загрози для конфіденційності.

Розвиток цифрових валют постійно еволюціонує, відкриваючи нові можливості для фінансових інновацій та трансформацій у світі економіки. Важливо враховувати та аналізувати ці тренди для розуміння їхнього впливу на сучасну та майбутню економічну систему.

Однією зі спірних тем, пов'язаних з цифровими валютами, є їхній вплив на навколишнє середовище. Майнінг криптовалют може споживати величезну кількість енергії, особливо у випадку Bitcoin. Це створює проблеми з екологічною стійкістю та вуглецевим слідом.

Через анонімність та відносну недосяжність цифрових валют для регулювання, вони можуть використовуватися для фінансування незаконних операцій, включаючи відмивання грошей та фінансування тероризму.

З поширенням цифрових валют у світі збільшується конкуренція між державами за лідерство у цьому секторі. Країни, які створять сприятливі умови для розвитку криптовалют та блокчейн-технологій, можуть мати перевагу в майбутньому в глобальній фінансовій системі.

Поступове впровадження цифрових валют викликає питання про їх взаємодію з традиційними банківськими та фінансовими установами. Ці дві системи можуть конкурувати між собою або, навпаки, знаходити шляхи співробітництва та інтеграції.

Окрім фінансових транзакцій, цифрові валюти мають потенціал для застосування в різних сферах, таких як логістика, ланцюг постачання та "інтернет речей". Це може відкрити нові можливості для ефективного управління та транспарентності у реальному секторі економіки.

Феномен цифрових валют в сучасній світовій економіці представляє складний і многогранний образ, що відображається в їхньому впливі на фінансову систему, технологічний прогрес, регулювання та соціальні процеси.

Нарешті, розвиток цифрових валют вимагає глибокого обговорення та співпраці між різними зацікавленими сторонами, включаючи уряди, банки, громадські організації та академічну спільноту, для забезпечення їхнього сталого та ефективного впровадження в глобальну економічну систему.

Отже, розуміння і врахування цих аспектів допоможе сформувати більш обґрунтовану та збалансовану стратегію відносно цифрових валют у сучасній

світовій системі. Важливо поєднувати потенційні переваги з усвідомленням ризиків та здійснювати дії з урахуванням інтересів усіх сторін, щоб забезпечити стале та рівноважне розвиток цього нового фінансового інструменту.

Література

1. Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System.
2. Antonopoulos, A. M. (2014). Mastering Bitcoin: Unlocking Digital Cryptocurrencies. O'Reilly Media.
3. Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world. Penguin.
4. Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., & Goldfeder, S. (2016). Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction. Princeton University Press.
5. Mougayar, W. (2016). The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology. Wiley.
6. Vigna, P., & Casey, M. J. (2018). The Truth Machine: The Blockchain and the Future of Everything. St. Martin's Press.
7. Roubini, N., & Mihm, S. (2020). The Cryptocurrency Bubble and the Future of Money. Columbia University Press.
8. Golumbia, D. (2016). The Politics of Bitcoin: Software as Right-Wing Extremism. University of Minnesota Press.
9. Brito, J., & Castillo, A. (2016). Bitcoin: A Primer for Policymakers. Mercatus Center, George Mason University.
10. Swanson, T. (2015). The Book Of Satoshi: The Collected Writings of Bitcoin Creator Satoshi Nakamoto. E53 Publishing.

УДК 336:330.322.1

Швидкий О.В., аспірант,
ДННУ “Академія фінансового управління”,
м. Київ, України

ФАНДРАЙЗИНГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Фандрайзинг, як стратегічний інструмент залучення фінансових ресурсів для підтримки різноманітних ініціатив та проектів, набуває нові виміри у цифрову епоху. Заслугове уваги аналіз сучасних тенденцій у фандрайзингу, зокрема в контексті впливу цифрових технологій на стратегії та практики залучення фінансування. По-перше, що слід відзначити, – це те, що інтернет та соціальні мережі перетворилися на потужні інструменти для залучення фінансової підтримки. Динаміка взаємодії з аудиторією зазнає значних змін внаслідок розвитку цифрових платформ, що відкриває нові можливості для фандрайзерів. По-друге, істотне досягнення цифрової епохи – це збільшення доступності та зручності внесення коштів через онлайн-платформи. Мікрофондації стають все більш поширеними, а механізми залучення коштів, що базуються на технологіях блокчейн, відкривають нові горизонти для фандрайзингових кампаній. По-третє, важливою складовою ефективного фандрайзингу в цифрову епоху є здатність адаптуватися до середовища, що швидко змінюється, та використання аналітики для оптимізації стратегій залучення коштів. Використання алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту дозволяє здійснювати персоналізовану комунікацію з потенційними донорами та збільшувати ефективність фандрайзингових заходів. Загалом, варто наголосити на перспективах розвитку фандрайзингу в контексті цифрової трансформації, важливості інноваційних підходів та стратегій для успішного залучення фінансових ресурсів у сучасному електронному середовищі.

Історичний аналіз фандрайзингу та його еволюція зазнали значних змін упродовж історії. Починаючи з традиційних методів залучення фінансування,

таких як особисті звернення, благодійні заходи та пожертви, фандрайзинг поступово перейшов до більш розмаїтих та стратегічних підходів. Розвиток фандрайзингу відображається в зростанні професійних агентств, заснованих для координації фінансової підтримки для різних сфер діяльності, від гуманітарних проектів до наукових досліджень.

Вплив цифрових технологій на стратегії та практики фандрайзингу виявляється у широкому спектрі можливостей, які вони надають для залучення фінансових ресурсів. Від розвитку веб-сайтів та електронних платформ для онлайн-збору коштів до використання електронної пошти та соціальних медіа для комунікації з потенційними донорами - цифрові технології перетворюють стратегії фандрайзингу та роблять їх більш доступними та ефективними. Роль соціальних медіа та онлайн-платформ у сучасних кампаніях збору коштів стає все більш визначальною. Завдяки широкому досягненню та можливостям взаємодії з аудиторією, соціальні медіа стають потужним інструментом для просування фандрайзингових ініціатив та мобілізації донорів. Хоча, переказуючи кошти безпосередньо через соціальні мережі, донори піддаються ризику введення в оману через відсутність інформації про збори коштів [1]. Водночас використання технологій блокчейну відкриває нові перспективи для фандрайзингу, забезпечуючи безпеку та прозорість у фінансових операціях, тоді як мікрофундації дозволяють залучити широку аудиторію до підтримки проектів з невеликими сумами коштів.

Фандрайзинг – один із інструментів, який підприємці можуть використовувати для залучення ресурсів, що розглядається як публічний процес, має на меті збір коштів на соціально значущі проекти [2]. Цей спосіб дає можливість збирати кошти через волонтерів або донорів. Фандрайзинг відрізняється від благодійної діяльності тим, що має найсучасніші та креативні фандрайзингові цілі. Цей вид залучення ресурсів використовується переважно неурядовими та неприбутковими організаціями. Існують два підходи до

розуміння фандрейзингу: перший передбачає збір коштів у некомерційних цілях без прямої матеріальної вигоди для суб'єкта дії, а другий – більш широке тлумачення діяльності, залучення донорів у будь-якій формі для будь-яких цілей (не обов'язково благодійні), у тому числі грошові кошти, натуральні пожертви та трудові пожертви. Фандрайзинг подібний до благодійності тим, що він допомагає фінансувати діяльність у всіх секторах економіки. Фандрайзинг – це, по суті, пошук інвесторів для некомерційних проектів. Технологія фандрайзингу актуальна в ситуаціях, коли для реалізації проекту не вистачає оборотних коштів (не для створення капітальних фондів, а для поточної діяльності).

Література

1. Forbes H., Schaefer D. Guidelines for Successful Crowdfunding. *Procedia CIRP*. 2017. Issue 60. P. 398-403.

2. Кот Л.Л. Краудфандинг та фандрейзинг як механізми фінансування соціального підприємництва у національній економіці. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2022. № 1. С. 123-131. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-1-18>.

УДК 338.24:351.863

Кузьмінська О. Е., к.е.н., доцент,
Лагунов К. В., аспірант,
ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ, Україна

ПАРАМЕТРИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У СФЕРІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ

Фінансова стабільність національної економіки є важливою умовою досягнення цілей євроінтеграції в Україні, критерієм економічної безпеки як на рівні держави, так і на рівні суб'єкта господарювання. Ризики, пов'язані з

легалізацією незаконних доходів, фінансуванням тероризму та фінансуванням поширення зброї масового знищення, негативно позначаються на рівні економічної безпеки в умовах воєнного стану. Запобіжні заходи системи фінансового моніторингу на основі ризик – орієнтованого підходу, натомість, перешкоджають використанню легальної фінансової системи для відмивання брудних коштів, що забезпечує посилення рівня економічної безпеки. Сутність ризик – орієнтованого підходу згідно із Законом України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» полягає у визначенні, оцінці (переоцінці) та розумінні ризиків легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення, та у вжитті відповідних заходів щодо управління ризиками у спосіб та в обсязі, що забезпечують мінімізацію таких ризиків залежно від їх рівня [1, ст.1, п.53]. Управління ризиками в системі фінансового моніторингу має спиратись на науково обґрунтовані рекомендації щодо їх ідентифікації, оцінки та заходи запобігання та протидії. Важливо систематизувати параметри системи управління ризиками легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення (далі - ризиками).

Параметри системи управління ризиками в системі фінансового моніторингу логічно згрупувати за трьома блоками [1, 2, 3]: параметри оцінки ризик-профілю суб'єкта первинного фінансового моніторингу (виявлення та оцінка ризиків, притаманних діяльності суб'єкта первинного фінансового моніторингу; аналіз ефективності заходів з мінімізації ризиків; визначення прийняттого для суб'єкта первинного фінансового моніторингу рівня ризику); параметри оцінки ризик-профілю клієнта (оцінка первинного ризику ділових відносин (фінансової операції без встановлення ділових відносин) з клієнтом;

аналіз ефективності заходів з мінімізації ризиків; оцінка залишкового ризику ділових відносин (фінансової операції без встановлення ділових відносин) з клієнтом); параметри ризик-орієнтованого підходу суб'єкта державного фінансового моніторингу. Поділ параметрів ризиків на окреслені три блоки дозволить сформувати належне інформаційне забезпечення управління ризиками в системі фінансового моніторингу.

Оцінювання ризиків є підґрунтям ефективного ризик-орієнтованого підходу при організації протидії відмиванню незаконних коштів, адаптованого до результатів оцінки національних (секторальних) ризиків. Оцінювання ризиків у антилегалізаційній сфері сприяє: визначенню ефективних стратегій пом'якшення ризиків; розробленню заходів з реагування на ризики; ухваленню рішень про обмеження режиму протидії відмиванню коштів стосовно фінансових інституцій та операцій на підставі оціненого низького ризику; ідентифікації випадків високого ризику та вжиттю заходів з пом'якшення їх наслідків (зокрема, через впровадження посиленних заходів належної перевірки); розвитку ризик-орієнтованого нагляду у сфері запобігання та протидії. Організаційне забезпечення ризик-орієнтованого нагляду для суб'єктів державного фінансового моніторингу ґрунтується на таких інформаційних блоках: розуміння ризиків (розуміння національної оцінки ризиків вимагає розуміння секторальної оцінки ризиків та оцінки ризиків на рівні окремих суб'єктів – оцінки властивих ризиків, оцінки зусиль зі зниження рівня ризиків, оцінки залишкових ризиків; та розуміння змін і оновлень в оцінюванні ризиків, зокрема, за результатами здійснення наглядової діяльності, за новими ризиками та тенденціями, за важливими випадками ризиків, за результатами огляду методології оцінки та основоположної інформації); зниження рівня ризиків (застосування ризик-орієнтованого підходу у наглядових процедурах, зокрема, при напрацюванні наглядових стратегій та планів перевірок, при обґрунтуванні вибору інструментарію нагляду, при коригуванні цілей, завдань, частоти та

інтенсивності наглядової діяльності; реалізація наглядової стратегії; інформаційно-роз'яснювальна діяльність наглядового органу, коригувальні заходи, адміністративні й фінансові санкції). Імплементация ризик-орієнтованого підходу для суб'єктів державного фінансового моніторингу в їх наглядовій діяльності сприятиме забезпеченню ефективності державної політики у сфері фінансового моніторингу і подальшій гармонізації вітчизняної антилегалізаційної нормативно-правової бази з міжнародними стандартами.

Література

1. Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» № 361-IX від 06.12.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20#Text>.

2. Критерії ризиків легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення. Затверджені наказом Міністерства фінансів України 28 грудня 2022 року № 465. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0258-23#Text>.

3. Положення про здійснення банками фінансового моніторингу, затверджене Постановою Правління Національного банку України від 19.05.2020 за №65. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0065500-20#Text>.

УДК 005.93:658

Балацький О.І., студент магістрант,
Голіонко Н.Г., к.е.н., доцент,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ТИПОЛОГІЯ КОРПОРАТИВНИХ ERP-СИСТЕМ

Успішність компаній у сучасній ринковій економіці напряму залежить від їх гнучкості та здатності реагувати на швидкі зміни в оточуючому середовищі. Нові вимоги та виклики вимагають постійного перегляду бізнес-процесів, а зростаючий обсяг даних вимагає більш ефективних методів управління ними. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень необхідно враховувати масиви неструктурованої інформації, яка надходить з різних джерел та має значний обсяг. Однак використання різних взаємопов'язаних систем ускладнює процес обміну даними через складність їх інтеграції. ERP-системи дозволяють об'єднати всі бізнес-процеси компанії в одній потужній системі, допомагаючи розв'язати таку проблему.

Система планування ресурсів підприємства (ERP) – це програмний комплекс, що складається з різних модулів, які унікальним чином забезпечують інтеграцію різних функцій через вбудовані бізнес-процеси, та налаштовують параметри для вирішення конкретних потреб кожної організації. Початково використання ERP відносять до систем планування потреб у матеріалах (MRP), які згодом розвинулися до MRP II, а потім стали потужною корпоративною системою, що об'єднує і оптимізує багато бізнес-процесів для підвищення продуктивності й конкурентоспроможності організацій [1].

Виділяють такі основні функції ERP-систем [2]:

- управління запасами для підвищення ефективності ланцюжка поставок компанії за рахунок використання даних в реальному часі для

оптимізації процесів виробництва і розподілу;

- аналіз практично будь-яких бізнес-процесів і надання звітів без зайвої інформації. Звіти можуть бути в наочному вигляді або представлені у вигляді таблиць, в залежності від уподобань керівника;
- обробка завдань, пов'язаних з управлінням співробітниками, включаючи розрахунок заробітної плати, табелі обліку робочого часу, пільги, прийом на роботу і звільнення;
- обробка виконання замовлень і відстеження складських запасів, що значно знижує необхідність відстежувати запаси вручну;
- відстеження грошових потоків, від покупки нових матеріалів до оплати праці співробітників і виставлення рахунків клієнтам. Програмне забезпечення для управління фінансами в ERP також допомагає складати бюджет, фінансові прогнози і дати уявлення про те, де можна скоротити витрати.

На рис. 1 відображено класифікацію ERP-систем за трьома критеріями: за призначенням, типом розміщення та за архітектурою. Коротко розглянемо кожен категорію.



Рис. 1. Класифікація ERP-систем [3]

Відтак, існують дві основні категорії ERP: галузеві та загального призначення. Галузеві ERP використовуються у двох основних сценаріях: коли великим компаніям вигідно використовувати спеціалізовані рішення, що враховують особливості їхньої галузі, навіть якщо вони не такі ефективні з точки зору загальних показників; і коли бізнес-процеси настільки унікальні, що стандартні рішення не можуть задовольнити їхніх потреб [3].

ERP загального призначення більш поширені, так як роблять акцент не на специфіці галузі, а на характеристиках бізнесу.

За типом розміщення виділяють десктопні (додатки на комп'ютері, мобільному, планшеті) та браузерні ERP (їх функціонал доступний за допомогою браузера (Chrome, Edge тощо). В силу швидкого розширення функціональних можливостей браузерів, сучасні інтерфейси бізнес-програм майже не відрізняються від стандартних додатків).

За архітектурою ERP поділяються на 2 типи:

- з єдиною архітектурою – перевагами є швидка установка і налаштування. Функціональні блоки ERP з єдиною архітектурою тісно пов'язані один з одним, що забезпечує додатковий захист від помилок;
- модульні ERP, навпаки, дозволяють вводити нові можливості крок за кроком. Розробка блоків ведеться паралельно, надаючи всі інструменти для кастомізації під бізнес.

Отже, система ERP представляє собою гнучке рішення для автоматизації складних, багатоступінчастих бізнес-процесів. Вона є єдиним універсальним інструментом, метою впровадження якого є оптимізація бізнес-процесів компанії та отримання конкурентної переваги. З урахуванням того, що проекти з впровадження ERP потребують значних часових та фінансових зусиль, важливо чітко визначити цілі ще до початку проекту, однією з таких цілей може бути, наприклад, поліпшення показника окупності інвестицій.

Література

1. Bjelland E. Evolution of ERP Systems in the Cloud. *A Study on System Updates*. 2018. 6(2). 1-22 p. doi:10.3390/systems6020022
2. Markus M.L., C. Tanis, The enterprise systems experience— from adoption to success, *USA*. 2000. pp. 173–207.
3. Madanhireab M. ERP in improving operational efficiency: Case Study. *Procedia CIRP*. 2016. 40. p. 225-229
4. Нечепуренко Д.С. Особливості впровадження світового досвіду використання хмарних технологій ERP-систем підприємствами машинобудівної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. №23(2). С. 83-86.
5. Прус О. Впровадження фінансової структури у ERP-систему підприємства як важливий аспект прийняття управлінських рішень. *Наукові записки молодих учених*. 2019. 4. С. 48 – 56.

УДК 336.74

Бублик Є. О., д.е.н., с.н.с,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»,
м. Київ, Україна

РЕГУЛЯТОРНІ ІННОВАЦІЇ ЄС У СФЕРІ КОНТРОЛЮ ЗА ТРАНСКОРДОННИМИ ПОТОКАМИ КАПІТАЛУ

Одним з ключових аспектів тривалого періоду фінансової глобалізації стала фінансова лібералізація в частині руху транскордонних потоків капіталу (ТПК). Фінансова лібералізація передбачала скасування як обмежень на рух капіталу, так і супутніх заходів різноманітного контролю за ними, задля максимізації припливу іноземні інвестицій. На етапі висхідної фази економічного циклу це мало певний економічний зиск, однак розгортання

викликів глобальної фінансової нестабільності посилює негативні ефекти неконтрольованого руху потоків капіталу [1]. Однією з форм посилення контролю за потоками капіталу на поточному етапі є міжнародний Механізм моніторингу інвестицій (Investment Screening Mechanism – ISM).

Після Глобальної кризи 2008 р., яка підсилила волатильність ТПК, особливо в частині відпливу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) з країн, що розвиваються, а також загострення торговельних протистоянь з Китаєм, багато розвинених країн почали вводити спеціальні режими та механізми перевірки припливу ПІІ. Також після 2016 р. розвинені країни внесли багато поправок до існуючих правил перевірки інвестицій, прагнучи розширити їхню сферу дії з міркувань національної безпеки.

Особлива увага приділяється сфері сучасних інноваційних технологій, які можуть змінити моделі виробництва та споживання. Зокрема, такі технології, як інтернет речей, біовиробництво, квантові обчислення, мікроелектроніка та технології подвійного призначення входять до питань національної безпеки в рамках ISM ЄС. З цієї точки зору, ISM, використовується урядами найбільш промислово-розвинених країн в рамках національних промислових політик для збереження своїх переваг у певних технологічних секторах та захисту вітчизняних технологій. Це підтверджує той факт, що 17 із 25 найбільш інноваційних країн світу та 22 з 37 країн Європи прийняли ISM [2].

Поступово впроваджують ISM і країни з економіками, що розвиваються, особливо найбільші з них – такі як Індія, Бразилія та члени ЄС. Швидке поширення такої регуляторної практики супроводжується цілеспрямованими реформами та удосконаленням існуючих політик. При цьому впровадження регуляторних режимів в рамках ISM може набувати достатньо гнучких формальних рамок. Наприклад, в ЄС основні положення регламенту ISM містять вимогу оцінити, чи можуть ПІІ вплинути на безпеку чи громадський

порядок. Це залишає можливість для різних інтерпретацій та широкого застосування.

Слід звернути увагу, що останнім часом сфера регулювання в рамках ISM поширюється і на інші форми ТПК, зокрема злиття та поглинання. Так, в січні 2024 р. Європейська комісія запропонувала правки до чинного Положення ЄС щодо перевірки прямих іноземних інвестицій 2019/452 [3]. Дані пропозиції орієнтовані на реалізацію ініціатив щодо зміцнення економічної безпеки в ЄС, зокрема в частині захисту критично важливих галузей та інфраструктури, загроз кібербезпеці тощо.

Тепер і у сфері угод про злиття та поглинання ЄС орієнтує національні уряди на необхідність поширення механізмів звітності та перевірки в чутливих секторах. Зокрема це стосується моніторингу обсягу припливу іноземного капіталу у визначені сектори, переліку інформації, яку необхідно вимагати за транзакціями; квотування визначених країн, походження капіталу з яких потрібно уникати державами-членами, а також напрямів посилення гармонізації відповідних регуляторних норм в ЄС.

На останній момент, з огляду на перспективи євроінтеграції України, доцільно звернути особливу увагу. Він передбачає суттєві зміни як щодо фактичних, так і процедурних аспектів перевірки ТПК у ЄС. Ключовими вимогами, що висувуються є наступні: всі держави-члени повинні запровадити режим ISM; непрямі придбання іноземними інвесторами мають включатись до механізму моніторингу; інвестиції у певні сектори мають бути перевірені як мінімум на рівні галузей; терміни та процедури моніторингу мають бути спрощені. Орієнтовно оновлені вимоги можуть набути чинності у 2026 р.

Подальші перспективи розвитку регулювання руху ТПК в ЄС будуть спрямовані на усунення будь-яких шпарин для обходу ISM. Якщо формально механізм до цього часу стосувався лише угод з прямого придбання контролю над цільовою компанією ЄС визначеним іноземним інвестором, то важливою

зміною, передбаченою у запропонованій реформі, є те, що непряме придбання контролю над цільовою компанією ЄС іноземним інвестором також підпадатиме під дію ISM.

Таким чином, моніторинг інвестицій з метою національної безпеки включає безліч дуже різноманітних підходів. У контексті розширення використання та масштабів механізмів моніторингу інвестицій стає все більш актуальним застосовувати збалансований підхід до розробки політики контролю за ТПК, щоб підвищити інституційну спроможність держави вирішувати ключові питання економічної безпеки, не послаблюючи при цьому перспективи залучення ІІІ на користь сталого розвитку.

Література

1. Ефективність грошово-кредитної політики в Україні в умовах глобальної економічної дестабілізації : колективна монографіє / за ред. д-ра екон. наук Є.О. Бублика ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – Електрон дані. К., 2023. 216 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/Efektyvnist-hroshovokredytnoi-polityky-v-Ukraini.pdf>
2. UNCTAD (2023). Investment Policy Monitor, No. 25. URL: <https://investmentpolicy.unctad.org/publications/1279/the-evolution-of-fdi-screening-mechanisms---key-trends-and-features>
3. EU Foreign Direct Investment Screening Regulation 2019/452. EUR-LEX. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2019/452/oj>

УДК 336.7

Віжукін Д. Г., здобувач
третього рівня вищої освіти
Золковер А.О., д.е.н., професор,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

Дослідження системи регулювання фінансових ринків доцільно почати з вивчення етапів її становлення. Становлення вітчизняного фінансового ринку почалося з розвитку нормативно-правової бази, яка стосувалася більшою мірою регулювання фондового та страхового ринків. Оскільки регулювання фінансового ринку здійснюється державою, було розроблено ряд нормативно-правових актів, які стосувалися регулювання банківським послуг Національним банком України, ринку цінних паперів Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, інших фінансових ринків, регуляторами яких виступають спеціальні уповноважені органи виконавчої влади у сфері регулювання ринків фінансових послуг [1].

Слід зазначити, що на початковій стадії формування фінансового ринку ключову роль відіграло Міністерство фінансів, яке регулювало діяльність усіх складових фінансового ринку до 1995 року. Даним органом здійснювалася розробка нормативно-правового регулювання та контроль за випуском та обігом цінних паперів.

У 1995 році після того, як був прийнятий Указ Президента України "Про державну комісію з цінних паперів та фондового ринку", було визначено регулюючий орган Державну комісію з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) (у 2011 році ДКЦПФР було ліквідовано, а новим регулятором стала Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку), який і до сьогодні займається реалізацією державної програми щодо цінних паперів та

функціонування фондового ринку. У 1996 році в Україні відбулася грошова реформа, у наслідок якої національною валютою стала гривня, впроваджено ряд нормативно-правових документів, що почали регулювати діяльність банків за новими правилами. З 2002 року почався активний розвиток фінансового ринку, у тому числі на ринку почали з'являтися іноземні банки.

У 2007 році було впроваджено ряд змін, відповідно до яких ДКЦПФР стала підзвітним органом Верховної Ради України і підпорядковуватися Президентові України. Хронологічне дослідження етапів становлення системи фінансового регулювання представлено у табл.1.

Таблиця 1

Дослідження основних етапів регулювання фінансового ринку

| Назва етапу | Термін, років | Характеристика етапу |
|---|-------------------------|---|
| Становлення фінансового ринку | 1991–1993 | Розроблення нормативно-правових актів, виведення фінансової системи на міжнародний ринок, створення інформаційних систем управління органами регулювання фінансового ринку |
| Банкрутство банків і стримування інфляції | 1994–1995 | Процедура банкрутства та ліквідації банків, які не готові працювати на умовах, висунутих головним регулятором - НБУ |
| Розвиток фінансового ринку | 1996–2001 | Введення грошової одиниці в Україні. Вдосконалення нормативно-правової бази щодо банківської діяльності. |
| Вдосконалення фінансового ринку | 2002 – I півр. 2008 | Присутність іноземних банків і розширення спектру банківських послуг, запровадження пластикових карток. |
| Фінансова криза | II півріччя 2008 – 2010 | Зростання популярності ломбардної справи як альтернативи існуючим пропозиціям комерційних банків із кредитування фізичних осіб та бізнесу |
| Модернізація | 2011 – теперішній час | Повернення довіри клієнтів до діяльності фінансових установ і підвищення рівня конкурентоспроможності її учасників |
| Очищення | 2014-2018 | Виведення з ринку банків з непрозорою структурою власності та тих, що не змогли виконати нормативи капіталу. Внесеними у 2014 р. змінами до Закону України «Про банки і банківську діяльність» посилено вимоги до організації корпоративного управління в банках, підвищено відповідальність керівників банку за результати діяльності, встановлено вимоги щодо побудови адекватних і ефективних систем ризикменеджменту й внутрішнього контролю. |

| | | |
|---------------|--------------------------|---|
| | | Націоналізація Приватбнку (2016 р.), докапіталізація Ощадбанку, Приватбанку, Укрексімбанку. Розроблено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року та Стратегію реформування державного регулювання ринків небанківських фінансових послуг на 2015–2020 роки |
| Удосконалення | 2019 – по теперішній час | 19.10.2019 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг». Закон запровадив новий підхід щодо регулювання та нагляду за діяльністю фінансових установ. НБУ регулюватиме діяльність кредитних спілок, страхових компаній та страхових посередників, фінансових холдингових компаній. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку здійснюватиме нагляд за суб'єктами системи недержавного пенсійного забезпечення, інвестиційними фірмами, компаніями з управління активами. Затверджено Стратегію розвитку фінансового сектору до 2025 року |

Складено автором. Джерела: [3, 4, 5]

З 2011 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, а з 22 лютого 2022 року фінансовий ринок України функціонує в умовах воєнного часу, що значно стримує розвиток.

Література

1. Про фінансові послуги та фінансові компанії: Закон України від 14.12.2021 № 1953-IX. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#n1134> (дата звернення: 01.04.2024).
2. Школьник І. О. Фінансовий ринок України в контексті розвитку світової фінансової системи. Суми: УАБС НБУ, 2007. – 398 с.
3. Рекуненко І.І. Періодизація розвитку грошового та кредитного ринків України. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Збірник наукових праць*. 2014. Випуск 39.
4. Савенко Д.О. Становлення та розвиток інфраструктури фінансового ринку України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020, № 4, С. 81 - 85

УДК 657.1

Радіонова Н. Й. д.е.н., проф.,
Грищенко О. І., здобувачка освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ В УКРАЇНІ

Фінансова звітність представляє собою звітність, яка містить інформацію про фінансовий стан і результати діяльності підприємства [3]. Метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [2]. Усі юридичні особи, незалежно від їх організаційно-правової форми і форми власності, мають обов'язок вести бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність відповідно до чинного законодавства України. Розвиток міжнародної торгівлі, глобалізація фінансових ринків та інші процеси світової економіки вимагають уніфікації та стандартизації інформації у фінансовій звітності.

Фінансова звітність є основою для аналізу фінансового стану підприємства та сприяє уніфікації вихідної інформації. Крім того, вона необхідна для створення спільного розуміння фінансових показників як з внутрішніми, так і зовнішніми стейкхолдерами. Потенційні інвестори, кредитори, клієнти, постачальники, власники (акціонери), конкуренти, менеджери, персонал підприємства, державні органи, аудиторські та консалтингові компанії є серед зацікавлених користувачів фінансової звітності. Достовірність фінансової звітності є критично важливою. Інформація, представлена у фінансовій звітності, вважається надійною, якщо в ній відсутні помилки та спотворення, які можуть вплинути на рішення користувачів звітності [1, с. 34].

Україна поступово адаптує свою фінансову звітність до міжнародних стандартів, зокрема, за стандартами Міжнародних стандартів фінансової

звітності (МСФЗ) та Міжнародних стандартів фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП). Цей процес включає в себе розробку та прийняття національних стандартів, які відповідають міжнародним вимогам, а також навчання фахівців та аудиторів у використанні цих стандартів.

Впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності також вимагає змін у законодавстві та регуляторному середовищі, щоб забезпечити їх ефективну реалізацію та використання.

Загальною метою цього процесу є підвищення якості та достовірності фінансової звітності в Україні, що сприятиме розвитку бізнесу, залученню інвестицій та створенню сприятливого інвестиційного клімату.

Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку розробила Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), які спрямовані на забезпечення єдиної трактування та розуміння фінансової інформації. Міжнародні стандарти фінансової звітності можна розглядати як інструмент глобалізації економіки та світових господарських зв'язків, що набуває особливої актуальності в сучасному світі. [4, с. 213].

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» міжнародні стандарти фінансової звітності – це прийняті Радою міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності [2].

В Україні підготовка до переходу на міжнародні стандарти почалася з укладення Угоди про партнерство й співробітництво між Україною та Європейськими співтовариствами, а також відповідними законодавчими актами.

Перший крок на шляху до переходу на міжнародні стандарти – вибір облікових принципів та їх розкриття в Наказі про облікову політику. У звітності згідно з МСФЗ слід розкривати тільки суттєву інформацію, зокрема в примітках до фінансової звітності.

Згідно з чинними нормативними актами перейти на МСФЗ стандарти повинні підприємства, що становлять суспільний інтерес: компанії, що

займаються видобутком корисних копалин державного значення; підприємства, які залучають іноземні інвестиції; компанії-емітенти цінних паперів, допущених до торгів на біржі; недержавні пенсійні фонди; страхові компанії; публічні акціонерні товариства; банки, кредитні спілки та інші фінансові установи. Крім того, МСФЗ повинні використовувати компанії з чистим доходом понад 40 млн. євро і середньою чисельністю співробітників понад 250 осіб. Вимога стосується також підприємств із загальною балансовою вартістю активів понад 20 млн. євро і великим штатом працівників. Решта українських підприємств можуть самостійно приймати рішення про використання МСФЗ для складання звітності.

Не зважаючи на особливості та труднощі процесів упровадження МСФЗ в Україні, слід констатувати, що цей процес є об'єктивною реальністю і необхідністю для переважної більшості підприємств. Це надасть можливість вітчизняним підприємствам впроваджувати прозорі облікові процедури та використовувати власну фінансову звітність як додатковий аргумент інвестиційної привабливості.

Література

1. Завитій О. Напрями впровадження фінансової звітності за міжнародними стандартами/ О. Завитій, С. Роздимаха // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2020. – Випуск 2. – С. 33-41.

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.99 р. №996 – XVI.

3. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73.

4. Радіонова Н. Й. Застосування фінансової звітності для оцінки рівня економічної безпеки підприємства / Н. Й. Радіонова, Д. Ю. Чучкевич // 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. 212-214.

УДК 347.73(045)

Жук А. С., аспірант,
Расюк М. М., аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Розвиток фінансової системи є ключовим чинником для стабільного економічного зростання та процвітання будь-якої країни. Україна, як і багато інших країн, стикається з необхідністю адаптації своєї фінансової системи до нових викликів та трендів, які формуються на глобальному рівні. Сучасні тенденції у розвитку фінансової системи України в контексті загальносвітових тенденцій відображають не лише внутрішні трансформації, а й залежність від глобальних фінансових ринків та міжнародних економічних процесів.

У сучасних умовах українська фінансова система зазнає значних змін та реформ. Реалізація реформ, орієнтованих на впровадження європейських стандартів та наближення до міжнародних норм, є одним із основних пріоритетів. Паралельно з цим українська фінансова система стикається з викликами, такими як корупція, недостатня кредитна доступність та низький рівень фінансової грамотності населення.

У цьому контексті аналіз сучасних трендів у розвитку фінансової системи України у контексті загальносвітових тенденцій стає важливим завданням для економічного розвитку країни. Розуміння та врахування цих тенденцій може сприяти формуванню ефективних стратегій розвитку, а також покращенню фінансової стабільності та конкурентоспроможності України на міжнародній арені. У цьому контексті дослідження сучасних тенденцій у розвитку

фінансової системи України має важливе значення для подальшого економічного розвитку країни.

Україна, подібно до багатьох інших країн, стоїть перед завданням постійного удосконалення своєї фінансової системи, щоб забезпечити стабільність, ефективність та конкурентоспроможність у глобальному економічному середовищі. З розвитком технологій, змінами в міжнародній торгівлі, глобалізацією та іншими факторами, фінансові системи по всьому світу переживають значні трансформації. У цій статті ми розглянемо ключові напрямки розвитку фінансової системи України в сучасних умовах, зосереджуючись на міжнародних тенденціях та викликах.

Одним із головних напрямків розвитку фінансової системи України є дигіталізація та впровадження інновацій. Українські фінансові установи активно використовують нові технології для полегшення доступу до фінансових послуг, вдосконалення процесів роботи та забезпечення більшої зручності для клієнтів. Мобільні платежі, електронні гроші, блокчейн-технології та штучний інтелект — це лише кілька прикладів інновацій, які вже застосовуються в українській фінансовій сфері.

Забезпечення фінансової включеності є ще одним важливим аспектом розвитку фінансової системи України. Уряд та фінансові установи працюють над зменшенням фінансових бар'єрів та забезпеченням доступу до фінансових послуг для всіх верств населення, включаючи сільські райони та малозабезпечені шари населення. Україна активно співпрацює з міжнародними фінансовими організаціями та партнерами з метою обміну досвідом та підтримки розвитку фінансової системи. Це включає в себе участь в програмах технічної допомоги, участь у міжнародних проектах та ініціативах, а також спільні інвестиційні проекти.

Розвиток фінансової системи України у сучасних умовах є складним процесом, який вимагає комплексного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін. З урахуванням міжнародних тенденцій та викликів, Україна має можливість досягти значних досягнень у розвитку своєї фінансової системи та забезпечити стале економічне зростання та процвітання.

Аналізуючи сучасні тренди розвитку фінансової системи України у контексті загальносвітових тенденцій, можна зробити кілька важливих висновків.

По-перше, Україна активно працює над модернізацією своєї фінансової системи, спираючись на європейські стандарти та міжнародні практики. Реформи у сферах банківського сектору, капіталовкладень, страхування та фінансового регулювання спрямовані на створення більш стійкої та конкурентоспроможної фінансової системи.

По-друге, важливо враховувати вплив глобальних тенденцій на українську економіку та фінансову систему. Поглиблення глобалізації, цифровізація фінансів, зміни в міжнародних торговельних відносинах та геополітичні чинники впливають на стратегічні рішення та розвиток фінансового сектору країни.

По-третє, виклики, які стоїть перед українською фінансовою системою, вимагають комплексного підходу та спільних зусиль з боку уряду, бізнесу та громадськості. Подолання корупції, підвищення фінансової грамотності, забезпечення стабільності та надійності фінансових інституцій - це лише деякі з завдань, що стоять перед Україною на шляху до модернізації своєї фінансової системи.

Отже, важливо продовжувати моніторити та аналізувати сучасні тренди та інновації в глобальній фінансовій системі і адаптувати їх до умов України.

Це дозволить країні не лише ефективно впроваджувати свої реформи, але і використовувати нові можливості для забезпечення сталого економічного розвитку та підвищення рівня життя громадян.

Література

1. Клименко К. В. Актуальні проблеми модернізації фінансової системи України. Ефективна економіка. №7. 2019. С. 52-63.
2. Клименко К. В. Напрями реформування фінансової системи України в контексті антикризового регулювання. Фінанси України. 2020. № 7. С. 75-85.
3. Кравченко І. Криза та регулювання фінансової системи: уроки і перспективи. Вісник Національного банку України. 2019. № 1. С. 19-23.
4. Фінансовий ринок: сучасні тренди та нові виклики: тези доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 31 жовтня 2022 р.). відп. ред. Н. П. Шульга. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 115 с.
5. Міністерство фінансів України. (2020). Стратегія розвитку фінансової системи України до 2025 року. URL: <https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/Doc/Проекти%20стратегій%20розвитку%20фінансової%20системи%20України%20до%202025%20року.pdf>
6. Європейська банківська федерація. (2019). Фінансова інтеграція в Україні: Виклики та можливості. URL: https://www.ebf.eu/wp-content/uploads/2019/04/EBF_Financial_Integration_Ukraine_full-report.pdf
7. Світовий банк. (2018). Звіт про розвиток світової економіки та фінансів: Технології та фінансова включеність. URL: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/Publications/WDR/WDR%2018/WDR-2018-Full-Report.pdf>

УДК 336.7

Шевчук С. Є., аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна
Худолій В. В., аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах, коли бізнесове середовище постійно змінюється, а конкуренція стає все більш інтенсивною, стратегічне управління фінансовим потенціалом підприємства набуває особливої важливості. Фінансовий потенціал визначається як сукупність фінансових ресурсів та можливостей, які підприємство може мобілізувати та використовувати для досягнення своїх стратегічних цілей та забезпечення стабільного розвитку.

Стратегічне управління фінансовим потенціалом підприємства передбачає розробку та впровадження систематичних підходів до управління фінансами, спрямованих на максимізацію прибутку, зниження ризиків та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Фінансовий потенціал підприємства визначається як сукупність фінансових можливостей та ресурсів, які воно може використовувати для досягнення своїх стратегічних цілей та забезпечення стійкого розвитку. Стратегічне управління фінансовим потенціалом підприємства є ключовим аспектом в управлінні його діяльністю, оскільки дозволяє забезпечити ефективне використання ресурсів, максимізувати прибутковість та забезпечити конкурентоспроможність на ринку. У цій статті ми розглянемо основні принципи та методи стратегічного управління фінансовим потенціалом підприємства.

Першим кроком у стратегічному управлінні фінансовим потенціалом підприємства є проведення комплексного аналізу його фінансового стану. Це включає в себе оцінку фінансових показників, таких як ліквідність, рентабельність, фінансовий стан тощо. Аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони фінансового потенціалу підприємства та розробити стратегії для його покращення.

На основі результатів аналізу розробляється стратегія управління фінансовим потенціалом підприємства. Ця стратегія повинна відповідати стратегічним цілям та завданням підприємства, враховувати його конкурентне середовище та міжнародні тенденції. Фінансова стратегія визначає напрямки розвитку фінансового потенціалу, а також механізми його реалізації.

Одним з ключових завдань стратегічного управління фінансовим потенціалом є ефективне використання ресурсів підприємства. Це означає раціональне розподіл фінансових ресурсів між різними видами діяльності, максимізацію їх використання та забезпечення оптимального рівня ризику.

Інвестиції є одним з основних джерел розвитку фінансового потенціалу підприємства. Стратегічне управління фінансовим потенціалом передбачає ретельне планування та аналіз інвестиційних проектів, їх оцінку з точки зору доходності та ризику, а також ефективне управління портфелем інвестицій.

Правильно підібрана стратегія управління фінансовим потенціалом підприємства може визначити його подальший успіх та конкурентоспроможність. Для досягнення цих цілей необхідно враховувати різноманітні аспекти фінансового управління та використовувати широкий спектр інструментів і методів.

Одним із ключових аспектів ефективного стратегічного управління фінансовим потенціалом є аналіз і контроль фінансових показників. Це включає

в себе періодичне оцінювання фінансової стійкості підприємства, ліквідності, рентабельності та ефективності використання капіталу. На основі цих аналізів можуть бути прийняті стратегічні рішення щодо розподілу ресурсів та інвестиційних стратегій.

Крім того, важливо враховувати зовнішнє середовище та міжнародні тенденції, оскільки вони можуть впливати на фінансову діяльність підприємства. Моніторинг світових економічних та фінансових подій допомагає вчасно реагувати на зміни у макроекономічних умовах та адаптувати стратегії управління фінансами. Важливою складовою стратегічного управління фінансовим потенціалом є розробка фінансових планів та бюджетів, які відображають стратегічні цілі та завдання підприємства. Ці плани повинні бути гнучкими та адаптивними до змін в середовищі та внутрішніх умовах підприємства.

У підсумку, стратегічне управління фінансовим потенціалом є невід'ємною частиною успішного функціонування будь-якого підприємства. Воно вимагає від керівництва комплексного підходу та постійного вдосконалення, але водночас надає можливість досягати стабільності, ефективності та конкурентоспроможності на ринку.

Останнім етапом у стратегічному управлінні фінансовим потенціалом є постійний моніторинг та аналіз результатів. Це дозволяє вчасно виявляти зміни в фінансовому стані підприємства, коригувати стратегії та плани управління, а також впроваджувати необхідні зміни для досягнення стратегічних цілей.

Стратегічне управління фінансовим потенціалом підприємства є складним та багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу та постійного вдосконалення. Однак, ефективне використання фінансових

ресурсів та максимізація їх вартості є ключовими чинниками успіху для будь-якого підприємства.

Література

1. Центр розвитку інновацій. Дослідження стану та потреб бізнесу в Україні. Міністерство цифрової трансформації, національний проект Дія. Бізнес, Міністерство економіки. вересень, 2022. URL: https://business.diaa.gov.ua/uploads/4/24851-stan_ta_potrebi_biznesu_v_ukraini_sektoral_nij_rozriz_veresen_2022.pdf.

2. Центр розвитку інновацій. Дослідження стану та потреб бізнесу в Україні. Міністерство цифрової трансформації, національний проект Дія. Бізнес, Міністерство економіки. листопад, 2022. URL: https://business.diaa.gov.ua/uploads/5/26937-stan_ta_potrebi_biznesu_v_umovah_vijni_rezul_tati_opituvanna_v_listopadi_2022_roku.pdf.

3. Дараган, А. В., Геворкян, А. Ю. (2021). Формування складників фінансового потенціалу підприємства. *Економічний простір*. (167). С. 55 – 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/167-10>.

4. Марченко В. М., Бондар А. І. Управління фінансовим потенціалом підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.4.

5. Ляхович Л.А. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та управління. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 22. С. 92 – 97. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/22_2018_ukr/17.pdf

УДК 342

Яременко Л.М., к.е.н, доцент,
Грановський О.С., аспірант,
Гребеножко В. О., аспірант,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі,
м. Переяслав, Україна

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МІСЦЕВИМИ ФІНАНСАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Місцеві фінанси виступають основою формування соціально-економічного потенціалу держави. Ефективність їх формування та використання визначає як добробут окремих громад, так і рівень добробуту в цілому країні. Нормативно-правова база України регламентує механізми та інструменти розподілу доходів держави, що спрямовуються органами місцевого самоврядування на фінансування делегованих та власних повноважень. Отже, стабільний розвиток територіальних громад тісно пов'язаний із забезпеченістю органів місцевого самоврядування фінансовими ресурсами, необхідними для виконання їх функцій.

У воєнний час принципи розпорядження місцевими фінансами мають значні особливості через непередбачувані обставини, пов'язані з воєнними діями, та необхідність перерозподілу фінансів на першочергові потреби. Такі умови відрізняються від мирного часу та можуть стати причиною багатьох проблем та незручностей у формуванні, розподілі та використанні місцевих фінансів.

Навіть зазначаючи позитивні результати виконання місцевих бюджетів у період війни, залишається невирішеним питання управління місцевими фінансами у воєнний час. У таких умовах підходи до формування, використання, розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів на місцевому рівні радикально відрізняються від звичайних заходів у мирний період.

Отже, незважаючи на позитивні тенденції, виконання місцевих бюджетів

у воєнний час, існують серйозні виклики та проблеми управління місцевими фінансами у таких непередбачуваних умовах. Вирішення цих питань вимагає комплексного підходу та участі всіх зацікавлених сторін, щоб забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів та підтримку стабільності на місцевому рівні під час воєнних конфліктів.

У передвоєнний період багато громад часто недооцінювали свої джерела доходів місцевих бюджетів та можливості їх збільшення з різних причин. Проте в умовах війни економія та раціональне використання фінансових ресурсів стають надзвичайно важливими, тому на місцевому рівні необхідно проводити детальний аналіз резервів залучення додаткових коштів до бюджетів. Наприклад, наразі держава розробила ряд програм для підтримки підприємців I–III груп, надаючи їм можливість відстрочки податкових платежів. Однак, якщо на місцевому рівні встановити якісну комунікацію з представниками малого та середнього бізнесу, то підприємці більш охоче реагують на потреби громад та інтереси суспільства, сплачуючи обов'язкові платежі в повному обсязі, в межах своїх можливостей, що сприяє наповненню місцевих бюджетів.

Ще одним важливим резервом для наповнення місцевих бюджетів є створення нових робочих місць для тих, хто є потенційними платниками податків. Зокрема, це може включати працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, релокацію підприємств з територій, що постраждали внаслідок бойових дій, на відносно безпечні території, а також пошук шляхів для залучення інвесторів.

У процесі управління місцевими фінансами у воєнний період важливо акцентувати увагу на заходах, спрямованих на економію коштів та зменшення видатків, які не відповідають актуальним потребам. Наприклад, можна встановлювати обмеження на використання енергії, обмежувати витрати на непервинні матеріали або послуги, тимчасово припиняти фінансування заходів розважального характеру (за винятком надзвичайно важливих), капітальні

видатки тощо. Проведення якісного моніторингу, аналізу, контролю та коригування цих заходів є необхідним для оптимального використання місцевих фінансових ресурсів та їх ефективного розподілу.

Зазначені та інші координовані дії сприятимуть звільненню коштів, які можуть бути направлені на поповнення місцевих бюджетів та раціональне використання фінансових ресурсів, які належать територіальним громадам. У висновках можна зазначити, що управління місцевими фінансами в умовах воєнного часу має свої відмінності. Регіони України під впливом військової агресії Росії зазнали різного ступеня впливу, що відобразилося на стані місцевих бюджетів. Незважаючи на заходи влади щодо забезпечення необхідними коштами місцевих бюджетів, місцевим органам необхідно проводити дії, спрямовані на оптимізацію використання місцевих фінансів, а також на стимулювання та релокацію бізнесу, створення нових робочих місць, залучення інвесторів та оптимізацію використання ресурсів регіону. Перед місцевою владою стоїть складне завдання забезпечення не тільки економічного розвитку, але й соціального захисту населення, внутрішньо переміщених осіб та створення умов для відновлення української промисловості.

Література

1. Місцевий бюджет і фінансове забезпечення об'єднаної територіальної громади : навч. посіб. Н. М. Гринчук та ін. Київ, 2017. 119 с.
2. Маркуц Ю. І., Задорожня Л. А. Місцеві фінанси – що з виконанням за перші три місяці повномасштабної війни. Вокс Україна. 2022. URL: <https://voxukraine.org/mistsevi-byudzhety-shho-zvykonannyam-za-pershi-try-misyatsi-povnomasshtabnoyi-vijny/> (дата звернення: 16.11.2023)
3. Дубина М. В. Економіко-статистична оцінка фінансової стійкості місцевих бюджетів України. Статистика України. 2017. № 4. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/su_2017_4_6.pdf (дата звернення: 16.11.2023)
4. Дяченко С. А. Місцеві фінанси України в умовах децентралізації державного управління : стан, тенденції та механізми розвитку : монографія. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. 396 с.

УДК 336.330

Ткачук В. В.
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україн

ФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Виявлення особливостей функціонування національної економіки в умовах воєнного стану та визначення напрямів повоєнної відбудови є важливим і актуальним науковим завданням. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що основними проблемами, з якими зіткнулася економіка в умовах воєнного стану, стали, зокрема, значна деформація структури сукупної пропозиції та сукупного попиту, серйозна криза на ринку праці, фізичне руйнування інфраструктури та активів, втрата ринків збуту українськими компаніями-експортерами, розрив господарських зв'язків, ускладнення логістичних маршрутів та розрив ланцюгів створення вартості.

Можна констатувати, що питання фінансової підтримки післявоєнної відбудови та відновлення економіки набуває значення в сучасному світі, де конфлікти та війни продовжують впливати на глобальну стабільність [3].

Держави мають можливість виділяти або залучати різні фінансові ресурси для післявоєнної відбудови. Серед них - внутрішні фінансові ресурси, такі як державний бюджет, надходження від приватизації державних активів, внутрішні інвестиції приватного сектору, а також кошти, залучені через внутрішні облігації та інші фінансові інструменти [1]. Зовнішнє фінансування, таке як міжнародні позики та гранти від країн-партнерів, міжнародних фінансових організацій та країн-донорів, також відіграє важливу роль. Фінансування від міжнародних інвесторів, інвестиції приватного сектору та міжнародні облігації також є важливими джерелами фінансування. Крім того, Україна може розглянути можливість державно-приватного партнерства та

інноваційних інструментів фінансування, таких як зелені та соціальні облігації, для залучення додаткових коштів.

Внутрішнє фінансування базується на внутрішніх ресурсах країни, таких як податкові надходження, прибутки державних підприємств та внутрішні запозичення. Основними перевагами внутрішнього фінансування є збереження економічного суверенітету та незалежності. Країна, яка покладається на власні фінансові ресурси, має більшу свободу у формулюванні та реалізації економічної політики. Контроль над інфляцією та обмінним курсом також є важливими аспектами. Однак існує ризик, особливо у випадку серйозних економічних криз, що лише внутрішніх фінансових ресурсів може бути недостатньо для швидкого відновлення.

Зовнішнє фінансування, включаючи міжнародну допомогу, позики та інвестиції, має вирішальне значення для швидкого відновлення. Воно забезпечує доступ до значних фінансових ресурсів, які можуть бути використані для реалізації великих інфраструктурних проєктів, реформ та інших ініціатив, що сприяють економічному зростанню. Таке фінансування також може сприяти інтеграції країни у світову економіку та зробити її більш привабливою для іноземних інвесторів [2].

В Україні продовжує існувати високий попит на активну післявоєнну економічну реконструкцію. Економічна політика має великий потенціал у системі чинників, що забезпечують зміцнення національного розвитку. Нагальним завданням є реалізація низки базових проєктів з кумулятивним ефектом для економічного розвитку. Зокрема, це відновлення та будівництво житлових об'єктів, автомобільних доріг, залізниць, мостів і тунелів. Такий інвестиційний бум дасть потужний поштовх для розвитку багатьох галузей та видів економічної діяльності, зокрема металургії, машинобудування, будівництва та транспорту. Україна потребує економічної політики збалансованого протекціонізму, активної підтримки підприємництва,

структурної перебудови економіки та стимулювання високотехнологічного експорту. Така політика також вимагає значного поглиблення ефективності інструментів, що використовуються для реалізації державних заходів, спрямованих на стимулювання післявоєнного відновлення економіки.

Література

1. Відновлення та реконструкція повоєнної економіки України: наукова доповідь. Київ : Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2022. 305 с.
2. Єфименко Т.І. Управління державними фінансами в період воєнного стану та повоєнної відбудови України: науковий супровід трансформацій. Фінанси України. 2023. No. 1. С. 7–25. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2023.01.007>
3. Скрипниченко М. Макроекономічні оцінки та прогнози повоєнного відновлення економіки України. Економічна теорія. 2022. No2. С.29–43. DOI: <https://doi.org/10.15407/etet2022.02.029>.

УДК 338.439

Боса А.О., студентка групи МЕ-22
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна
Науковий керівник- PhD, доц. **Весоловська М.К.**

ФУНКЦІЇ РИНКУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Ринок є активною системою, що відіграє ключову роль у функціонуванні та розвитку сучасного бізнесу. Розуміння його функцій є головним для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та досягнення успіху в конкурентному середовищі. Ринок як одна з категорій товарного виробництва у своїй еволюції зазнав величезних кількісних і якісних змін, що неминуче вплинуло на його визначення протягом понад двох століть. У працях А. Сміта і Д. Рікардо слово «ринок» не має чіткого визначення, оскільки воно віднесено до зовнішнього і поверхневого явища ринкової економіки і тому в основному

використовується для характеристики ринкового попиту.

Сьогодні економісти не обмежують поняття "ринку" лише класичною моделлю з вільною конкуренцією. Натомість, воно трактується як будь-яка впорядкована система, що забезпечує ефективну взаємодію продавців і покупців.

Вузьке тлумачення ринку, яке описується в підручниках, фокусується на ньому як на механізмі за допомогою якого покупці та продавці взаємодіють один з одним, визначаючи ціни та обмінюючись товарами та послугами. [1].

Отже, ринок:

- це сукупність відносин купівлі-продажу товарів і послуг;
- це місце, де відбуваються відносини купівлі-продажу товарів і послуг у грошовій формі;
- це механізм координації різноманітної діяльності людей через систему цін. [3].

Основні функції ринку та їх вплив на сучасний бізнес:

1) Регулююча функція ринку: ринок створює платформу для зустрічі попиту споживачів та пропозиції виробників. Сучасні компанії активно аналізують потреби ринку та розробляють продукти та послуги, що відповідають цим потребам. Функція забезпечення зустрічі попиту та пропозиції допомагає бізнесу ефективно реагувати на зміни в споживчих вподобаннях та ринкових умовах. [2].

2) Стимулююча функція ринку: ринок стимулює підприємство до впровадження інновацій, підвищення ефективності виробництва, покращення якості продукції. [1].

3) Розподільча функція ринку: ринок дозволяє розподіляти ресурси (товари, послуги, робочу силу, капітал) від виробників до споживачів. Це забезпечує ефективне використання ресурсів і задоволення суспільних потреб. [2].

4) Санаційна функція ринку: через конкуренцію на ринку відбувається природний відбір сильних і стійких підприємств, тоді як менш життєздатні

структури приречені на вилучення з гри. Цей процес активно сприяє розвитку ефективних компаній та підприємств. [2].

5) Інформаційна функція: ринок є значним джерелом інформації для всіх учасників економіки, надаючи їм знання про стан господарського життя. Завдяки постійно змінюючимся цінам ринок надає об'єктивну інформацію про обсяг, різноманітність та якість товарів і послуг, що пропонуються. Це дозволяє виробникам порівнювати свої витрати з конкурентами, а споживачам оцінювати свої можливості задовольнити свої потреби, порівнюючи свої доходи з ринковими цінами. [1].

Рекомендації: додати додаткові функції ринку :

1. Екологічна функція: забезпечення ринкових механізмів для стимулювання екологічно чистого виробництва, а також включення у вартість товарів та послуг екологічних витрат.

2. Інноваційна функція: підтримка інновацій та технологічного розвитку, надаючи стимули для досліджень та розробки нових продуктів та послуг.

Висновок: Ринок впливає на сучасний бізнес через конкуренцію, що стимулює інновації та вдосконалення продуктів. Він також визначає цінову політику підприємств, змушуючи їх адаптуватися до змін в попиті та умовах ринку. Глобалізація та зміни в економічному середовищі також впливають на стратегії підприємств.

Функції ринку в сучасному бізнесі відіграють важливу роль у формуванні та розвитку компаній. Ринок не лише забезпечує платформу для здійснення торгівлі, а й впливає на стратегічні рішення бізнесу та сприяє його інноваціям та росту. Враховуючи ці функції, компанії можуть ефективно адаптуватися до змін на ринку та забезпечити свій успіх у сучасному бізнес-середовищі.

Література

1. Політична економія: В.А. Палехова (словник термінів) 2007. 78 с.
2. Економічна теорія: Політекономія : підручн.ик / В. Д. Базилевича; 6-е вид., перероб. і доп. Київ : Знання-Прес, 2007. 193 с.
3. Основи економіки: Пурська І.С. (навчально-методичний посібник) 2017. 24 с.

УДК 336.76

Коваленко Д. І., к.е.н., доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Захист прав споживачів фінансових послуг передбачає гармонізацію законодавства та практики у сфері фінансових послуг з європейськими стандартами та нормами. Розвиток, становлення фінансової системи та ринку фінансових послуг вимагають ефективного вирішення особливостей їх функціонування.

В сучасних умовах в Україні сформувалася така модель надання послуг банками та небанківськими фінансовими установами, при якій досить часто спостерігаються порушення прав споживачів (від порушення вартості послуг - прихованих платежів та комісій, до приховування важливої інформації, прямого обману з боку фінансової установи).

Поступова інтеграція України до ЄС запроваджує додаткові стандарти та вимоги, які сприяють удосконаленню системи захисту прав споживачів, що не лише забезпечить безпеку громадян, а й створить сприятливий клімат для інвестування.

Відповідно до Закону України "Про фінансові послуги", до них відносяться наступні [1-4]:

- залучення фінансових активів;
- торгівля валютними цінностями;
- послуги ломбардів;
- послуги зі спільного інвестування;
- залучення фінансових активів із зобов'язанням їх подальшого повернення;

- фінансовий лізинг;
- надання гарантій;
- послуги у сфері страхування;
- факторинг;
- надання коштів у позику в тому числі на умовах фінансового кредиту;
- професійна діяльність на ринках капіталу;
- діяльність з накопичування в пенсійній системі;
- базові фінансові послуги.

Системне регулювання у сфері фінансових послуг є ключовим для захисту прав споживачів та забезпечення стабільності фінансового сектору, де недовіра до фінансових установ може виникнути з різних причин, таких як некомпетентність, нерозуміння або навіть зловживання. Регуляторні органи повинні встановлювати чіткі правила та стандарти діяльності фінансових установ, а також забезпечувати їх дотримання, що включає в себе моніторинг фінансових установ, проведення аудиту та фіксації порушень.

Крім того, ефективна регуляторна система може призвести до покращення послуг для споживачів, а також допомогти уникнути фінансових криз і забезпечити економічну стабільність [4-6].

Системна державного регулювання важлива як для захисту прав споживачів, так і для забезпечення довіри до фінансового сектору, що, в свою чергу, сприяє його сталому розвитку.

Правове регулювання у сфері фінансів прийнято поділяти на дві основні складові: захист прав споживачів та пруденційне регулювання.

Перше, спрямоване на захист інтересів осіб, які користуються фінансовими послугами, зокрема в умовах воєнного стану.

Другий, зосереджений на збереженні стабільності фінансових установ та системи в цілому.

Державне регулювання у сфері фінансів не лише забезпечує надійність фінансових установ для їхніх клієнтів, а й допомагає уникнути фінансових труднощів під час військового стану та має на меті запобігти втратам для менш досвідчених інвесторів і заохотити надійних постачальників фінансових послуг.

Все це демонструє важливість дотримання балансу між захистом прав споживачів та фінансовою стабільністю, особливо в умовах нестабільності, яка виникає внаслідок війни або інших кризових ситуацій [5-9].

В умовах військового стану та під час інтеграції до ЄС, система захисту прав споживачів фінансових послуг з може бути більш ефективною та активною.

Література

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III
2. Аванесова І. Інформаційна безпека у системі захисту прав споживачів фінансових послуг. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2018. № 2. С. 55–66.
3. Бірюк С. О. Інформаційна компонента захисту прав споживачів фінансових послуг в Україні: стратегічні перспективи. Інтелект XXI. 2020. № 1. С. 104–107.
4. Борисов І. В. Захист прав споживачів фінансових послуг. Право та інновації. 2015. № 2. С. 66–72.
5. Дзюнь О. Б. Захист прав споживачів небанківських фінансових послуг в системі державного управління. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 6. С. 159–163.
6. Киреєва Н. С. Забезпечення захисту прав та інтересів споживачів фінансових послуг: господарсько-правове порівняння в Україні та ЄС. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Юридичні науки. 2016. Вип. 2(1). С. 130–133.
7. Про захист прав споживачів: Закон України від 10.06.2023 № 3153-IX.
8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.09.2019 № 79-IX.
9. Тарасенко І. О. Європейська та українська практика захисту прав споживачів фінансових послуг: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2023. 208 с.

ПЛАТФОРМА 6.

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

УДК 339.138

Мігалатій О., аспірант
науковий керівник к.е.н., доц. **Євсейцева О.С.**
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

**DIRECT-МАРКЕТИНГ: НЕВІДДІЛЬНА ЧАСТИНА БІЗНЕС-
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Direct-маркетинг (прямий маркетинг) - це тип просування, заснований на прямій комунікації зі споживачем товару без залучення третіх осіб. Поняття «директ-маркетинг» вперше використав Лестер Вундерман, відомий американський рекламист, який займався просуванням брендів American Express та Columbia Records, у 1967 році. Direct-маркетинг – це загальне і персональне звернення до кожного клієнта. Він являє собою можливу стратегію пошуку нових клієнтів. Крім цього, вже наявних клієнтів за допомогою прямого маркетингу інформують про вихід на ринок нового продукту, цінових та рекламних акціях, презентаціях. Прямий маркетинг передбачає спілкування з користувачем у різних форматах: електронна пошта, месенджери, соціальні мережі, телефонні дзвінки, брошури та таргетована реклама.

Важливість творчої ідеї в прямому маркетингу неможливо заперечувати, саме від неї залежить, чи почує споживач сутність рекламного повідомлення. Ідея має низку характеристик, властивостей, що ніколи не можна обійти увагою. Креативна ідея народжується у процесі мислення та набуває певної форми. Отже, в умовах сучасного ринку, які характеризуються загостренням конкурентної боротьби, постійно потрібні нові ідеї. Нові ринкові ніші відкриваються інноваційними ідеями. Нові види продукції, нові способи

продажів, нові методи маркетингу, нові знання, нові ідеї в рекламі, просуванні та комунікації, все це відрізняє успішні підприємства від аутсайдерів.

Цілі та задачі прямого маркетингу:

| ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ | |
|--|---|
| Цілі | Завдання |
| Підвищення впізнаваності бренду | Прямий маркетинг направлений на популяризацію бренду та підвищення його впізнаваності серед цільової аудиторії. Спілкуючись з потенційними клієнтами напряду, рекламодавець формує у користувача довіру до себе та свого продукту. Для досягнення цієї цілі використовують багатоканальний підхід, що забезпечує максимальне підвищення обізнаності серед клієнтів. |
| Закріплення стосунків з клієнтами | Для цього можна використовувати такі засоби прямого маркетингу, як іменні сертифікати, індивідуальні пропозиції та ваучери на знижки. При цьому важливу роль відіграє саме персоніфікація. Звернення до клієнта на ім'я, формування пропозиції, яка відповідає його інтересам та запитам, допомагає почуватися особливим та закріплює довіру між продавцем та покупцем. |
| Генерація продажів та зростання прибутку | Оскільки прямий маркетинг фокусується на підтримці з клієнтами довготривалих індивідуальних зв'язків, це дозволяє залучити лояльних клієнтів та збільшити кількість продажів. |

Завдяки ретельному вивченню своєї цільової аудиторії та адресній комунікації зі споживачами ви зможете збільшити рівень конверсій. Прямий маркетинг дозволяє спілкуватися з клієнтами, пропонуючи їм користь та отримуючи натомість довіру та повторні конверсії, збільшуючи лояльність, стимулюючи пасивних клієнтів до повторних покупок. Інструменти цього маркетингового напрямку легко вписуються у будь-яку стратегію просування. Їх можна адаптувати під різні бізнес-цілі, особливості цільової аудиторії. Вимір та аналіз результатів – можливість виміряти кампанію та прийняти ефективні рішення для її оптимізації у режимі реального часу.

Який інструмент прямого маркетингу обрати для просування, залежить від сфери бізнесу, бюджету та цільової аудиторії. У будь-якому випадку до цього питання варто ставитися дуже обережно, адже будь-який інструмент прямого маркетингу без належного впровадження може викликати негатив. Тому обов'язково дотримуйтесь правил конфіденційності, не порушуйте особисті кордони своїх клієнтів і ретельно плануйте кожну кампанію.

Розглянемо найбільш популярні інструменти Direct -маркетингу.

| | |
|--|---|
| Телефонні дзвінки | Найпростіший, але ефективний інструмент продажів. Дозволяє продавцю напряму поспілкуватися з потенційним покупцем, щоб вивчити його потреби, а також розповісти про переваги та недоліки продукту. Під час телефонної розмови можна розповідати про товар чи послугу, ставити питання чи відповідати на них, працювати з запереченнями. Власник бізнесу може простежити результативність роботи співробітників своєї компанії саме за результатами телефонних дзвінків. |
| Розсилка | Це дуже ефективний спосіб знайти своїх покупців та спілкуватися з ними особисто. Електронна пошта дозволяє створювати персоналізовані повідомлення, які напряму стосуються «проблем» отримувача. Розсилку можна масштабувати відповідно до задач та стратегій просування, а після – відстежувати та вимірювати її результативність |
| Текстові повідомлення у месенджерах чи SMM | Це найшвидший та найзручніший спосіб зв'язатися зі своїми нинішніми та майбутніми клієнтами будь-де та будь-коли. Відомо, що люди значно швидше відповідають на текстові повідомлення, ніж на електронну пошту чи телефонний дзвінок. Головна перевага інструмента – прочитання протягом кількох хвилин після отримання. Оскільки люди завжди носять з собою телефони, текстові повідомлення – чудовий спосіб сповістити про щось важливе. |
| Пробні товари чи послуги | Продажі каталогу чудово працюють у мережевому маркетингу. У покупця є час ознайомитися з товаром, оцінити його переваги та зробити вибір. Тут важливо підготувати якісний контент каталогу та зручну подачу. Продаж пробної послуги можна використовувати у сфері B2B та онлайн-освіті. |

При допомозі Direct-маркетингу формується імідж підприємства в суспільстві, підтримуються відносини з клієнтами. Зіставивши ці дані, підприємство має можливість вчасно змінити пропозицію на ринку. Але найголовнішим є те, що Direct-маркетинг характеризується максимальною ефективністю і вибірковістю впливу.

Література

1. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Трансформація взаємодії суб'єктів ринку в умовах диджиталізації маркетингу. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. Вип. 1 (01). С. 112–117. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-18>
2. Direct Marketing Statistics for 2020. Compu-mail. 2020. URL: <https://www.compu-mail.com/statistics/25-direct-marketing-statistics-for-2020>

УДК 338.24:339.138:378.1:659.1:004.77:658.8

Завербний А.С.

професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

Завербний С.А.

студент магістратури кафедри систем автоматизованого проектування,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРУВАННЯ

Активізування процесів глобалізування, його стабільний розвиток суттєво впливають на конкурентне бізнес-середовище. Дані зміни вимагають від підприємництва своєчасного переосмислення діючих, розроблення і впровадження інноваційних підходів задля задоволення динамічних потреб споживачів [2, с. 107-108]. Зазначені дії лежать в основі «нового» виду маркетингу [3, с. 67-68], який враховуватиме сучасні особливості функціонування підприємництва. Мова йде про інтернет-маркетинг [3], або ще зустрічається назва «діджитал-маркетинг» [2, с. 107]. Перша назва є точнішою, оскільки чітко окреслює мережу застосування маркетингу. Саме інтернет сприяє активізуванню маркетингу, поширенню його на нові території. При цьому для підприємства це не потребує значних витрат.

Дослідження проблематики використання інтернет-маркетингу як дієвого, ефективного інструменту для гармонійного розвитку підприємства відображені у наукових доробках таких вчених як: Бойчук І. [1], Брюшко Н. [6], Дьячук І. [2], Красовська О. [3], Ляшенко Г. [4], Моткалюк Р. [4], Ус М. [5], Храпкіна В. [6], Шпилик С. [7] та багатьох інших.

Інтернет як «єдине ціле» досить надійно, безперервно (постійно) у режимі «он-лайн» забезпечує рух різноманіття процесів, інформації тощо. З кожним наступним роком інтернет мережа отримує все більше своїх користувачів (зокрема, у 2005 р. їх було 1,023 млрд. осіб, а вже у 2010 р. їх кількість

практично подвоїлася - 1,981 млрд. осіб, у 2015 р. – потроїлася до 2,954 млрд. осіб, станом на початок 2024 р. становить 5,4 млрд. осіб) [8]. Ці користувачі потенційно виступають споживачами інтернет-маркетингу. Більшість із них використовують соціальні мережі (один із ключових напрямів реалізування цілей інтернет-маркетингу). У 2023 р. із 5,4 млрд. осіб, що використовували інтернет, аж 5,04 млрд. користувалися соціальними мережами [8]. Їх прогнозована кількість у 2027 р. стане 5,85 млрд. осіб [8]. Тобто, потенціал використання соціальних мереж у маркетингових цілях є досить значним та привабливим для виходу на нові зарубіжні ринки з огляду оперативного та цільового, клієнто-орієнтованого комунікування в даних мережах. Інтернет-маркетинг є одним із інноваційних інструментів, що сприяє суб'єктам підприємництва ефективно налагоджувати та активно розвивати процес взаємодії зі споживачами (через забезпечення індивідуального підходу, індивідуального обслуговування, налагодження оперативного зворотного комунікаційного зв'язку, моніторинг (отримання маркетингової інформації) тощо. На противагу «традиційного» маркетингу інтернет-маркетинг має суттєві переваги: як за рівнем персоналізування, так і за своєю інтерактивністю, можливістю використання великих за обсягами, структурою інформаційних масивів, суттєвим зниженням витрат тощо [2, с. 107]. До переваг інтернет-маркетингу також слід відносити не лише можливості чіткого охоплення підприємством своєї цільової аудиторії, але й формування гнучкої системи управління рекламним комунікуванням. Для вітчизняних підприємств за умов євроінтегрування саме інтернет-маркетинг служить високо ефективним засобом просування продукції/послуг, адже скромний рекламний бюджет гарантуватиме їм максимальну віддачу [7, с. 221]. Також для вітчизняного інтернет-маркетингу за умов війни потрібно уважно ставитися до почуттів своїх клієнтів, проявляючи турботу [6], покращуючи власну репутацію.

Підсумовуючи потрібно констатувати, що інтернет-маркетинг за умов сучасності, активізування євроінтеграційних процесів, обмеженості у вітчизняних підприємствах фінансування просування товарів/послуг виступає популярним інструментом залучення споживачів, позиціонування підприємства, комунікування із наявними та потенційними споживачами і стейкхолдерами. Інтернет-маркетинг в умовах євроінтегрування активно розвивається, набуває популярності серед вітчизняних підприємств завдяки значних переваг у порівнянні із класичним маркетингом, можливістю використання широкого асортименту інструментів, простоті оцінювання рівня ефективності проведених маркетингових заходів тощо.

Література

1. Бойчук І.В. Напрями реалізації маркетингових функцій підприємства через застосування Інтернету / І.В. Бойчук // Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницьк: В-во ХНУ. - 2009. - Вип. 5. - С. 34–38.
2. Дьячук І.В. Інтернет-маркетинг та digital-стратегії. принципи ефективного використання / І.В. Дьячук // Вчені записки Університету «КРОК». - 2021. - №4 (64). - С. 106-113.
3. Красовська О.Ю. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент комунікації підприємства / О.Ю. Красовська // Економіка та управління підприємствами. - 2018. – Вип. № 1(63). - С. 67-71.
4. Ляшенко Г.П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г.П. Ляшенко, Р.В. Моткалюк // Науковий вісник Національного університету ДПС України. - 2013. - Вип. 3(62). - С. 59–65.
5. Ус М.І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства / М.І. Ус // Економіка і суспільство. – Вип. 15. - 2018. - С. 482-488.
6. Храпкіна В.В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу / В.В. Храпкіна, Н.О. Брюшко // Економіка та суспільство. - 38. - 2022. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1320>
7. Шпилик С. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства / С. Шпилик // Галицький економічний вісник. - № 2 (49). - 2015. - С. 212-223.
8. Business Data Platform Statista. - URL: <https://www.statista.com/>

УДК 338.48:004.9

Бакало Н. В., к.е.н. доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава, Україна

ТУРИЗМ В ЕПОХУ DIGITAL-КОМУНІКАЦІЙ

Туризм в епоху цифрових комунікацій стає все більше впливовим та доступним завдяки розвитку технологій. Платформи онлайн-бронювань, рекомендації на основі інтелектуального аналізу даних та чат-боти для підтримки клієнтів стають невід'ємною частиною туристичної індустрії.

Кожен клієнт, який хоче подорожувати, може щодня відвідувати багато туристичних сайтів. Пошуки часто тривають тижнями перед покупкою. Це означає, що цифровим маркетологам доводиться обробляти великі обсяги даних.

Кількість цифрових точок контакту для подорожей швидко зростає, оскільки туристи шукають найкращі пропозиції через пошукові системи, програми бронювання, сайти туристичних агентств і платформи за допомогою знижок, розпродажів, акцій і купонів. Однак 39% туристів і 45% туристів вважають, що вони використовують кілька сайтів для пошуку авіаквитків. Крім того, 43% туристів і 51% бізнесменів хочуть витратити менше часу на пошук авіаквитків [1].

Компанії авіакомпаній, готелів і компаній з прокату автомобілів можуть зменшити це надмірне навантаження, створюючи впізнаваність бренду та створюючи персоналізовані пропозиції в найбільш сприятливий час. Саме тут вступають у гру штучний інтелект і глибоке навчання, які можуть повністю змінити туристичний ландшафт для цифрових маркетологів. Туроператор надає турагентам і туристам саму туристичну базу у відкритому доступі. Авіакомпанії та готелі також працюють з ними за допомогою комп'ютерів. Вони використовують систему бронювання, яка дає можливість дистанційно,

поза робочим місцем, купувати авіаквитки, залізничні квитки, готельні номери та інші послуги (трансфери, харчування, додаткові послуги).

Ринок програмних продуктів для бронювання турів є дуже конкурентним, оскільки технології швидко розвиваються і споживачі очікують зручних та інноваційних рішень. Компанії, які пропонують онлайн-платформи для бронювання турів, змушені бути гнучкими, швидкими та забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів.

Автоматизовані системи управління у туризмі – це програмні продукти, призначені для оптимізації та автоматизації різних аспектів управління туристичним бізнесом. Ці системи можуть включати модулі для бронювання турів, управління готелями та хостелами, обліку фінансів, аналізу даних про клієнтів та звітності.

На міжнародному ринку туризму відомі декілька комп'ютерних систем бронювання, які широко використовуються та мають свою унікальну специфіку. Деякі з найвідоміших систем бронювання включають такі (рис. 1). Ці системи допомагають туристичним компаніям ефективно виконувати операції з бронювання та управління клієнтами.

Мережа Інтернет дозволяє туристичним підприємствам відкривати нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії зі своїми діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел.

Багато туроператорів, особливо в сегменті внутрішнього туризму, сьогодні активно стимулюють пряму онлайн-дистрибуцію. Цей процес є елементом підвищення конкурентоздатності, насамперед із новими технологічними компаніями, виробниками туристичних послуг, авіакомпаніями, що пропонують послуги динамічного пакетування [2].

1. Amadeus: Це одна з найбільших та найпопулярніших систем бронювання у світі, яка об'єднує повний спектр послуг для туристичної галузі.

2. Sabre: Ще одна велика система бронювання, яка надає широкі можливості для авіаквитків, готелів та інших послуг.

3. Travelport: Ця система бронювання дозволяє агентствам об'єднувати різноманітні туристичні послуги та продавати їх клієнтам.

4. Expedia: Популярний онлайн-портал, який поєднує в собі багатофункціональну систему бронювання та онлайн-платформу для подорожування.

Рис. 1. Системи бронювання

При цьому традиційні канали дистрибуції не зникнуть, а обслуговуватимуть певні сегменти туристичного ринку (наприклад, індивідуальний туризм). При цьому подібні канали дистрибуції повинні відповідати вимогам часу і використовувати сучасні цифрові платформи.

Література

1. Туризм в епоху digital-маркетингу: як завоювати клієнтів і виділитися серед конкурентів <https://ain.ua/ru/2018/06/29/turizm-v-epoxu-digital-marketingu/>

2. Морохович В. С., Кашка М. Ю., Талапа С. Ю. Технологічні драйвери розвитку ринку туристичних послуг Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences. No 65,2021 <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1033/978>

УДК 339

Баришполь М. Ю., студентка
факультету міжнародної торгівлі та права,
Фокіна-Мезенцева К. В., д.е.н., доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ТА ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Упродовж останніх років економічні зміни, технологічний розвиток та глобалізація глобальних ринків мали значний вплив на бізнес. Перед ним стоїть завдання максимізувати прибуток, одночасно відповідаючи очікуванням споживачів, беручи до уваги екологічні та соціальні аспекти. Цифрова трансформація стала необхідною умовою для забезпечення успіху та стійкості бізнесу, дозволяючи йому мати сильну присутність в Інтернеті та краще охоплювати клієнтів за допомогою різних каналів.

На сьогодні традиційний ринок застарів, і майбутнє маркетингу тепер лежить у цифровій сфері, яка стала невід'ємною частиною життя споживачів, відображаючи їхній перехід до цифрової епохи. Починаючи з 1990-х років, цифровий маркетинг включає в себе просування продуктів або послуг за допомогою цифрових технологій. Це робиться через традиційні або сучасні канали, такі як інтернет, мобільні телефони або будь-які інші цифрові носії, включаючи такі платформи, як соціальні мережі, блоги, електронну пошту, а також сайти бізнес-мереж.

Згідно з визначенням Американської маркетингової асоціації, цифровий маркетинг - це "практика просування продуктів або послуг за допомогою цифрових каналів дистрибуції для досягнення споживачів у релевантний, персоналізований та економічно ефективний спосіб" [1].

Цифровий ринок пропонує зручні засоби комунікації, такі як веб-сайти, чати та електронні розсилки. Порівняно з традиційним маркетингом, він є

більш економічно ефективним, швидше охоплює ширшу аудиторію, дозволяючи охопити велику кількість клієнтів по всьому світу в рекордно короткі терміни [2]. Використання Інтернету також дозволяє клієнтам звертатися до інформації будь-коли і будь-де, а також робити замовлення, не виходячи з дому, враховуючи, що цифровий ринок пропонує цілодобові послуги з придбання різних товарів. Як наслідок, цифровий маркетинг має багато переваг для клієнтів (рис. 1).

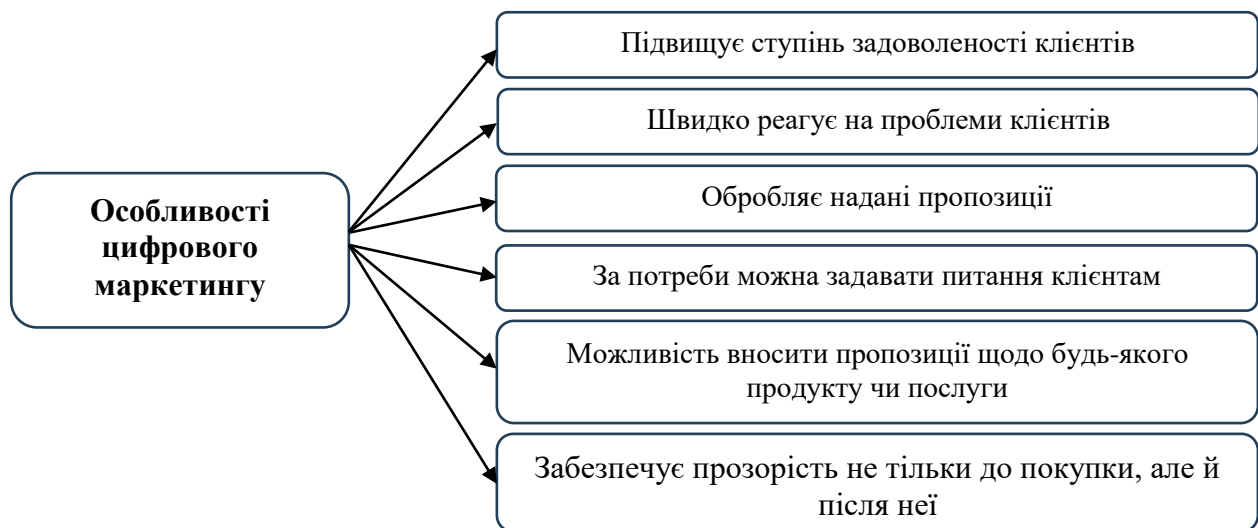


Рис. 1. Основні характеристики цифрового маркетингу

Джерело: [3]

Цифрові технології, такі як смартфони, смарт-продукти, Інтернет речей (ІоТ), штучний інтелект, зменшують інформаційну асиметрію між клієнтами та продавцями, створюючи цінність за рахунок клієнтського досвіду. Цифрові технології трансформують концепцію продукту трьома способами, щоб надати клієнтам нові споживчі цінності:

- Доповнення основного продукту цифровими послугами;
- Об'єднання продуктів за допомогою цифрових технологій, щоб розкрити приховану цінність, притаманну продуктам;
- Перетворення продуктів на цифрові послуги.

Якщо споживачі регулярно отримують вигоду від купівлі бренду, вони з більшою ймовірністю стануть лояльними клієнтами. Крім того, дослідження у

сфері практичної діяльності пропонують новий погляд на процес цифрової покупки, в якому інтерактивні соціальні мережі можуть розширити вибір покупців. Більше того, покупці можуть впливати на інших потенційних покупців через онлайн-відгуки, соціальні мережі тощо на етапах до та після покупки [4].

З іншого боку, у традиційному офлайн середовищі шлях споживача є досить довгим, особливо на етапах розгляду та оцінки, тоді як у цифровому середовищі ці етапи можуть бути досить стислими або навіть усунутими. Більше того, встановлено, що покупці можуть збирати інформацію з цільових запитів у пошукових системах і читати відгуки інших покупців на сайтах роздрібних торговців або сторонніх форумах, непідконтрольних продавцю, а початковий попит на покупку може бути створений просто побачивши пост у соціальній мережі [2].

Цифрова революція розширила можливості споживачів, а досягнення в галузі знань, комунікації, інформації та технологій похитнули основи традиційного маркетингу, давши початок цифровому маркетингу. Компанії повинні розуміти важливість цифрового маркетингу для зміцнення зв'язків зі своїми клієнтами, підвищення операційної гнучкості, підвищення швидкості та швидшого охоплення нових клієнтів. Застосовуючи стратегії, засновані на цих факторах, компанії можуть покращити досвід онлайн-покупок для своїх клієнтів, підвищити їхню довіру та заохотити до онлайн-покупок.

Література

1. What is Digital Marketing?. American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/>.
2. Identification des Facteurs Influençant le Comportement d'Adoption de E-Commerce par les Acheteurs : Cas du Contexte Marocain. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*. 2022. T. 5, № 4. С. 755–775.
3. S. Veleva, A. Tsvetanova. Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *IOP Conference Series: Science and Engineering*. 2020.
4. The consumer decision journey / D. Court та ін. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>.

УДК 339.138

Фірсова С. Г., к.е.н., доц.,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Пандемія та соціальне дистанціювання, яке вона викликала, змусила бізнес швидше переходити на цифрові технології. Під час карантину та обмежень мобільності по всьому світу клієнти ставали все більш залежними від онлайн-платформ у своїй щоденній діяльності та поступово звикли до нового цифрового способу життя: електронна комерція та додатки для доставки їжі, цифровий банкінг і безготівкові платежі, онлайн платформи для відеоконференцій, збільшення використання відео на YouTube і Netflix, дистанційні консультації з особистими тренерами чи лікарями тощо. Галузі, які раніше значною мірою поклалися на фізичні взаємодії, були змушені переглянути свої стратегії. Відтак, компанії більше не могли зволікати з цифровізацією, коли від цього залежала їхня стійкість. Криза виявила готовність, або неготовність окремих сегментів ринку та гравців галузі переходити на цифрові технології. Найбільше постраждають певні демографічні групи, які, як відомо, є цифровими іммігрантами та відстаючими сегментами, оскільки соціальне дистанціювання суттєво змінює їхні звичайні спілкування віч-на-віч. З іншого боку, вихідці з цифрових технологій можуть процвітати за таких самих умов [1]. Окрім того, спалах пандемії спричинив серйозніші проблеми для деяких галузей, хоча жоден бізнес не застрахований від його впливу. Сектори, які потребують більш прямих фізичних взаємодій і є трудомісткими, можуть постраждати більше. З іншого боку, галузі з високою цифровізацією бізнес-процесів і економічною організацією можуть виявитися в набагато кращому становищі.

Повномасштабне військове вторгнення РФ в Україну ще більше

актуалізувало питання цифрової готовності компаній та їх клієнтів.

Різний ступінь готовності визначає стратегію цифровізації. Таким чином, важливо створити діагностичний інструмент для оцінки готовності. Оцінка повинна враховувати як попит, так і пропозицію. Перший крок – це оцінити, ринок (клієнти), як сторона попиту, готовий і бажає переходити на більшу кількість цифрових точок взаємодії? Наступний крок – це оцінити здатність компаній, як сторону пропозиції, цифровізувати свої бізнес-процеси. Ці два міркування складають матрицю, яка відображає позицію компанії в квадрантах цифрової готовності (рис.1).

| Цифрова готовність компанії | Готовність клієнта до цифрових технологій | |
|-----------------------------|---|---------------|
| | Низька | Висока |
| Низька | 1. Походження | 3. Органічний |
| Висока | 2. Поступальний | 4. Омні |

Рис. 1. Матриця оцінювання готовності клієнтів і компаній до цифрових технологій *

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Квадрант 1 «Походження». Цей квадрант включає галузі, які найбільше постраждали від пандемії. Компанії в цих галузях були менш готові до цієї кризи головним чином через те, що їхні бізнес-процеси все ще включають значні фізичні взаємодії, які важче усунути або замінити. У той же час, малоімовірно, що вони переведуть клієнтів на цифрові точки взаємодії, здебільшого через відсутність терміновості покупки під час кризи. Прикладами в цьому квадранті є індустрії гостинності та охорони здоров'я, які значною мірою покладаються на взаємодію між людьми. В індустрії гостинності клієнти використовують цифрові інструменти, щоб планувати та бронювати подорожі, а також переглядати та рекомендувати напрямки. Але середня частина шляху клієнта здебільшого не є цифровою. Індустрія охорони здоров'я має приблизно такий же рівень цифрової готовності. Штучний інтелект здатний трансформувати охорону здоров'я, і ранні ознаки виявилися багатообіцяючими. Незважаючи на потенціал, надання медичної допомоги все ще є дуже традиційним, що передбачає особисту взаємодію.

Квадрант 2 «Поступальний» складається з галузей і компаній, які мають труднощі з міграцією клієнтів, незважаючи на те, що вони інвестували в значну цифровізацію своїх бізнес-процесів. Галузеві сектори в цьому квадранті мають цифрові екосистеми та вже деякий час заохочують клієнтів переходити на цифрові технології. Але більшість клієнтів все ще застрягли в інерції, а впровадження цифрових технологій було обмеженим. Одним із прикладів є роздрібна торгівля.

Квадрант 3 «Органічний» стосується галузей, які надають продукти та послуги з високим ступенем фізичних точок дотику. Здебільшого ці галузі також є трудомісткими, тому їм важко керувати своїми працівниками віддалено. З іншого боку, більшість клієнтів готові перейти на цифрові технології. Автомобільна промисловість є одним із секторів у цьому квадранті. Більшість покупців автомобілів уже займаються веб-румінгом. На відміну від секторів гостинності та охорони здоров'я, фізичні контакти під час купівлі автомобіля є непотрібними та менш цінними, якщо потенційні покупці проведуть попереднє серйозне дослідження.

Квадрант 4 «Омні» належить до галузей, які зазнали більш м'якого удару під час пандемії – галузевими прикладами є високотехнологічні компанії та сфера фінансових послуг.

Чотири квадранти матриці дають загальне уявлення про те, наскільки певна галузь готова до цифрового переходу. Але кожна компанія, навіть в тому самому секторі, може мати різну готовність і, отже, опинитися в іншому квадранті, ніж її аналоги. Таким чином, кожна компанія може провести самооцінку на основі своєї здатності переходити на цифрові технології та бажання своїх клієнтів переходити на цифрові канали. Підприємства, які відповідають більшості критеріїв оцінки, готові до цифровізації.

Література

1. Kotler P. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital Hardcover / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – JohnWiley&Sons. Inc., 2016. – 210 p.
2. Kotler P. Marketing 5.0: Technology for humanity / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – JohnWiley&Sons. Inc., 2021. – 238 p.

УДК 379.8:339.1

Федорчук О.М., к.е.н., доцент,
Сторчак К.Л., магістр,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Станом на сьогоднішній день Україна перебуває у стані війни. Національні підприємства потерпають від труднощів та нестабільності. Компаніям потрібно виходити на нові ринки та залучати нових клієнтів. Також їх діяльність зумовлена посиленням конкуренції, швидкими змінами у споживчих звичках та у способах споживання інформації, збільшується загроза кібератак. Ці проблеми вимагають постійного оновлення маркетингових стратегій та використання сучасних цифрових інструментів.

Розвиток цифрових технологій в останні часом суттєво змінив спосіб ведення маркетингової діяльності. Цифрові інструменти стали не просто доповненням, а невід'ємною частиною маркетингових стратегій, дозволяючи ефективно взаємодіяти з аудиторією, розширювати ринки збуту та забезпечувати сталий розвиток компаній у всіх галузях на основі певних рекомендацій [3, с. 95].

Завдяки діджиталізації бізнес не лише просуває власні продукти на ринку, але і поширює інформацію про збори коштів для Збройних Сил України та робить все можливе задля здобуття перемоги та миру на рідній землі.

Цифрові технології спричинили значні зміни в маркетингу, які вплинули на підходи, стратегії та інструменти, що використовуються компаніями для взаємодії зі споживачами. Традиційний маркетинг, заснований переважно на засобах масової інформації, таких як телебачення, радіо та друковані видання, був орієнтований на широку аудиторію та масову рекламу. Однак з появою Інтернету та цифрових технологій умови взаємодії зі споживачами змінилися.

У контексті війни, цифровий маркетинг стає ключовим інструментом для бізнесу, оскільки він дозволяє підтримувати зв'язок з аудиторією та адаптуватися до змін у реальному часі. Однією з основних характеристик цифрового маркетингу є індивідуалізація, коли компанії можуть створювати персональні підходи до кожного клієнта, використовуючи дані про його потреби та поведінку. Крім того, цифровий маркетинг дозволяє взаємодіяти з аудиторією у режимі реального часу, що є важливим у воєнний період, де ситуація швидко змінюється. Важливою є також націленість на цільову аудиторію, коли маркетингові стратегії розробляються з урахуванням інтересів конкретних груп споживачів. Дані, зібрані через цифрові технології, можуть бути використані для аналізу ситуації та удосконалення маркетингових стратегій у військовому контексті. [1, с. 155].

У воєнний час, коли фізичний доступ до клієнтів може бути обмеженим через ризики для безпеки, цифровий маркетинг стає ключовим інструментом для бізнесу. Використання онлайн-платформ, соціальних мереж та мобільних додатків дозволяє компаніям зберігати зв'язок з клієнтами незалежно від їх місцезнаходження та умов. Це дозволяє бізнесу забезпечити доступність своїх товарів та послуг у складний період.

Цифровий маркетинг полегшує підприємствам вихід на нові ринки та розширення географічних кордонів. Завдяки Інтернету та соціальним мережам компанії можуть рекламувати свої товари та послуги на міжнародному рівні, привертаючи увагу клієнтів з різних країн. Це відкриває нові можливості для розвитку бізнесу, збільшення його обсягів та конкурентоспроможності на світовому ринку. А також ці маркетингові заходи захищають бізнес від ризиків, через економічну та політичну нестабільність в Україні.

Розвиток цифрового маркетингу стає стратегічним інструментом для підвищення конкурентоспроможності та стабільності компаній. Використання цифрових технологій дозволяє бізнесу бути гнучким і адаптивним до змін на

ринку, що допомагає утримати та розвивати свої позиції в умовах військових дій. Інструменти цифрового маркетингу дозволяють компаніям оперативного реагувати на зміни споживчого попиту, поведінки споживачів та дій конкурентів. Аналітичні засоби допомагають виявляти нові тенденції і можливості для розвитку, а також аналізувати ефективність рекламних кампаній. Це дозволяє компаніям швидко адаптувати свої маркетингові стратегії та стратегії продажів [2, с. 51].

З точки зору перспектив розвитку, важливо постійно адаптуватися до швидкозмінного цифрового середовища і використовувати новітні технології та маркетингові стратегії. Вони можуть використовуватися для забезпечення безпеки, координації дій та комунікації військовими та цивільними. та в умовах конфлікту. Крім того, цифрові технології можуть стати платформою для мобілізації громадськості та організації волонтерських зусиль.

Нарешті, цифрові технології можуть сприяти розвитку економіки та підтримці підприємств під час війни. Електронна комерція, онлайн-банкінг, цифрові платіжні системи - усе це може допомогти підтримати економічну активність та забезпечити стабільність фінансової системи

Література

1. Бакланова Є. М. Еволюція інструментів і методів маркетингової комунікації в мережі Інтернет / Є. М. Бакланова // Питання сучасної науки і практики. 2013. № 2 (46). С. 155-159.
2. Богашко О. Л. Перспективи застосування інтернет-маркетингу на підприємствах / О. Л. Богашко, Л. А. Чвортко // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 48–51.
3. Федорчук О.М., Мохненко А.С., Мельникова К.В. Організація маркетингової діяльності на підприємстві / О.М. Федорчук, А.С. Мохненко, К.В. Мельникова // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: зб. мат. XIV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 28–30 листопада 2019 р. Хмельницький: ХНУ. 2019. С. 94-96.

UDK 339

Ponomarenko I. V., PhD in Economics,
Associate Professor, State University of Trade and Economics,
Kyiv, Ukraine

DATA SCIENCE APPLIED TO DIGITAL MARKETING

Representing trends in the digital environment and using complex marketing strategies to interact with the target audience through the use of the Internet is an integral part of modern business. Interaction with potential customers is carried out through the use of a large number of tools, which allows companies to achieve the maximum level of coverage. The digital environment allows companies to collect large data about different processes using various sources of information. An important tool for accumulating information is web analytics, which, thanks to various services, allows companies to constantly monitor the key metrics of the functioning of companies' web resources. To evaluate user behavior, it is advisable to use audience-generated content, which can be presented in text messages, photos, audio, and video. The obtained disparate information can be used as a valuable resource for optimizing the marketing strategies of companies in the digital environment and achieving long-term effects. Information processing is carried out both through the use of traditional statistical methods and Data science algorithms. Among the large number of methods, it is advisable to first pay attention to machine learning algorithms, which are characterized by power and allow to identification of hidden relationships in the studied phenomena. By the presented approaches, artificial intelligence functions, which has become widely distributed in digital marketing in modern conditions [1].

The presence of a significant number of algorithms in the field of Data science allows companies to test the effectiveness of various algorithm applications and find optimal solutions in specific conditions. The flexibility of mathematical algorithms and the constant growth of cloud computing power allow companies to constantly

improve data processing systems and find ways to optimize marketing strategies in the digital environment. Among the areas of use of Data science in digital marketing, it is necessary to pay attention to the following:

1. Analytics and forecasting. A comprehensive analysis of information from the company's web resources allows identifying trends in the development of various phenomena: the dynamics of the number of visitors, the conversion rate, the popularity of advertising messages, etc. Based on dynamic series, it is possible to make forecasts for future periods. The obtained results make it possible to adapt marketing strategies on the Internet to the identified trends, optimize income, and develop an effective communication policy with the target audience.

2. Personalized marketing. A comprehensive analysis of various information allows companies to identify a system of characteristics based on which consumer groups are formed. For each of the groups, the company can implement a specific marketing strategy. The development of artificial intelligence algorithms allows companies to gradually move to personalized interaction, providing a specific client with unique offers. The implementation of the approach of adapting the brand to the needs of each consumer allows to achieve a high level of loyalty of the target audience in the long term [2].

The development of artificial intelligence leads to more effective directions for the implementation of digital marketing strategies. First of all, companies should pay attention to the possibility of generating text, photo, and video content, which is created by the needs of the target audience.

References

1. Saura, J. R. (2021). Using data sciences in digital marketing: Framework, methods, and performance metrics. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 92-102.
2. Rosário, A., Moniz, L. B., & Cruz, R. (2021). Data Science Applied to Marketing: A Literature Review. *J. Inf. Sci. Eng.*, 37(5), 1067-1081.

УДК 339

Дергаль А. О., бакалавр,
Пономаренко І. В., к.е.н., доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В INSTAGRAM

Значна чисельність сучасних користувачів щоденно використовує Інтернет для задоволення різноманітних потреб. Найбільший попит спостерігається на різноманітні соціальні мережі, серед яких лідируючі позиції займають Facebook, YouTube, Instagram, TikTok та Snapchat. Кожна з соціальних медіа характеризується специфічною моделлю взаємодії з користувачами та розміщуваним контентом. В процесі реалізації комплексних маркетингових стратегій компанії обирають соціальні мережі, у яких наявна їх цільова аудиторія. Взаємодія з підготовленими користувачами дозволяє компаніям максимізувати рівень конверсії та забезпечити високий рівень лояльності клієнтів упродовж тривалого періоду часу [1].

Значною популярністю серед аудиторії користується Instagram, що передбачає розміщення фото та коротких відео на сторінках користувачів. Велика кількість компаній оцінила можливості представленої соціальної медіа для просування власних товарів та послуг у цифровому середовищі. Основними користувачами Instagram є представники поколінь Y, Z та Альфа. Для кожної з представлених генерацій притаманні особливості щодо використання Instagram, що проявляється у тематиці використовуваного контенту, інтенсивності відвідування даної соціальної мережі та моделі комунікацій з іншими користувачами.

Завдяки особливостям взаємодії з цільовою аудиторією Instagram набув значної популярності серед маленьких компаній, які не мають істотних фінансових можливостей для просування власної продукції у цифровому

середовищі. Локальні бренди створюють тематичний контент та взаємодіють з цільовою аудиторією у відповідності зі сформованим контент-планом. Розміщення цікавих публікацій, Instagram Stories, Instagram Live, Reels і IGTV дозволяє підтримувати інтерес користувачів до відповідної продукції та стимулює продажі. Демонстрація продуктів брендів завдяки використанню відповідного типу контенту дає можливість охопити максимальну кількість потенційних клієнтів та задовольнити їх потреби у цікавих матеріалах.

У відповідності з принципами маркетингової комунікаційної політики бренди у представленій соціальній медіа повинні бути орієнтовані на побудову довірливих взаємовідносин та здійснення цікавого спілкування. Розміщення нав'язливих рекламних повідомлень у багатьох випадках негативно сприймається потенційними клієнтами, тому компанії повинні створювати цікаві та інформативні історії щодо власних брендів та продукції. Додавання корисних порад, які дотичні до продуктів компанії також позитивно впливає на формування зацікавленості цільової аудиторії. Поряд з цим, бренди мають можливість спілкуватись з підписниками у месенджері та відповідати на розміщені коментарі. Зазначена форма комунікацій дає можливість забезпечити інформаційну підтримку цільової аудиторії та відверто спілкуватись з користувачами у рамках цікавої тематики, стимулюючи довгостроковий інтерес до продуктів компанії [2].

Література

1. Олешко, Т. І., Касьянова, Н. В., Смерічевський, С. Ф., Іванченко, Н. О., Пономаренко, І. В., Квашук, Д. М., ... & Крисак, Я. В. (2022). Цифрова економіка. – 200 с.
2. Instagram for Small Business: How to Grow in 2024 and Beyond. URL: <https://buffer.com/library/instagram-small-business/>

УДК 339

Чайка Є. В., бакалавр,
Пономаренко І. В., к.е.н., доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В сучасному світі спостерігається постійний розвиток технологій, що призводить до трансформації бізнес-процесів та істотно впливає на рівень життя населення. Якісні трансформації у сфері маркетингу передбачають залучення не тільки спеціалізованого програмного забезпечення, але й впровадження передових підходів в системі управління, які спрямовані на підвищення продуктивності персоналу та досягнення економічно обґрунтованого рівня конверсії.

Зростання популярності маркетингу у цифровому середовищі пов'язано з активним використанням сучасними користувачами Інтернету у повсякденному житті. Використання цифрових каналів дає можливість збільшувати продажі та підвищувати ефективність комунікації з цільовою аудиторією. Діджитал маркетинг активно розвивається завдяки інтенсивному впровадженню інноваційних технологій та дозволяє компаніям підтримувати достатній рівень конкурентоспроможності на національному та глобальному рівнях. В процесі просування компаній та налагодження ефективних довгострокових комунікацій використовується багато різноманітних інструментів, серед яких найбільшою популярністю користуються наступні:

1. Пошукова реклама: SEO (Search Engine Optimization).
2. Контекстна реклама: PPC (Pay-Per-Click).
3. Соціальні мережі: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok та ін.
4. Відеореклама: YouTube, Vimeo.
5. Контент-маркетинг: ведення блогу, email-маркетинг, інфографіка.
6. Медійна реклама: банери, дисплейна реклама.

7. Партнерський маркетинг: співпраця з іншими вебсайтами та інфлюенсерами [1].

Оптимізація реалізації маркетингової стратегії у цифровому середовищі передбачає використання спеціалізованого програмного забезпечення за наступними напрямками:

- Аналіз конкурентів допоможе здійснити комплексне оцінювання діяльності конкурентів у цифровому середовищі та ідентифікувати перспективні активності, які можливо застосувати для покращення позицій на ринку (Serpstat, SimilarWeb, SpyFu).

- Моніторинг згадувань бренду цільовою аудиторією в Інтернеті допоможе оцінити рівень лояльності (Brand24, Mention, Mentiolytics).

- Аналіз пошукової видачі дозволить встановити компанії, які найефективніше використовують SEO для досягнення високих позицій у пошуковиках та розробити контр заходи (Google Search Console, Google Analytics, Internet Marketing Ninjas).

- Пошук ключових слів дає можливість оцінити вподобання користувачів та розміщувати контент з високим рівнем залучення цільової аудиторії (Serpstat, Ahrefs, Google Keyword Planner) [2].

Література

1. Олешко, Т. І., Касьянова, Н. В., Смерічевський, С. Ф., Іванченко, Н. О., Пономаренко, І. В., Квашук, Д. М., ... & Крисак, Я. В. (2022). Цифрова економіка. – 200 с.

2. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. К.: ДТЕУ, 2023. 260 с.

УДК 339

Шіковець К. О., к.е.н., доцент,
Мельник М. О., магістр,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

В сучасних умовах спостерігається інтенсивний розвиток технологій, що призводить до комплексних перетворень в усіх видах економічної діяльності. Важливими чинниками розвитку та запровадження інновацій виступають процес глобалізації та діджиталізація бізнес-моделей багатьох компаній у різних країнах. Завдяки формуванню глобального цифрового середовища компанії отримують можливість використовувати інноваційні продукти та оптимізувати власну діяльність на різних рівнях. Функціонування компаній на ринках пов'язане з необхідністю конкуренції з іншими учасниками та доцільністю реалізації комплексних заходів для досягнення лідируючих позицій. Важливою складовою діяльності сучасних компаній виступають маркетингові стратегії, які враховують особливості впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Інтернет відіграє важливу роль в процесі взаємодії між компаніями та цільовою аудиторією. Відповідно, формування довгострокових та ефективних комунікацій між брендами та користувачами передбачає використання сучасних інструментів цифрового маркетингу [1]. Серед передових технологій, які використовуються в цифровому маркетингу, необхідно звернути увагу на наступні:

1. Чат-боти з інтегрованим штучним інтелектом. Штучний інтелект набув значного розповсюдження у різних видах діяльності завдяки ефективності та можливості автоматизації різноманітних процесів. Взаємодія зі значною чисельністю клієнтів вимагає від компаній використання істотних матеріальних та людських ресурсів. Завдяки інтеграції у веб-ресурси чат-ботів на основі

штучного інтелекту, компанії отримали можливість забезпечити взаємодію з клієнтами у режимі 24/7. Використання різноманітних алгоритмів машинного навчання дозволяє реалізувати ефективні комунікаційні моделі взаємодії між компаніями та клієнтами. Процес самонавчання штучним інтелектом призводить до підвищення якості та компетентності відповідей на питання користувачів. Комунікація між чат-ботами та цільовою аудиторією може здійснюватися як у текстовому, так і в голосовому режимах.

2. Гіперперсоналізація. Використання комплексної маркетингової стратегії у цифровому середовищі вимагає від компаній ідентифікацію найефективніших інструментів, які задовольнятимуть потребам користувачів. Сучасні математичні алгоритми у сфері аналітики даних дають можливість ідентифікувати складні причинно-наслідкові взаємозв'язки та розробляти персоналізовані моделі взаємодії з конкретним користувачем. Адаптація під соціально-психологічні характеристики окремого клієнта дозволяє бренду сформувати ефективні комунікації та досягти високого рівня лояльності у довгостроковій перспективі. Подальший розвиток алгоритмів у поєднанні з потужністю хмарних сервісів дозволить підвищити рівень точності ідентифікації особливостей конкретного споживача та посилити гіперперсоналізацію [2].

Література

1. Олешко, Т. І., Касьянова, Н. В., Смерічевський, С. Ф., Іванченко, Н. О., Пономаренко, І. В., Квашук, Д. М., ... & Крисак, Я. В. (2022). Цифрова економіка. – 200 с.

2. Top Digital Marketing Trends 2024. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/top-digital-marketing-trends-2024-webguru-infosystems-pvt-ltd--odsrf/>

UDC 339.5

Dashkovska M.,
2nd year of bachelor's degree,
specialty "Management of foreign economic activity", FMTP, 2-5a,
State University of Trade and Economics, Kyiv
Oliinyk A.,
PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of International Management,
State University of Trade and Economics, Kyiv

MARKETING STRATEGIES OF PRICING ON WORLD MARKETS

Pricing is an important component of any marketing strategy, and its importance only increases when operating in global markets. The pricing strategy a company chooses can have a significant impact on its market positioning, profitability and long-term sustainability.

In this article, we will examine the different pricing strategies used by companies in the global market and examine their benefits, challenges, and implications.

When entering international markets, companies face different economic, cultural and regulatory environments and need to adopt differentiated pricing approaches. Multiple pricing strategies are often used, each with its own advantages and challenges.

Market-based pricing involves setting prices based on current market conditions, including competitor prices, supply and demand dynamics, and consumer preferences. This strategy enables companies to quickly adapt to fluctuations in global markets, ensuring competitiveness and responsiveness.

However, when multiple competitors adopt similar pricing strategies, challenges such as price wars and commercialization may arise, which may lead to margin erosion and reduced profitability.

Cost-plus pricing calculates production costs and adds a predetermined markup to determine the sales price. This approach brings clarity to pricing decisions and

ensures appropriate cost recovery, thereby ensuring profitability.

However, cost-plus pricing may ignore market demand and consumers' willingness to pay, which may result in missed sales opportunities or pricing that does not meet market expectations.

Penetration pricing refers to setting low prices initially to gain market share quickly. This strategy is particularly effective for companies seeking to enter new international markets or expand their operations.

While penetration pricing can stimulate demand and facilitate rapid growth, maintaining profitability over the long term can be challenging, especially if price increases are required as market share is consolidated.

Premium pricing refers to setting a higher price to position a product or service as high quality or valuable. This strategy is often used for luxury or niche products where consumers are willing to pay a premium for exclusivity or superior features.

However, premium prices may limit market penetration as price-sensitive consumers may choose cheaper alternatives, especially in emerging markets or during recessions.

Dynamic pricing adjusts prices in real time based on various factors such as demand fluctuations, purchase timing, or consumer demographics. This strategy uses data analysis and technology to optimize prices for maximum profits.

Although dynamic pricing has potential benefits in maximizing sales and adapting to market dynamics, it requires complex pricing algorithms and careful monitoring to avoid consumer backlash or accusations of price discrimination [1].

TNCs need to set appropriate prices for each market to ensure product sales and profitability. Geographical variations, transfer pricing, emerging markets, and pricing for low-income consumers are all factors to consider. However, deceptive pricing, predatory pricing, and price discrimination should be considered as illegal and unethical practices that should be avoided [4]. Another factor, that should be considered is impact of the COVID-19 pandemic and geopolitical events, as ongoing

Russo-Ukrainian war. This could be important in changes in demand for commodities, like ores and metals [5].

Table.

The main types of pricing strategy depending on the characteristics of the product [2, 3]

| Characteristics of goods | Type of pricing strategies | Pricing strategies |
|--------------------------|---|---|
| Newly created goods | Setting the highest price | Setting initially high prices that significantly exceed costs, and then gradually reducing them |
| | Setting satisfactory prices | The formation of high prices, focused on market segments that pay special attention to the quality of the product, the brand, and also respond sensitively to the prestige factor |
| | Orientation to the price of the market leader | Correlation of the level of prices for a specific product with changes and the nature of prices of the market leader |
| | Market entry | Setting prices at a lower than usual level |
| | Cost-recovery pricing | Pricing based on actual costs and average profit |
| Modernized goods | Variable falling price | Setting the price depending on supply and demand, its gradual decrease as the market becomes saturated |
| | Prices of a separate segment | Formation of different prices for homogeneous types of goods intended for various groups of consumers |
| | Keeping the price level | Unchanged prices with an increase in consumer value or product quality |
| | Linked pricing | The formation of relatively low prices for basic goods at the same time high prices for related goods |
| Traditional goods | Flexible prices | Setting the price level depending on the market conditions formed at a certain point in time |
| | Preferential prices | The formation of high prices, focused on market segments that pay special attention to the quality of the product, the brand, and also respond sensitively to the prestige factor |
| | Reduction of prices for complementary goods | It is used when selling complementary goods: normal prices are set for some goods, and reduced prices for others that come in a set with them |
| | Contract prices | Provision of various discounts by the manufacturer to the buyer |

Pricing strategies in global markets vary and depend on a variety of factors, including market conditions, competitive landscape, and consumer behavior.

Companies must adopt a flexible and adaptable pricing approach that integrates insights from market research, data analysis and consumer feedback. By aligning pricing strategies with broader marketing objectives and global market dynamics, companies can improve competitiveness, drive sustainable growth and create value for consumers and shareholders.

References

1. Bezkorovaina S.V. Study of approaches to the formation of the price strategy of the enterprise // Actual problems of the economy. – 2003. - №2. - P.49-52.
2. Doole I., Lowe R., Kenyon A. International marketing strategy: analysis, development and implementation. Cengage Learning, 2019.
3. Kuchugin N. Pricing strategies in marketing // Department of Marketing. – 2007. - №10. - P.50-52.
4. Mandal P. Ch. Pricing and Ethical Issues for Global Markets: Strategies and Initiatives. International Journal of Business Strategy and Automation (IJBSA), 2021, 2.2: 1-15.
5. Oliinyk A., Dmytrenko Y. Prospects of Ukraine on the world steel market. Efektyvna ekonomika. 2023. №9. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.44>

UDC 339.138:659+364

Slobodianik A.A.,
1st year master's student,
speciality «Business Management and Administration in Hospitality»
State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

INCLUSIVE SOCIETY AS AN INTEGRAL PART OF WORLD- FAMOUS BRANDS

In today's world, the business environment is constantly changing, and brands have already abandoned the idea of simple profitability in favour of a deeper and

more meaningful approach to social responsibility. The urgency of the problem is confirmed by the following statistics. More than 1 billion people, approximately 15% of the world's population, live with some form of disability. Between 110 and 190 million adults face severe difficulties in their daily lives. Disability rates are rising due to factors such as an aging population and an increase in chronic diseases. As of January 1, 2021, there were 2.7 million disabled people in Ukraine. Among them, there are 222,300 people with disabilities in the first category, 900,800 people with disabilities in the second category, and 1.4 million people with disabilities in the third category. According to the Office for National Statistics, 163,900 children are disabled [1].

Inclusive social responsibility has become a key element of strategy for many companies, as it not only contributes to a positive reputation, but also increases customer loyalty. It involves encouraging the participation and active involvement of people with disabilities in all areas of business, can therefore take different forms and strategies. Inclusion is in everyone's hands. Well-known brands around the world have a huge impact on society. They have a powerful influence and are able to convincingly communicate the importance of inclusion to their users. Equally important, they have the ability to mobilise their audiences and inspire them to participate in socially responsible initiatives.

In order to assess the contribution of marketing to an inclusive society, we studied world-famous brands and their interaction.

1. Tommy Hilfiger, USA

In 2018, Tommy Hilfiger presented an extraordinary spring/summer collection that was striking in its innovative and customisable details. Not only design and fashion solutions made the collection unique, but also the involvement of famous people with disabilities (Fig. 1).

The advertising campaign for this collection was striking in its diversity and inclusiveness. It featured Paralympic champion Jemery Campbell, celebrity chef

Jemery Joss, popular lifestyle blogger Mama Kax and talented dancer Chelsea Hill.



Fig. 1. Tommy Hilfger launches clothes for people with disabilities [2]

The campaign was notable for its emphasis on diversity and thoughtfulness in every detail, demonstrating that fashion can be accessible and expressive for everyone.

2. Vogue, Britain.

"Disability should be personal for all of us. Around 16 million people in the UK have a disability and millions of disabled people, visible or invisible, live alongside us. It is time that we recognised who we are as a society and that fashion builds a better, more accessible and inclusive industry," wrote editor-in-chief Edward Enninful in his column. Examples of magazines with disabled models can be seen in the Fig. 2.



Fig. 2. «British Vogue puts a person with a disability on the cover of the magazine for the first time in its history» [3]

3. «Lady Di atelier», Lviv, Ukraine

The main idea behind the brand was to make it socially responsible and help people with disabilities get jobs. Lady Di atelier employs disabled people who have the opportunity to make scarves with their own designs. This has become the brand's main product, which has great personal value. The authors of the designs on the scarves are people with disabilities. They receive 10% of the sales of each scarf with their designs. The main idea of the brand is that everyone has the right to work and the opportunity to earn money.



Fig. 3. Leading artist Andriana Chukhniy with Down syndrome is part of a Ukrainian scarf brand [4]

Lady Di atelier strives to be a barrier-free and socially responsible brand, where product quality is combined with an important social mission. Currently, the brand collaborates with 15 authors and has more than 50 different designs of headscarves. In addition, Lady Di atelier is actively involved in fundraising for various foundations and organisations, as well as organising various charity events and projects aimed at supporting people with disabilities and helping children with visual impairments.

"We are a socially responsible business. We constantly help with fundraisers and organise them ourselves. We are currently raising funds for a room for visually impaired children. This is an acoustic laboratory to help children better navigate

through sounds. There will be sounds of nature and machines. There is nothing like it in Ukraine. This is our own project. The cost of the room is 300 thousand hryvnias. This is the main project that we organised ourselves. We also raised money for Valeria Guzak and Serhiy Prytula's foundation, and organise various collaborations. We want to collaborate with authors from all over the world, we want to involve people with inclusion, we want people to feel needed, so that they can fulfill themselves, and we, in turn, are ready to support talented people",- the team says.

So, in order to overcome the challenges of brand interaction with an inclusive society, it is important to work on developing of inclusive thinking among marketers and the brand management world in general, engage inclusion experts and develop advertising strategies that take into account the needs of different population groups. It is also important to maintain a dialogue with the inclusive community and listen to their voices to ensure effective engagement for all people both in Ukraine and globally. Model for developing marketing strategy for an inclusive society can be represented as follows (Fig. 4).

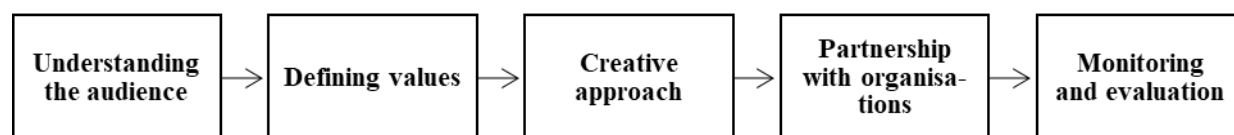


Fig. 4. Model for developing marketing strategy for an inclusive society

In general, the inclusive world of brand management opens up new opportunities for business and society as a whole. It stimulates the expansion of the audience, promotes a positive brand image and contributes to a more inclusive and equal society. Creativity, universal design and careful consideration of the needs of different consumer groups are key factors in of success in inclusive outdoor advertising. May this trend become more and more popular and widespread, contributing to a more inclusive and equitable global community.

References

1. Rights of persons with disabilities during the war in Ukraine. Kharkiv Institute of Social Research (KhISR), League of the Strong (LS), National Assembly of People with Disabilities (NAPD), European Disability Forum (EDF). URL: <https://www.edf-feph.org/content/uploads/2023/02/PDF-Summary-of-monitoring-report-Rights-of-persons-with-disabilities-during-the-war-in-Ukraine.pdf>.
2. Tommy Hilfiger unveils innovative clothing line for people with disabilities. URL: <https://mashable.com/article/tommy-hilfiger-tommy-adaptive-disability-friendly-clothing>.
3. Nothing Is More Fashionable Than Inclusivity. URL: <https://www.vogue.co.uk/article/vogue-disability-portfolio-2023>.
4. Lady Di - мода зі змістом. URL: <https://ladydiatelier.com/>.

УДК 7:659.1

Тищенко А.,
магістрант кафедри мистецьких дисциплін,
Ладонько Л.,
професор кафедри мистецьких дисциплін
Національного університету
«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка,
м. Чернігів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ МИСТЕЦЬКИХ БРЕНДІВ

Мистецький бренд - це концепція, що поєднує в собі мистецтво та бізнес. Це визначальний фактор впливу на імідж, який створюється навколо творчої особистості або групи митців, що розкриває їхню унікальність, стиль та цінності. Мистецькі бренди можуть бути пов'язані з різними видами мистецтва, такими як живопис, скульптура, музика, література, мода тощо.

Основна ідея мистецького бренду полягає в тому, щоб створити унікальний культурний продукт, який буде привертати увагу аудиторії та робити мистецтво доступним і бажаним для споживачів. Це включає в себе розвиток особливого стилю, використання специфічних матеріалів або технік, а також активне позиціонування на ринку та рекламні кампанії.

Мистецькі бренди відзначаються не лише високою якістю культурних продуктів, але і своєрідністю підходу до їх створення та презентації. Вони дозволяють митцям не лише виражати свою індивідуальність через творчість, але й успішно реалізувати її на ринку та залучати широке коло прихильників і споживачів.

Еволюція мистецького бренду відбувається відповідно до змін у суспільстві, культурних тенденцій, технологічного прогресу та інших факторів. Ключових етапи, які можуть спостерігатися в еволюції мистецького бренду наступні [1] :

Становлення ідентичності. На перших етапах мистецький бренд створює свою ідентичність, визначаючи свій унікальний стиль, цінності та місію.

Розширення аудиторії. Під час еволюції бренд може розширювати свою аудиторію, привертаючи нових шанувальників і клієнтів за допомогою різноманітних маркетингових стратегій.

Експериментування та інновації. Мистецькі бренди часто випробовують нові ідеї, техніки та матеріали, щоб залишатися актуальними та цікавими для своєї аудиторії.

Глобалізація. З розвитком технологій та зв'язків мистецькі бренди можуть починати працювати на міжнародному ринку, розширюючи свій вплив на нові культурні середовища.

Стабілізація і розвиток. У зрілому стані мистецькі бренди можуть зосередитися на зміцненні своєї позиції на ринку, розвитку довіри до бренду та поглибленні зв'язків зі своєю аудиторією.

Диверсифікація продуктів і послуг. Мистецькі бренди можуть розширювати свій асортимент продукції або надавати додаткові послуги, щоб задовольнити різноманітні потреби аудиторії.

Важливою частиною еволюції мистецького бренду є здатність адаптуватися до змін в навколишньому середовищі та залишатися відкритим до нових можливостей та ідей. Успішний бренд може сприяти виникненню емоційного зв'язку з аудиторією, що зміцнює лояльність та впливає на рішення про покупку.

Особливістю мистецьких брендів є те, що популярність автора (митця) безпосередньо впливає на вартість його робіт. Такі бренди можуть бути представлені як окремими митцями, так і різноманітними культурними установами чи подіями, наведемо декілька прикладів:

Індивідуальні художники можуть розвивати власний бренд як спосіб ідентифікації своїх творів та вирізнення їх серед конкурентів. Наприклад, Оксана Гапчинська – це визнаний український талант, який створює унікальні та емоційно насичені твори мистецтва. Вона може бути розглянута як художній бренд, оскільки її ім'я відоме в Україні та за її межами, а її стиль і творчість мають власну неповторну ідентичність.

Мистецькі галереї можуть розвивати власний бренд, який відображає їх філософію, характер, ціннісні орієнтири та напрями роботи. Серед таких національних мистецьких брендів хочеться виділити Пінчук Арт Центр. Це не лише галерея, що проводить активну виставкову діяльність, а і видатний культурний центр, відомий своєю активною підтримкою та просуванням українського мистецтва в міжнародному просторі. Заснований в 2006 році відомим українським бізнесменом та меценатом Віктором Пінчуком, центр став важливим культурно-мистецьким простором не лише для Києва, а й для всієї України. Завдяки своєму впливовому статусу та великій активності в мистецькому житті, сьогодні Пінчук Арт Центр є провідним мистецьким

брендом не лише в Україні, а й у світі [2].

Мистецькі фестивалі та події сьогодні активно розвивають власні бренди, що відображають їх дух, атмосферу та бачення розвитку. Серед тих, що мають довгу історію в Україні – Фестиваль «Червона рута». Його можна розглядати як унікальний мистецький бренд, який представляє українську культуру, мистецтво та традиції на міжнародному рівні. Він став не тільки знаменом українського відродження, особливим культурним феноменом, а й став символом патріотизму, культурного обміну та співпраці, популяризації української пісні, музики, танцю та інших видів мистецтва, започаткував в Україні національний шоу-бізнес [3].

Чи потрібен бренд мистецтву – це питання, що викликає дискусії та обговорення. Деякі люди вважають, що мистецтво повинне бути вільним від комерційного впливу та маркетингу, щоб зберегти свою автентичність та незалежність. Інші вважають, що брендування може допомогти мистецтву привертати увагу, залучати аудиторію та забезпечувати фінансову підтримку.

В будь-якому випадку, важливо, щоб мистецький бренд відображав мистецьку цінність та ідентичність, сприяв збереженню автентичності та культурної спадщини, а також забезпечував баланс між комерційними інтересами та збереженням розуміння культурного продукту як вираження певних загальнозначущих і ціннісних смислів [1, 4].

Література

1. Безугла Р. Бренд митця та арт-ринок: Сучасна система цінностей у мистецтві. Науковий журнал Художня культура. Актуальні проблеми, (17(2)), 49–53. [https://doi.org/10.31500/1992-5514.17\(2\).2021](https://doi.org/10.31500/1992-5514.17(2).2021).
2. Pinchuk Art Centre: веб-сайт. URL: <https://new.pinchukartcentre.org/about>
3. Червона рута: веб-сайт. URL: <https://rutafest.art/>
4. Самодай В.П., Машина Ю.П., Руденко Н.В. Сутність глобального брендингу та його значення для конкурентоспроможності компанії. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 5 (32) 2021. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/4.pdf

УДК 659.18

Кочнова І.В., ст. викладач
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна
Цимбал Є.С.,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ОФЛАЙН-РЕКЛАМА В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Офлайн маркетинг на відміну від діджиталу не так просто порахувати. Не завжди відомо, який саме інструмент привів покупців клієнту. Але якби традиційний маркетинг не приносив результату – то навряд чи б ми бачили рекламу світових брендів на вулицях, на екранах телевізорів і в глянцевиx журналах.

Умовно рекламні канали залучення цільової аудиторії можна розділити на два типи: традиційна реклама – офлайн-канал та інтернет-реклама – онлайн-канал.

Офлайн-реклама – це реклама поза мережею інтернет: банери на вулицях, статті в ЗМІ, реклама на ТБ і радіо, листівки, буклети та багато іншого [1].

Інтернет-реклама – це широкий термін, який охоплює створення та реалізацію рекламних кампаній онлайн. Це включає рекламу на вашому вебсайті, цільових сторінках, соціальних мережах, електронній пошті тощо [2].

Офлайн-реклама ґрунтувалася на охопленні якомога більшої кількості людей, не особливо піклуючись про цілеспрямовану адресацію конкретної аудиторії або категорії споживачів. Онлайн-реклама дає змогу набагато більшого таргетування, і комерційний прорив інтернет був у тому, щоб донести до людей рекламу, засновану на тому, що вони шукають.

В умовах жорсткої конкуренції з digital офлайн-реклама еволюціонує, винаходячи все нові й нові способи залучення аудиторії. Офлайн реклама допомагає перетворити торгову марку на бренд.

Телебачення – одне з провідних ЗМІ. Воно забезпечує величезне охоплення і високий коефіцієнт довіри. Якісна ТВ-реклама буквально вкарбовує образ бренду в пам'ять потенційних споживачів. Рекламне послання запам'ятовується надовго і міцно.

Однією ногою преса вже «в онлайні», але за другу ногу є сенс вхопитися. Це і роблять багато рекламодавців. Річ у тім, що газета – ідеальний канал поширення реклами для компаній, яким потрібне дуже широке коло клієнтів. Газети дають людям конкретну інформацію про характеристики товару, про його вартість, про майбутні знижки. Що таке реклама в пресі? Це високий тираж, невисока вартість рекламної площі та можливість оперативно змінити зміст рекламного оголошення.

Радіо – це приємне, ненав'язливе, майже дружнє ЗМІ. Мабуть, радіо – найвідповідніше тло для людського життя. Будь-яку радіопрограму можна слухати, не відволікаючись на відеоряд. Рекламне повідомлення спрямоване на один-єдиний канал сприйняття – слуховий. Тому воно не дратує. Короткі радіоролики добре запам'ятовуються, переходячи в довготривалу пам'ять.

Реклама всередині приміщень – як ложка, яка хороша до обіду. Така реклама завжди доречна. Відвідувач зайшов у торговий центр і побачив на банері фото привабливих товарів. Клієнт відчинив двері свого банку і тут же прочитав на цифровому екрані про нову послугу. Все сходиться в одній точці: місце, час і покупка.

Indoor-реклама – це будь-яка внутрішня реклама, представлена у вигляді текстової, графічної, аудіо та відеоінформації. Таке різноманіття дає змогу вибрати оптимальний формат.

Зовнішня реклама підстерігає людину на вулицях міста. Хороша реклама чіпляє на гачок і змушує подивитися на неї двічі. Зовнішня реклама – це графічна, текстова чи інша інформація, розміщена на спеціальних тимчасових або стаціонарних конструкціях. Це реклама на відкритій місцевості, на поверхні

будівель, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць або безпосередньо на дорозі.

Попри активне використання онлайн комунікацій, класичні методи офлайн просування показують свою доцільність використання, хоча з плином часу і вони змушені підлаштовуватися під сучасні тенденції. Сьогодні можна говорити про такі тенденції, як:

- ставка на відео: інтернет-маркетинг уже звернув увагу на зміщення сприйняття користувачів з текстового на відеоконтент. Звідси і популярність на короткі відеоролики в соціальних мережах. Те саме стосується й офлайн просування, де інформацію подають через екрани в громадському транспорті, на вулицях і в торгових центрах;

- оригінальні слогани: перебуваючи під фактично безперервним впливом реклам різних товарів і послуг, користувач перестає звертати увагу на однотипні слова, слогани і фрази. Спіймати фокус його уваги все складніше. У зв'язку з цим, компанії прагнуть бути оригінальними, виділятися з «натовпу»;

- мікромоменти: компанії, що відстежують потреби клієнтів у конкретних обставинах, приносять їм зростання продажів. Наприклад, розміщення білбордів послуг таксі поруч із вокзалами, спортивного одягу поруч із фітнес центрами тощо [3].

Актуальність офлайн-реклами розуміють і великі бізнес-гравці. Наприклад, Bolt запустила кампанію на білбордах й у метро, результати якої оцінює для себе як приголомшливі. Компанія Bolt створила ефект присутності, підвищила обізнаність серед клієнтів та отримала велику кількість конверсій у поїздки. Крім того, цей крок допоміг підтримати український медіа ринок та операторів зовнішньої реклами, які теж переживають не найкращі часи [1].

В епоху цифрових технологій, коли онлайн-простір стає основним майданчиком для маркетингу, офлайн-реклама виявляється недооціненою перлиною в стратегії бізнесу. Віддавши перевагу онлайн-каналам, компанії

ризикують упустити потужність традиційних медіа-інструментів, які можуть бути ключовими для досягнення успіху. Зазначаючи основну перешкоду – витрати на офлайн-контент, варто врахувати, що ця інвестиція може бути виправданою, якщо цільова аудиторія реагує на неї високо. В умовах перенасиченості інтернет-рекламою, офлайн-стратегії можуть виділятися і привертати увагу аудиторії, яка шукає альтернативні способи сприйняття інформації. Нині успішна маркетингова кампанія – це симбіоз онлайн і офлайн підходів.

Наприклад, офлайн-просування можна використовувати для розкрутки сайту. Відповідні способи для цього:

- роздача буклетів або листівок, із зазначенням сайту компанії і причини, чому його варто відвідати;
- розміщення реклами на транспорті з різними фішками. Наприклад, проведення акції: при замовленні послуги або товару через інтернет надається знижка в 10%, а в тексті реклами на транспорті вказується адреса сайту;
- організація заходу, пов'язаного з відкриттям інтернет-магазину, із запрошенням журналістів, чинних і потенційних клієнтів [3].

Поєднання онлайн+офлайн реклами є одним із найефективніших способів для збільшення потоку клієнтів. Оскільки за такої комбінації бренд присутній і у віртуальному, і в реальному житті цільової аудиторії. Реклама має бути короткою, зрозумілою та інтригуючою. Такою, щоб потенційний клієнт захотів дізнатися ще більше інформації, яку знайде вже в інтернеті.

Література

1. Чи є майбутнє офлайн-реклами в епоху цифрових технологій. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/chy-ye-majbutnye-oflajn-reklamy-v-epohu-czyfrovyh-tehnologij/>.
2. Представляємо онлайн-рекламу – основи, цілі та переваги. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/predstavlyayemo-onlaynreklamu-osnovy-tsili-ta-perevagy/>.
3. Огляд видів офлайн реклами. URL: https://kebeta.agency/article/obzor_vidov_oflain_reklami.

Oksana Briukhno

Master's Degree Candidate of Department of Journalism and Advertising
State Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine

Academic Supervisor: Diana Fayvishenko

Professor of Department of Journalism and Advertising
State Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine

ADVERTISING OF INSURANCE SERVICES IN THE CONTEXT OF WAR: ANALYSIS AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES

Today, both the population and the state as a whole are facing quite complex challenges associated with war, which have led to exacerbation of social, legal, economic, security, and other issues. War not only presents the population with complex security tasks but also simultaneously increases the need for life, health, and property insurance services, helping the population understand probable risks and the possibility of protection. Therefore, the analysis of advertising of insurance services and identification of key aspects of its effectiveness and development perspectives become particularly important.

Aspects of this issue have been highlighted in the research of scholars such as V. Bazilevich, L. Balabanova, T. Vasilyeva, A. Voychak, O. Vilenchuk, A. Dayan, D. Jobber, P. Drucker, R. Mahbubur, A. Karpenko, F. Kotler, O. Prokopchuk, A. Suprun, G. Stewart, S. Osadets, and others.

With the onset of full-scale invasion in Ukraine, the number of insurance companies in Ukraine decreased to 98 as of 2024, while the number of non-bank financial market participants increased to 1060 by the end of February 2024, and the number of banks remained unchanged at 63 [1]. This suggests that in modern conditions, the competitiveness and development of relationships related to the provision of insurance services are influenced by professionally developed marketing activities [2].

If previously advertising was considered as paid messaging aimed at a certain category of potential clients (consumers) transmitted through mass media (hereinafter referred to as media) or any other public means in favor of a certain service, brand, etc. [3], then with the development of digital marketing, the term has significantly expanded. The essence of a real advertising campaign corresponds more to the concept of "marketing communication mix" and combines modern directions of advertising activities, including advertising in media; sales promotion activities aimed at forming a positive public opinion about the service (public relations); as well as the search, retention, and restoration of long-term relationships between the company and the client (direct marketing) [5].

In particular, speaking of insurance advertising, it primarily takes into account the interests of all groups of policyholders, the peculiarities of population demands, income levels, their motivations - saving money in the event of an insurance case [4], natural-climatic conditions, including the unstable situation in the country, namely the activity of hostilities, and other factors.

When developing advertising, it's pertinent to start with the following considerations: the objectives of the advertising message; the target audience (consumers) for whom such advertising is intended; its direction; the means of information and specific advertising media; the concepts and forms of implementing advertising messages; methods of conducting advertising campaigns in specific languages; and means of monitoring advertising effectiveness [3]. However, advertising in insurance will only be effective if a clear sequence is followed in its implementation [2].

As the purpose of advertising is to facilitate the conclusion of new insurance contracts and renewals of previously concluded ones, as well as to support the image, for effective influence on consumers, companies operating in the insurance sector should utilize various approaches and means of advertising influence. Among the main such means are: offline channels such as illuminated signs, electronic

billboards, banners, brand walls, city lights [2], print media, television, radio, and sponsorship [6], exhibitions, seminars, presentations, discounts, souvenirs, as well as advertising at transport stops, etc. Prominent signage attracts consumer attention and encourages them to enter into insurance contracts. Additionally, it's essential not to neglect a comprehensive set of measures to convey commercial information directly to the purchaser at the point of service, which would prompt immediate action. Such advertising should act "instantly", otherwise, it loses any sense [2], and online channels such as SEO, contextual and targeted advertising, SMM promotion, PR in online media, crowd marketing, and email marketing [6].

Advertising campaigns of insurance companies play a key role in popularizing these services, not only reflecting their importance and accessibility to all layers of the population but also carrying functional load aimed at presenting the insurer and creating its image.

During wartime, advertising campaigns of insurance companies have the potential not only to attract clients but also to increase public awareness of risks and protection opportunities. Properly designed advertising can play a key role in shaping insurance culture, which is an important aspect of stabilizing the economic situation in wartime conditions.

It is considered that the most crucial characteristic of an advertising campaign is its effectiveness [2]. The effectiveness of advertising campaigns in the insurance sector during wartime depends on the following factors: clarity of the message, meaning that advertising should clearly reflect all the risks and benefits of insurance protection from the company's perspective in wartime conditions; emotional interaction, meaning that advertising should contain an emotional component of the advertising message, which can be fundamental for attracting attention and engaging clients; accessibility and simplicity, implying that insurance services should be accessible and understandable to all social groups [2].

Taking into account the challenges associated with war, innovations in insurance advertising can make these services more accessible and effective for the population. The use of digital technologies, personalized approaches, and improved service quality can contribute to increasing public interest in insurance products during wartime.

Therefore, considering the above, advertising in the insurance sector, particularly in the context of war in Ukraine, plays a significant role in shaping awareness and interest in insurance protection among the population. Clear targeting of the main aspects of risks and advantages of insurance protection, along with innovative approaches to advertising, can form the basis for increasing the effectiveness of advertising campaigns and developing the insurance culture in wartime conditions.

References

1. FORINSURER. The number of insurance companies in Ukraine decreased to 98 in 2024. Website. URL: [https://forinsurer.com/news/24/03/12/43560#:~:text](https://forinsurer.com/news/24/03/12/43560#:~:text=) (accessed: 05.04.2024).
2. Molnar M. S., Zarichna O. V. Advertising activity in the insurance market. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Economic Sciences Journal of scientific works No. 17(12)'2014. P. 164-169. URL: <http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/3053/1/n17-165-170.pdf> (accessed: 05.04.2024).
3. Bulak N. R. Consumer behavior model of insurance services according to marketing concept/ N. R. Bulak //Commerce Academy Bulletin. – 2009. Issue 30.
4. SEO-EVOLUTION. Contextual advertising of an insurance company in 2023. Website. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/kontekstnaya-reklama-strakhovoj-kompanii> (accessed: 05.04.2024).
5. Insurance: Textbook / Head. author collective and scientific editor S. S. Osadets. — 2nd ed., revised and enlarged. — K.: KNEU, 2002. — 599 p. URL: https://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/scientific_schools/strah/strah_praci/strah_prazi/s-trahp/ (accessed: 05.04.2024).
6. WEZOM. Promotion of insurance services. Website. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/prodvizhenie-strahovyh-uslug> (accessed: 05.04.2024).

УДК 378.4 (477)

Шкода М. С., доцент
Бурка Б.О., аспірант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ІНТЕГРАЦІЯ БІЗНЕСУ У ВІРТУАЛЬНИЙ МЕТАСВІТ З МЕТОЮ ОТРИМАННЯ ПРИБУТКУ

Короткий огляд теми та її актуальність у контексті сучасних технологій

У світі, де цифрові технології швидко розвиваються і змінюють спосіб нашого життя та ведення бізнесу, концепція метасвіту набуває особливої актуальності. Метасвіт, що представляє собою віртуальний простір, де користувачі можуть взаємодіяти в тривимірному цифровому середовищі, відкриває нові можливості для розвитку комерційних, соціальних та культурних ініціатив.

Зі зростанням потужності обчислювальної техніки та широким розповсюдженням швидкісних інтернет-підключень, віртуальні світи стають все більш доступними і зручними для користувачів. Ринок віртуальної реальності та аугментованої реальності, як основних технологій для створення і взаємодії в метасвітах, демонструє значне зростання. Великі технологічні компанії, такі як Meta (раніше Facebook), Microsoft, і Google, активно інвестують у розвиток метасвітових платформ, підкреслюючи їх важливість і потенціал для майбутнього цифрового ландшафту.

Інтеграція бізнесу в метасвіт відкриває перед нами нові комерційні горизонти. Від реклами і маркетингу до продажу віртуальних товарів і послуг, метасвіти пропонують унікальні можливості для залучення клієнтів. Зокрема, використання віртуальних земель і активів у форматі NFT (невзаємозамінних токенів) дозволяє створювати ексклюзивні та інноваційні форми власності та торгівлі.

NFT (невзаємозамінний токен) — це тип цифрового активу, який представляє власність на унікальні предмети або твори, засвідчені за допомогою блокчейн технології. Відрізняючись від звичайних цифрових валют, кожен NFT має унікальний ідентифікатор, який не дозволяє його замінити на інший аналогічний токен. NFT можуть представляти цифрове мистецтво, музику, товари у віртуальних іграх та інші цифрові об'єкти.

Метасвіт — це віртуальне середовище, де люди можуть взаємодіяти один з одним та з віртуальним світом через своїх аватарів. Він дозволяє користувачам спілкуватися, грати, торгувати та працювати в онлайн-просторі, який імітує реальний світ за допомогою віртуальної та доповненої реальності.

Крім того, метасвіти сприяють соціальній взаємодії та культурному обміну, надаючи платформу для міжнародних заходів, конференцій та соціальних зустрічей, що зменшує бар'єри відстані та географії. Це робить метасвіт важливим елементом не тільки в економічному, але й у соціокультурному розвитку сучасного суспільства.



Рис. 1. Збільшення прояву уваги до метасвітів

Інтеграція бізнесу в метасвіт через Sandbox

Sandbox — це віртуальна платформа, яка функціонує як ігрове середовище, де користувачі можуть створювати, володіти та торгувати своїми цифровими творіннями. Це дозволяє людям не просто грати в ігри, а й активно формувати ігровий світ, розробляючи все від простих предметів до складних ігрових рівнів.

Цифрові активи на платформі Sandbox представлені як NFT — це означає, що кожен актив є унікальним і його власність можна чітко відстежувати за допомогою технології блокчейн. Приклади таких активів включають віртуальну землю, предмети одягу для аватарів, землі та інші елементи, які можуть бути використані у віртуальному світі.

Інтерактивні досвіди у Sandbox означають, що користувачі можуть взаємодіяти один з одним і з цифровим світом в режимі реального часу. Вони можуть відвідувати заходи, спілкуватися, співпрацювати над проектами, або навіть проводити комерційні операції, такі як купівля та продаж землі або предметів. Це створює відчуття "живого" світу, де кожна дія має значення і може впливати на досвід інших користувачів.

Екосистема Sandbox дозволяє користувачам не тільки споживати контент, але й бути його творцями, заробляючи на своїй креативності за допомогою цифрових активів, які вони створюють. Таким чином, Sandbox є не просто ігровою платформою, а середовищем, де можуть зароджуватися нові види бізнесу і спільнот.



Рис. 2. Об'єми торгівлі у мета світах (2022р)

Переваги використання Sandbox для бізнесу

Інтерактивність: Sandbox дозволяє бізнесам створювати інтерактивні досвіди, які залучають користувачів глибше, ніж традиційні медіа. Від віртуальних магазинів до ігрових заходів, компанії можуть безпосередньо взаємодіяти зі своїми клієнтами.

Масштабування: Платформа дозволяє легко масштабувати бізнес, оскільки нові віртуальні землі та активи можна створювати без великих витрат, що є неможливим у фізичному світі. Це відкриває шлях для швидкого розширення і росту.

Цільова аудиторія: Sandbox приваблює молоду, технологічно освічену аудиторію, яка є активною в цифрових просторах і схильна до використання новітніх технологій.

Інтеграція бізнесу в Sandbox

Інтеграція бізнесу у віртуальний світ Sandbox починається з реєстрації на платформі та ознайомлення з її можливостями. Важливим кроком є придбання віртуальної землі, яка представляє собою невзаємозамінний токен (NFT) і стає фундаментом для майбутньої діяльності. На цій землі можна створити власний віртуальний магазин або інший комерційний простір за допомогою доступних на платформі інструментів для розробки та дизайну.

Завершальними етапами є запуск віртуального магазину та його просування серед цільової аудиторії. Маркетинг може включати активності у соціальних мережах, рекламу в самому Sandbox або через інші засоби цифрового маркетингу. Важливо також зосередитися на якісному обслуговуванні клієнтів та оперативній відповіді на їхні запитання та побажання, що забезпечує високий рівень задоволення користувачів і сприяє поверненню їх до вашого магазину.

Розробка віртуального магазину на землі в Sandbox

В рамках Sandbox, розробка віртуального магазину на придбаній землі відкриває безліч можливостей для бізнесу. Початковий етап включає детальне планування та дизайн магазину, який має відображати бренд і пропонувати унікальний користувацький досвід. Використання інструментів розробки Sandbox дозволяє втілити інноваційні ідеї у створенні інтерактивних елементів,

таких як віртуальні примірочні або ігрові зони, що залучають відвідувачів і стимулюють їх здійснювати покупки.

Технічна реалізація включає інтеграцію системи оплат, яка дозволяє здійснювати транзакції в криптовалюті, наприклад SAND або інших доступних монетах. Це забезпечує зручність і безпеку платежів для користувачів з усього світу.

Запуск магазину супроводжується маркетинговою стратегією, яка включає просування через соціальні медіа, партнерські мережі та пряму рекламу в самому Sandbox. Важливим аспектом є забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів, що включає швидкі відповіді на запити, розгорнуті консультації та зручний інтерфейс користувача.

Очікувані виклики і рішення у віртуальному магазині в Sandbox

При розробці та експлуатації віртуального магазину в Sandbox ми можемо зіткнутися з декількома ключовими викликами, зокрема правовими аспектами, безпекою транзакцій та залученням клієнтів.

Правові аспекти включають питання інтелектуальної власності, ліцензування контенту та використання торгових марок у віртуальному просторі. Щоб адресувати ці питання, важливо співпрацювати з юристами, які спеціалізуються на цифровому праві та мають досвід роботи з технологіями блокчейн. Це дозволить забезпечити відповідність усіх дій законодавству та захистити права власності.

Безпека транзакцій на платформі Sandbox базується на використанні блокчейн технологій, що гарантує безпечність та незмінність кожної транзакції. Втім, завжди корисно застосовувати додаткові заходи безпеки на рівні користувача, такі як перевірка на шахрайство та забезпечення конфіденційності даних, щоб зберегти довіру та безпечний досвід для клієнтів.

Залучення клієнтів в новому та швидко змінюваному середовищі як метасвіт може бути викликом. Використання стратегій соціальних мереж,

контент-маркетингу, та активної участі у віртуальних заходах може значно підвищити видимість та привабливість магазину. Партнерства з іншими платформами та впливовими особами у метасвіті також є ефективними методами для залучення та утримання клієнтів.

Аналіз можливостей для інтеграції бізнесу в метасвіт через платформу Sandbox підкреслює значний потенціал цієї технології для сучасних компаній. Інтерактивність, масштабування можливостей та доступ до специфічної цільової аудиторії, які пропонує Sandbox, відкривають широкі перспективи для розвитку бізнесу в контексті цифрової економіки.

Зокрема, платформа дозволяє не лише створювати нові точки контакту з клієнтами, а й розробляти інноваційні комерційні моделі, що відповідають сучасним тенденціям і споживацьким вподобанням. Незважаючи на виклики, пов'язані з правовими нормами та безпекою транзакцій, налогодження правильної заємодії з клієнтом, впровадження чітких стратегій управління та безпеки може допомогти мінімізувати ризики. Як висновок можна зазначити, що інтеграція бізнесу в метасвіт через платформу Sandbox представляє собою перспективний напрямок для бізнесу, що прагне залишатися на передовій технологічного прогресу та глобальних бізнес-тенденцій.

Література

1. <https://www.sandbox.game/en/blog/what-is-the-metaverse-a-guide-to-the-future-of-the-web/3362/>
2. <https://dappradar.com/blog/the-sandbox-land-valuation-report>
3. <https://medium.com/enrique-dans/the-meta-metaverse-is-shrinking-290740500a0c>
4. Ante, Lennart. "The Non-Fungible Token (NFT) Market and Its Relationship with Bitcoin and Ethereum." SSRN Electronic Journal, 2021.

УДК 339.138

Шіковець К.О., к.е.н., доцент
Квіта Г.М., к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ СУЧАСНИХ МАРКЕТОЛОГІВ

В умовах війни, під час всіх трансформаційних змін які відбуваються в державі, суспільстві та економіці на перший план виходить формування системи SAME професійних цінностей сучасних маркетологів. Безумовно, війна впливає на емоційний стан суспільства.

Дослідження від компанії «Gradus» показали, що гнів став головною емоцією українців, яку вони відчують через напад росії. Наступні за силою емоції — це напруження та роздратування. [1].

Водночас опитування соціологічною групою «Рейтинг» [показало](#), що 80% українців відчують гордість за державу. Ця емоція домінує серед усіх респондентів, незалежно від віку чи регіону проживання. [2].

Варто зазначити, що, з одного боку, негативному впливу піддаються самі маркетинг-команди. З іншого боку, сенситивність суспільства вимагає від маркетинг-команд максимальної обережності в комунікації зі своїм споживачем, виваженість в кожному меседжі, образі, емоції чи виборі інфлюенсера.

Також, були проаналізовані результати дослідження Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) у партнерстві з Factum Group Ukraine «Тенденції 2023 в управлінні маркетинговими комунікаціями». Експерти оцінювали вплив війни на маркетингові комунікації та виявляли наявні виклики перед маркетинг-командами [3].

Згідно з дослідженням, 2023 рік став роком поступової адаптації та трансформації бізнесу після «шокового» 2022 року. Основними, трендами маркетингових комунікацій у 2023 році є [3]:

- раціональні меседжі (якість, смак, ефективність);
- емоційна стриманість;
- акцент на українське (використання національної символіки, колаборації з українськими діячами культури, підтримка освітньо-культурних проєктів);
- щирість у суспільно важливих питаннях;
- соціальна відповідальність;
- «байрактарщина» як антитренд паразитування на темі війни;
- зменшення частки соціальної та військової комунікації;
- обережність з прогнозами ідей повоєнної комунікації;
- інноваційний контент (штучний інтелект, метавсесвіти, 3D-графіка тощо);
- персоналізація.

Отже, на фоні підвищеної сенситивності суспільства основними вимогами до комунікацій стають емоційна збалансованість та виваженість, акцент на суспільно-важливі теми, зменшення використання військової тематики в комунікації

Спираючись на результати цього дослідження, можна стверджувати, що система професійних цінностей маркетологів, з одного боку, формується на нових концепціях та теоріях, які поширюються в суспільстві (національна гідність, свобода, безпека, сила, порядок, нормативність, рівність, ментальне здоров'я та інше), а з іншого – на інноваційних тенденціях розвитку науки і техніки (штучний інтелект, 3D-графіка, метавсесвіти , та інше).

Отже, сьогодні в системі професійних цінностей головуєть не тільки професійні компетентності, а також соціальна відповідальність, та етика.

Відповідно до суспільних потреб, І.О. Шевчук запропонував наступну класифікацію видів соціально-етичного маркетингу, а саме [4]:

– Екологічний – проявляється у створенні екологічно чистої упаковки, використанні ресурсозберігаючих технологій та ін.

– Культурний напрям соціально-етичного маркетингу полягає в організації культурних заходів і впливає на розвиток освіти та мистецтва.

– Медичний напрям соціально-етичного маркетингу виявляється в підтримці національної медицини, придбанні устаткування, створенні фондів допомоги хворим людям.

– Поведінковий різновид соціально-етичного маркетингу – це боротьба з алкоголізмом, наркоманією, курінням, а також іншими соціально неприйнятними явищами в суспільстві.

Нажаль, війна додала ще один пункт у цю класифікацію: Військовий напрям соціально-етичного маркетингу – на нашу думку він полягає в підтримці ЗСУ, зборі коштів на придбання зброї, створенні фондів допомоги та підтримці морального духу, а також в запобіганні експлуатації тем війни у комерційній рекламі.

Література

1. Звіти загального доступу. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/>
2. Четверте загальнонаціональне опитування українців в умовах війни
URL:
https://ratinggroup.ua/research/ukraine/chetvertyu_obschenacionalnyu_opros_ukraincev_v_usloviyah_voyny_12-13_marta_2022_goda.html
3. Тенденції 2023 в управлінні маркетинговими комунікаціями URL:
<https://vrk.org.ua/research.html>
4. Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовик та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. – 2-ге вид., , перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2017. – 372 с

УДК 339.138

Галстян М.А., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ПРОЦЕС МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-КЕЙСІВ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ У КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ: АНАЛІЗ ROI ТА ROMI

Сучасний стан економіки, бізнес-середовища та загальної турбулентної соціально-економічної ситуації в Україні, що, насамперед, спричинено факторами війни, не завжди дозволяє компаніям планувати бізнес-процеси на середньо- та довгострокову перспективу, особливо, коли це стосується маркетингових кампаній. Підтримка сталого розвитку підприємства в таких умовах часто потребує проведення короткострокових маркетингових кампаній, зумовлених підтримати споживчий інтерес та забезпечити подальший розвиток бізнесу в нестабільних умовах, приймаючи швидкі рішення та оцінюючи ефективність подібних кампаній, використовуючи такі метрики, як ROI та ROMI.

Бізнес-кейсом можна назвати оцінку проекту, що виконана на рівні продукту чи послуги, яка завершується прийняттям рішення про те, чи варто компанії вкладати інвестиції у такий проект для їх майбутнього повернення [1].

Процес моделювання бізнес-кейсу можна розділити на декілька етапів:

1) Визначення базових цілей проекту та мети, якої планує досягти компанія: на даному етапі компанії важливо визначити основні показники ефективності та кінцевої точки, яка має бути визначена кількісно та якісно для того, щоб розпочати подальші кроки в моделюванні.

2) Формування сценаріїв розвитку проекту: на даному етапі компанії необхідно визначити базовий сценарій (минулі періоди, від яких будуть «відштовхуватись» наступні періоди), який слугує орієнтиром для подальших

розрахунків, таких як урахування сезонних факторів чи ринкового тренду задля того, щоб виключити такі фактори з подальшої оцінки ефективності. Після формування базового сценарію виникає необхідність прорахунку «нульового» сценарію, у якому компанія моделює ситуацію, коли вона не проводить жодних додаткових активностей чи запуску нових проєктів. Коли дані сценарії прораховані, можна перейти до інвестиційного сценарію, в якому має оцінюватись додатковий приріст продажу товарів або послуг, сегментація клієнтів, визначення впливу кампанії на продуктову корзину споживача тощо.

3) Прорахунок планових інвестицій у проєкт, в якому різні відділи відповідальні відділи вносять свої оціночні показники витрат, що необхідні для реалізації проєкту.

4) Аналіз чутливості: після базових прорахунків ефективності проведення кампанії, для оцінки ризиків необхідно провести аналіз чутливості, у якому основні показники, що можуть вплинути на ефективність проєкту, будуть змінені на певну величину, яка узгоджується на етапі підготовки цілей.

5) Визначення ролей та зон відповідальності: на даному етапі визначаються відповідальні відділи чи співробітники, що будуть залучені у реалізацію проєкту.

6) Розрахунок ROI та ROMI: Кінцевою точкою прийняття рішення щодо запуску проєкту є оцінка ефективності ключових показників, таких як ROI чи ROMI. Компанія сама визначає прийнятний рівень даних показників для запуску проєкту, враховуючи також можливу зміну цих метрик відповідно до проведеного раніше аналізу чутливості.

ROI (Return on investment) є одним з основних показників ефективності проєкту, що є загальноживаним терміном рентабельності інвестицій, який визначається відношенням чистого прибутку до інвестицій та виражається у відсотках [2].

ROMI (Return on marketing investment) [3] не містить суттєвих відмінностей від ROI, та по своїй суті стосується виключно застосування, оскільки даний показник показує повернення саме маркетингових інвестицій у проект. У маркетингових кампаніях під ROI часто розуміють саме ROMI, особливо, коли це стосується маркетингових кампаній, де інвестиціями є вкладення виключно у просування з використанням сучасних діджитал-інструментів.

Не зважаючи на доволі зрозумілий та структурований процес моделювання бізнес-кейсів маркетингових кампаній, бізнесу варто врахувати деякі фактори, крім ROI та ROMI для прийняття рішення про доцільність проведення кампанії, а саме [4]:

- наскільки додаткова цінність проекту та його переваги є співставними з вартістю та терміном його проведення;
- Чи додаткові вигоди проекту переважають над можливими ризиками в результаті його запуску;
- Чи вплине запуск проекту на операційну діяльність компанії та яким чином тощо.

Література

1. Steinhardt G. The Difference Between a Business Case and a Business Plan. *LinkedIn*. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/difference-between-business-case-businessplan-gabriel-steinhardt/>
2. Що таке ROI та як цей показник допоможе власникові бізнесу? *Baker Tilly Ukraine*. URL: <https://bakertilly.ua/що-таке-roi-та-як-цей-показник-допоможе-вл/>
3. У чому відмінність і як розрахувати ROI та ROMI? *Idea Digital Agency*. URL: <https://ideadigital.agency/blog/roi-ta-romi/>
4. What is a business case? (With definition and example). *Indeed*. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-business-case>

УДК 004:[005.932:658.71

Ткачук А. В., здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доц. **Микитенко Н. В.**

ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Використання в управлінні цифрових інструментів є ключовим та невід’ємним аспектом сучасного бізнесу. Такі технології полегшують більшість бізнес-процесів на підприємстві, зокрема, дають змогу підвищити ефективність управління закупівельною діяльністю, зменшити логістичні витрати та оптимізувати стратегічне планування на підставі збору й аналізу великого масиву даних щодо планування асортименту і співпраці з постачальниками.

В управлінні закупівельною діяльністю ефективний вибір діджитал-технологій дозволяє бути гнучким і швидким у реагуванні на зміни ринкових умов та тим самим забезпечувати високу якість обслуговування споживачів.

Вже давно вагомою частиною нинішнього бізнесу є штучний інтелект. Саме він дозволяє торговельним мережам не лише залучати та утримувати клієнтів, а й оптимізувати роботу технічних й інформаційних відділів. Так, мережа METRO використовує штучний інтелект з метою систематизації інформації на підприємстві, включаючи збір та передачу необхідних документів, обробку і зчитування необхідних даних, заповнення таблиць Excel та формування звітностей щодо залишків продукції на торговельній точці, швидкості товарообігу та пропозиції у формуванні заявок до постачальників[2].

Комунікація з постачальниками передбачає багато аспектів, зокрема: умови співпраці та умови поставки товарів, організація і планування складських запасів, керування оборотними коштами, рівень якості продукції та оцінка наданого сервісу з обох сторін. Усі ці чинники мають сильний вплив та формують особливості закупівельної діяльності ритейлера.

Нині ТОВ «АТБ-Маркет» є флагманом українського торговельного бізнесу, в тому числі завдяки своїм інноваційним підходам до співпраці з постачальниками товарів. Мережа однією з перших успішно впровадила та активно використовує електронну платформу «Портал постачальника», який здатен забезпечити відкриту комунікацію з постачальниками. Впроваджена система спрощує співпрацю та пропонує прозорі умови спілкування, де комерційні пропозиції постачальників продукції автоматизовано представляються потенційним клієнтам. Також, потенційні партнери ритейлерів мають можливість відслідковувати «статус» своєї пропозиції, тобто бачити на якому етапі клієнт зупинився, чи переглядав її знову, чи отримано відповідь. Більш того, електронна платформа дозволяє одразу укласти договори, де лєвова частка інформації сторін договору вноситься автоматично. Мобільність та зручність системи пояснюється можливістю її встановлення на звичайний смартфон чи планшет, що суттєво зменшує витрати на закупівлю додаткового обладнання для її використання. «Портал постачальника» є неймовірним проривом в організації закупівельної діяльності, адже, окрім зазначених переваг, в особистих кабінетах партнерів зберігається вся історія запитів, важливі документи і навіть ті, що містять електронний підпис [1].

Одна з найбільших торгово-промислових груп України – Fozzy Group – також долучається і активно використовує штучний інтелект у різних напрямках, зокрема, щодо розпізнавання об'єктів, управління товарними категоріями і залишками товарів. Перше, що турбувало ритейлерів, – це вирішення проблеми наявності та доступності товарів на полицях торговельних точок, раціональна закупівля продукції для зменшення кількості списань та формування оптимальних обсягів необхідних товарів для відділу власного виробництва. Винахід, який допоміг менеджерам вирішувати ці питання, назвали «Розумна полиця». Вона має датчики, які здатні розпізнати наявність товарів, і у разі їх дефіциту автоматизована система передає інформацію про необхідність

подальшого поповнення. Якщо ситуація протилежна і на полиці знаходиться забагато товарів, то запускається процес, який “натякає” на зміни цін, встановлення знижок або необхідність проведення розпродажу. Більш того, Fozzy Group розробила та запатентувала систему з чотирма датчиками на вагах, що дозволяє відстежувати місцезнаходження кожного товару в залі. Тобто, загалом, це фактори, які допомагають ритейлерам оперативно реагувати на зміни на стелажах та у викладці, коригувати ціни та запускати акції задля підтримки оптимального рівня продажів у всіх категоріях товарів [3].

Використання штучного інтелекту також охопило найбільшу мережу аптек в Україні Подорожник. Діджитал-технології використовують для аналізу і оптимізації маршрутів, скорочення витрат часу та коштів на доставку від пункту відправлення до точки призначення. Крім того, планується створити власний навчальний модуль, який не лише стане помічником для фармацевтів, а й зможе відслідковувати запити клієнтів і в подальшому [2].

На сьогоднішній день діджиталізація є невід’ємною умовою успішного функціонування ритейлу, яка відкриває для підприємств нові можливості та підвищує їх конкурентоспроможність. Але попри ефективність і зручність використання цифрових інструментів в торгівлі, слід усвідомлювати, що вони не є генератором закупівельних процесів, а виступають лише допоміжним прогресивним інструментом в роботі штатного персоналу, часто вимагаючи додаткових перевірок, уточнення та редагування.

Література

1. Компанія «АТБ-Маркет» вдосконалює інструмент взаємодії з постачальниками товарів. URL: <https://allretail.ua/news/78065-kompaniya-atb-market-vdoskonalyuye-instrument-vzayemodiji-z-postachalnikami-tovariv>
2. Майбутнє вже настало: хто з українських ритейлерів активно використовує штучний інтелект. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/majbutnie-nastalo-2/>
3. Майбутнє сьогодні: як Сільпо за допомогою штучного інтелекту створює «магазин майбутнього». URL: <https://rau.ua/novyni/majbutnie-sogodni-silpo/>

УДК 330.675

Неруш О. Д., здобувач
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій стає все більш динамічним і інтерактивним. Цифрові інструменти, такі як соціальні медіа, аналітика веб-сайтів і штучний інтелект, дозволяють бізнесам точніше визначати свою цільову аудиторію, ефективно комунікувати з нею та адаптуватися до її потреб. Віртуальна реальність, блокчейн і Інтернет речей відкривають нові можливості для персоналізації пропозицій і залучення клієнтів.

Цифрові технології також змінюють способи аналізу даних та вимірювання результативності маркетингових кампаній, що дозволяє бізнесам швидше реагувати на зміни на ринку та оптимізувати свої стратегії. У цілому, розвиток цифрових технологій розширює можливості маркетингу, сприяючи покращенню взаємодії з клієнтами та збільшенню конкурентоспроможності компаній.

Розвиток цифрових технологій також ставить перед маркетологами нові виклики, такі як необхідність швидкої адаптації до постійно змінюючихся трендів і технологій, забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних клієнтів. Водночас, доступність великого обсягу даних вимагає від маркетологів глибокого розуміння аналітики та можливостей її використання для прийняття стратегічних рішень.

Також варто враховувати, що цифрові технології дозволяють бізнесам збільшувати свою глобальну присутність через онлайн-канали, проте це також створює конкурентне середовище, де важливо виділятися та виокремлюватися серед інших учасників ринку.

Цифрові технології дозволяють створювати більш інтерактивні та залучаючі маркетингові стратегії, такі як інтерактивні контент-формати, онлайн-ігри та віртуальні події. Вони також сприяють розвитку інфлюенсер-маркетингу, де впливові особистості в інтернеті використовують свій авторитет для просування товарів і послуг. Такі підходи дозволяють компаніям будувати більш особисті та емоційні зв'язки зі своєю аудиторією, що є ключовим для успішної маркетингової стратегії в цифрову епоху.

Розвиток цифрових технологій впливає на всі аспекти маркетингу, починаючи від способів збору та аналізу даних про споживачів і закінчуючи стратегіями комунікації та продажу. Однією з основних переваг цифрового маркетингу є можливість глибокого персоналізованого спілкування з клієнтами, що дозволяє бізнесам створювати індивідуальні пропозиції та рекомендації, адаптовані під їхні унікальні потреби і попередні взаємодії.

Цифрові медіа, такі як соціальні мережі, відеохостинги та блоги, надають брендам можливість створювати цікавий та відмінний контент, що привертає увагу аудиторії і сприяє побудові довгострокових відносин з клієнтами. Крім того, електронна комерція і маркетплейси відкривають нові шляхи для прямого продажу товарів та послуг, забезпечуючи бізнесам широкий доступ до глобальної аудиторії.

Проте, разом з безліччю переваг, цифрові технології також створюють нові виклики для маркетологів, включаючи необхідність постійної оновлення знань і навичок, боротьбу зі зростаючою конкуренцією та впровадження етичних стандартів використання даних. У загальному розумінні, успішна стратегія маркетингу в умовах цифрових технологій полягає в здатності бізнесу швидко адаптуватися до змін на ринку, будувати довіру та відмінну репутацію, а також надавати цінність своїм клієнтам через інновації та персоналізацію.

У висновку можна сказати, що розвиток цифрових технологій приводить до революції в сфері маркетингу, надаючи бізнесам безпрецедентні можливості

для взаємодії з аудиторією та досягнення конкурентних переваг. Використання цифрових інструментів дозволяє створювати більш персоналізовані та ефективні стратегії маркетингу, що сприяє підвищенню впливу брендів і збільшенню їхньої успішності на ринку.

Проте успішне використання цифрових технологій вимагає не лише технічних знань, але й стратегічного мислення, креативності та зосередженості на потребах клієнтів. Крім того, варто пам'ятати про важливість етичного використання даних та забезпечення кібербезпеки у всіх аспектах маркетингових дій.

В цілому, цифрові технології відкривають нові горизонти для маркетингу, але успіх залежить від здатності бізнесу адаптуватися до постійних змін у цьому швидкозмінному індустріальному ландшафті.

Література

1. Жукова, О. М. (2019). "Цифровий маркетинг: технології і інструменти". Київ: Видавництво "Логос".
2. Коваль, Т. В. (2018). "Маркетинг в умовах цифрової економіки". Київ: Видавництво "Центр учбової літератури".
2. Петренко, Н. П. (2017). "Цифровий маркетинг: сучасні тенденції та стратегії". Київ: Видавництво "КМ Академія".
3. Чумаченко, О. М., & Коваль, О. В. (2016). "Цифровий маркетинг: сучасні стратегії та інструменти". Київ: Видавничий дім "Слово".
4. Шевчук, В. М. (2018). "Цифрові технології в маркетингу". Київ: Видавництво "Видавничий дім "Інтерсервіс".

УДК 330

Синиця В.А., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН НА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ

На сьогоднішній день, в часи цифрової епохи, що надзвичайно швидко розвивається, технологічні досягнення революціонізують всі аспекти нашого життя, включаючи те, як ми створюємо, споживаємо і поширюємо творчий контент. Творчі індустрії, що охоплюють такі сектори, як музика, кіно, дизайн, засоби масової інформації тощо, особливо схильні до впливу цих технологічних змін. Від появи штучного інтелекту до появи віртуальної реальності, технологічні інновації змінюють простір творчого самовираження та відкривають як можливості, так і проблеми для фахівців у цих галузях [1].

Технологічні зміни - це поєднання апаратного, програмного забезпечення та цифрових інструментів, які сприяють інноваціям та творчості у креативних індустріях. Ці конфігурації включають широкий спектр досягнень, включаючи програмне забезпечення для цифрового редагування, інструменти для створення мультимедіа, онлайн-платформи для спільної роботи та нові технології, такі як штучний інтелект (AI), доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR)[2].

В останні роки технологічні інновації глибоко вплинули на креативні індустрії як в Україні, так і в усьому світі. В Україні, наприклад, набирають поширення стрімінгові сервіси, що роблять доступним цифровий аудіо та відео візуальний контент. Стрімінгові сервіси демократизували музичне виробництво та дозволило незалежним артистам досягти аудиторії по всьому світу. Так само досягнення в галузі комп'ютерної графіки (CGI) справили революцію в кіноіндустрії, дозволивши кінематографістам створювати приголомшливі візуальні ефекти та захоплюючі кінематографічні бачення.

У творчих секторах, таких як музика, кіно, дизайн та засоби масової інформації, виникло кілька ключових технологічних тенденцій. У музичній сфері потокові послуги та системи рекомендацій, засновані на алгоритмах, змінюють способи пошуку та споживання музики аудиторією. У кіно методи віртуального виробництва стирають кордони між фізичним та цифровим кіновиробництвом, пропонуючи нові можливості для оповідання. У сфері дизайну технологія 3D-друку здійснила революцію у створенні прототипів та виробничих процесів. В той же час технологія 3D-друку є незамінною в часи війни, з точки зору медицини так і з виробництва деталей для дронів.

Незважаючи на можливості, які відкриваються технологічним прогресом, швидкі темпи змін також створюють проблеми для творчих індустрій. Однією з таких проблем є потенційне витіснення людської праці автоматизацією та штучним інтелектом. Оскільки машини стають дедалі більше здатними виконувати творчі завдання, зростає занепокоєння майбутнього робочих місць у творчих сферах. Крім того, проблеми, пов'язані з правами інтелектуальної власності, конфіденційністю даних та цифровим піратством, створюють проблеми для авторів та правовласників в епоху цифрових технологій.

Технологічні інновації фундаментально змінили творчий процес у творчих індустріях. Цифрові інструменти та програмне забезпечення дають художникам та творцям можливість експериментувати, повторювати та співпрацювати способами, які раніше були неймовірні. Від програмного забезпечення для цифрового живопису, що імітує традиційні способи малювання, до платформ віртуальної реальності, що генерують потрібні зображення у потрібному стилі, настрої, жанрі та зі всіма потрібними деталями лише через заданий prompt. Такі технології відкривають нові можливості для творчого самовираження та досліджень.

Розвиток цифрових платформ та соціальних мереж створило революцію у поширенні та споживанні творчого контенту. Від потокових сервісів, таких як

Netflix, Spotify, YouTube Music та інші, до платформ соціальних мереж, таких як Instagram та TikTok, творці мають безпрецедентний доступ до глобальної аудиторії. Нові формати, такі як короткометражний відео-контент та інтерактивність, змінюють те, як ми взаємодіємо з творчим контентом, стираючи межі між творцями та аудиторією. Автоматизація відкриває значні можливості для оптимізації та покращення творчих процесів у творчих індустріях. Інструменти на базі штучного інтелекту здатні допомогти у таких завданнях, як управління контентом, аналіз даних та персоналізовані рекомендації, що дозволяє авторам більше зосередитись на творчих аспектах своєї роботи. Крім того, автоматизація може підвищити ефективність та продуктивність, що призведе до скорочення термінів виконання робіт та підвищення якості результатів.

Варто відзначити, що технологічні зміни спричинили революцію у креативних індустріях, змінюючи способи створення, поширення та споживання творчого контенту. Хоча ці досягнення створюють такі проблеми, як звільнення робочих місць та етичні проблеми, вони також відкривають захоплюючі можливості для інновацій та співробітництва. Приймаючи технологічні зміни та використовуючи їхній потенціал, креативні індустрії здатні продовжувати процвітати в епоху цифрових технологій.

Література

1. Синиця ВА Міжнародний досвід формування креативних індустрій/ВА Синиця//Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року/ред. ОВ Ольшанська.–Київ: КНУТД, 2023.–С. 143-145.
2. Піжук, О. І. (2019). Штучний інтелект як один із ключових драйверів цифрової трансформації економіки. Економіка, управління та адміністрування, (3(89)), 41–46. [https://doi.org/10.26642/ema-2019-3\(89\)-41-46](https://doi.org/10.26642/ema-2019-3(89)-41-46)
3. Сторчовий М., Чукурна О. П. Стрімінгові сервіси як новий інструмент просування цифрового маркетингу. Маркетинг очима молоді : зб.статей молодих вчених та студентів за підсумками П'ятої Всеукр. студент.наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 09 черв. 2022 р. Хмельницький, 2022.С. 18–21.

УДК 316.4

Лантрат Є.О., здобувач
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

СУСПІЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ВІЙНИ

Маркетингова стратегія дуже сильно залежить від реалій нашого світу та того що у ньому відбувається. Так і в нашій країні все зараз базується на допомозі нашим військовим. І маркетинг підлаштовується під споживача та змінює свою стратегію в даних реаліях щоб бізнес міг і надалі продавати свої послуги. Тому зараз є багато факторів, які слід враховувати в умовах війни та воєнного стану:

Корисність та внесок у перемогу. Зараз дуже багато людей вважає, що деякі продукти та послуги не є актуальними в даних умовах та викликає не здорову реакцію у багатьох людей. Тому в цих умовах підприємствам доводиться доводити користь власної діяльності для суспільства, навіть коли немає прямого зв'язку між діяльністю та користю. Через це компаніям доводиться оприлюднювати всю допомогу військам або людям постраждалим у наслідок бойових дій, участь у суспільно значущих ініціативах та проектах що можуть допомогти створенню необхідного сприйняття бізнесу та продукту споживачами у даний час.

Співпраця та соціальна відповідальність. В умовах воєнного стану може знадобитись більше співпраці з іншими підприємствами та громадськими організаціями. Підприємство може використовувати свої ресурси та експертність у деяких питаннях, щоб допомогти вирішити проблеми та сприяти відновленню інфраструктури країни.

Зміна цільової аудиторії. Умови воєнного стану можуть суттєво змінити потреби та поведінку клієнтів. Підприємства повинні адаптуватись до нових реалій, переглянути свою цільову аудиторію та взяти до уваги їх потреби у даний час.

Гнучкість. Цей час може вимагати від компаній швидких змін та реагування на нові обставини. Підприємство повинно бути гнучким, швидко

адаптуватись та шукати нові можливості та інновації, щоб вижити та просувати компанію вперед.

Емоційний контекст. Воєнний стан викликає стрес та тривогу серед населення. У маркетинговій стратегії важливо враховувати емоції та почуття глядача, тому контент який переглядає людина повинен викликати спокій, надію та підтримку. Всі комунікації в даний час мають бути спрямовані на підтримку та згуртування спільноти.

Отже, маркетингові комунікації повинні бути обережними та чутливими в умовах воєнного стану та бути більш пристосованими до контексту. В такі часи варто враховувати маркетингові комунікації. Уникати експлуатації, комунікації не повинні використовувати війну та воєнні символи для власної реклами чи пропаганди. Вони мають бути етичними, уникати використання страждань людей для комерційних цілей. Бути безпечними та надійними, комунікації повинні наголошувати на надійності продуктів або послуг, що надаються, а також підкреслювати заходи, які приймаються для безпеки клієнтів. Довіра споживача допоможе зберегти відносини з клієнтом. Також важливо висловлювати співчуття і підтримку людям, які постраждали від війни. Необхідно розглянути можливість співпраці з гуманітарними організаціями або залучитися до благодійних проєктів, що надають допомогу. Не мало важливим є інформаційна прозорість, в умовах війни люди шукають надійну та актуальну інформацію. Підприємство повинно виступати як надійне джерело, що надає зрозумілі та корисні поради пов'язані з ситуацією. Комунікації повинні бути готовими до змін, гнучкими та адаптувати свої повідомлення та стратегії, щоб відповідати новим реаліям. Наголошуючи на безпеці, співчутті, прозорості та спільності інтересів, підприємство може підтримати гарний імідж та показати свою відповідальність.

Література

1. Книга «Маркетингові війни»
<https://smarttender.biz/blog/view/marketing-v-umovah-viyni-interv-yu-z-komandoyu-digital-marketing-smarttender/>
2. Книга «Кролі соціальних мереж»
<https://devisu.ua/uk/stattia/marketingovi-komunikacii-pid-chas-viyni-chi-dorechno>
3. Книга «Десять смертиних гріхів маркетингу»

УДК 004.056

Литвишко Л. О., к.е.н., доцент,
Смітюх Ю.Є., здобувачка
бакалаврського рівня вищої освіти,
Національний транспортний університет,
м. Київ, Україна

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА РОЗШИРЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

За останні десятиліття, в умовах діджиталізації економіки, відбулась трансформація світової торгівлі, все більше споживачів роблять покупки онлайн. Використовуючи інтернет-платформи та цифрові технології, компанії можуть легко здійснювати торговельні операції з клієнтами по всьому світу, не сплачуючи значні витрати. Електронна комерція – це технологія, яка забезпечує повний замкнений цикл бізнес-процесів, яка включає замовлення товару/послуги, проведення платежів з використанням цифрових технологій.

Загалом «система електронної комерції» надає певну Інтернет-технологію, яка пропонує учасникам системи наступні можливості:

– виробникам і постачальникам товарів і послуг різних категорій – представити в мережі Інтернет товари і послуги (зокрема он-лайн послуги і доступ до інформаційних ресурсів), приймати через Інтернет і обробляти замовлення клієнтів;

– покупцям (клієнтам) – переглядати каталоги і прайс-листи за допомогою стандартних Інтернет-браузерів [1].

Компанії шукають способи використання електронної комерції для розширення своїх горизонтів і залучення нових партнерів на шляху до розвитку підприємницької діяльності. Діджиталізація, сучасні інформаційні технології в бізнесі сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств, збільшенню онлайн-продаж і позитивному впливу на потенційних клієнтів [2].

Основними перевагами, які створює електронна комерція, для сучасних

фірм є [3]: доступ до ринків по всьому світу, що дозволяє збільшити продаж товарів і залучити нових клієнтів; зменшення витрат, пов'язаних з експлуатацією та орендою фізичних вітрин, що дозволяє їм встановлювати нижчі ціни на свої товари та послуги; широкі маркетингові інструменти (соціальні мережі, пошукова оптимізація), що сприяє залученню клієнтів та збільшенню доходів; клієнти хочуть зручності, що включає можливість порівнювати ціни та характеристики товарів, а також здійснювати покупки у зручний час і місці, за наявності Інтернету; функції персоналізації, які допомагають компаніям краще задовольняти потреби клієнтів; підвищення лояльності клієнтів за допомогою ексклюзивних акцій та програм винагород; автоматизація процедур, пов'язаних з продажем, що дозволяє компаніям ефективно використовувати свій час і ресурси.

Отже, електронна комерція сприяє зростанню експорту та розвитку міжнародної торгівлі. Зокрема, використання соціальних мереж, SEO та інших стратегій може збільшити доходи від експорту, спрощує для українських компаній вихід на нові міжнародні ринки, дозволяє розширити клієнтуру за межами національних кордонів. У сучасній глобалізованій економіці електронна комерція є важливим інструментом для зростання міжнародної торгівлі та розвитку підприємництва та експорту.

Література

1. Карпенко М. Ю. Електронна комерція: конспект лекцій для студентів спеціальності 073 – Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.– Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 146 с.
2. Литвишко Л.О., Безугла К.А. Цифрова трансформація бізнесу в сучасних умовах та в після воєнний період в Україні. *Управління бізнес-процесами та технолог. інновац. в сучасних умовах : Зб. матер. міжнар. наук. конф.* 10-11.11. 2023 року. Ч.1- К: НТУ, 2023. С. 151-154. URL: <http://surl.li/ntctv>
3. О.Г. Пустовіт *Можливості та переваги електронної комерції в підприємницькій діяльності // Одеський національний морський університет – 2023*

УДК 338.45: 330.32

Шевченко Я.С., аспірант
ДННУ «Академія фінансового
управління» Київ, Україна

ДЕРЖАВНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АВІАБУДУВАННЯ

Авіабудування вже понад сто років є одним з найвагоміших надбань українського народного господарства. І дотепер авіаційна сфера України зберігає свій потенціал стратегічної галузі економіки, включаючи діяльність з НДДКР та конструювання, виготовлення літаків, гвинтокрилів, БПЛА, двигунів різного призначення, а також ремонту, експлуатації та підготовки кадрів. Важливу роль авіаційна галузь повинна відігравати і у посиленні обороноздатності, транспортної зв'язаності, а також технологічному та людському розвитку країни.

Реалізація даного стратегічного потенціалу потребує вирішення цілого комплексу взаємопов'язаних завдань. Одним з ключових таких завдань є збільшення виробництва літаків вітчизняної конструкції. Проте його розв'язання неможливе без комплексної політики держави з широким колом заходів підтримки продажів на внутрішньому ринку, розвитку операційного лізингу, пільгового кредитування та інших інструментів фінансової сфери.

Хоча на авіабудування весь час виділялись якісь бюджетні кошти, проте за весь період незалежності, державної підтримки будівництва авіаційної техніки на належному рівні фактично не було. Навіть на довоєнному етапі держава більшою мірою фінансувала такі галузі, як АГП, ПЕК, сферу послуг, інфраструктуру, тоді як авіабудування отримували значно менші обсяги підтримки. Найбільші обсяги були помітні у 2009 р., коли підприємствам авіабудування було надано державних гарантій на суму 2,5 млрд грн (250 млн дол США), або трохи більше 1% бюджетних видатків того року [1]. У 2012 р. було розроблено проект найбільш амбітної програми розвитку авіаційної промисловості, яка передбачала бюджет 8 млрд дол. США, але профінансований він не був. Обсяг іноземних інвестицій в українське авіабудування за період 2009-2012 рр. не перевищив загалом 1 млрд грн. [2]. У

2021 р. було ухвалено нову Державну цільову науково-технічну програму розвитку авіаційної промисловості України, яка передбачала виділення з бюджету до 2030 р. по 2 млрд грн. щорічно [3]. Але у 2021 р. це вже складало лише 71 млн дол. США і 0,1% бюджетних видатків на рік [1].

Водночас, без вагомої державної фінансової підтримки авіабудування в жодній країні не набувало належного розвитку. Всі провідні авіабудівні країни: США, Франція, Німеччина, Бразилія, Канада та Китай мають успіх чималою мірою завдяки суттєвим бюджетним видаткам. І це не обов'язково пряме бюджетне фінансування. Сучасний арсенал державної підтримки передбачає широкий спектр інструментів від державних гарантій, податкових пільг до компенсацій за кредитами, який дозволяє з ефектом левериджу спрямовувати у галузь кошти в рази більші ніж виділені з бюджету.

Так, уряд Бразилії впродовж 2011-2018 рр. профінансував через компенсацію відсоткових ставок своє авіабудування на 20 млрд дол. США у формі кредиту зі ставкою 3-4%. Канада стимулює свою авіаційну промисловість через пряме фінансування, державні гарантії, страхування, маркетингову підтримку. У США впродовж 2008-2020 рр. державні субсидії в авіабудування склали близько 30 млрд дол. В Україні за весь час незалежності програмно було виділено менше 1 млрд дол. США на авіабудування. Закономірно, що за таких умов науковий, технологічний, технічний і виробничий потенціал галузі лише зменшувався [4].

Перспективний інструментарій держави для стимулювання розвитку вітчизняного авіабудування повинен включати такі напрямки: 1) заходи фінансової підтримки, (забезпечення конкурентних фінансових умов продажу виробленої в Україні авіаційної техніки; формування вторинного ринку авіаційної техніки; 2) заходи підтримки виробників (забезпечення модернізації обладнання та основних активів виробництва); 3) заходи підтримки експорту (в рамках діяльності ЕКА та центрів продажного обслуговування, політична підтримка процесу сертифікації вітчизняної продукції).

Особливо слід звернути увагу на хронічну проблему недофінансування розпочатих програм та проектів, зокрема тих, що проводяться в рамках

державних програм. Для успішної конкуренції на глобальному ринку необхідно своєчасно досліджувати та розробляти нові технології та опановувати сучасні критичні інновації.

Для забезпечення певного технологічної самостійності і актуального пошуку, держава та учасники галузі повинні сфокусувати бюджетні ресурси за трьома напрямками: державне замовлення значної партії вітчизняних літаків; сфера авіаційної науки та технології з акцентуацією пріоритетних напрямів досліджень; реалізація низки стратегічних ініціатив з підвищення потенціалу комерціалізації результатів виробництва та досліджень у сфері авіабудування.

Також до сфери державного інструментарію слід віднести законодавчу підтримку авіагалузі. Важливим є питання вдосконалення законодавства в частині ліцензування окремих видів авіаційної діяльності та надання податкових пільг відповідним підприємствам. Слід зазначити, що в частині оподаткування високотехнологічних галузей, які мають високий мультиплікативний ефект в економіці та створюють нові робочі місця та нові ланцюжки поставок у нашій країні, це питання має розглядатись як пріоритетне.

Вирішення зазначених питань потребує як інституційних перетворень на рівні державних органів та організацій, напрацювання стратегічних імперативів та розробки комплексного механізму державної підтримки.

Література

1. Державний бюджет. Статистичні дані. Офіційний сайт КМУ. URL: <https://mof.gov.ua/uk/previous-years-budgets>
2. Геєць І. О. Оцінка та стратегічні напрямки розвитку авіабудування України. Стратегія розвитку України: науковий журнал. 2013. № 1(2013). С. 47-52.
3. Постанова КМУ від 01.09.2021 р. № 951 «Про затвердження Державної цільової науково-технічної програми розвитку авіаційної промисловості на 2021-2030 роки». Офіційний сайт КМУ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-derzhavnoyi-cilov-a951>
4. Аналіз стану інноваційного розвитку авіабудівних підприємств в Україні. Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. 2020. 1/2 (40/41). DOI <https://doi.org/10.17721/tppe.2020.41.2>

УДК 338.4

Mozghoyi Yaroslav, PhD, Doctorate researcher,
Department of Finance, Banking and Insurance,
Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv, Ukraine

STRATEGIC MARKETING FOR IT COMPANIES IN RESPONSE TO GEOPOLITICAL AND ECONOMIC CHALLENGES

In the era of globalization, IT companies are uniquely positioned to manage the rapid pace of technological evolution alongside significant geopolitical challenges. Marketing within such environments requires not just innovative strategies but a profound understanding of digital tools to sustain operations and growth. This research delves into how IT companies operating in conflict zones like Ukraine and Israel adapt their marketing efforts to ensure resilience and capitalize on their unique circumstances to gain a competitive edge.

IT companies in conflict-affected areas face a dual challenge: maintaining operational stability and ensuring continuous market engagement. Digital marketing becomes not just a tool for growth but a critical component of survival strategy that includes the following advantages and characteristics:

- immediate reach and response: digital marketing allows businesses to reach a global audience instantly, crucial for companies in unstable regions needing to quickly shift focus away from local instability;
- cost-effectiveness: with financial pressures heightened by geopolitical risks, digital marketing offers a cost-effective solution compared to traditional media, essential for cash-strapped businesses in war-torn areas;
- flexibility and scalability: digital tools provide the flexibility to scale efforts up or down based on current conditions, a necessary feature for businesses in volatile environments.

By leveraging digital innovations to overcome geopolitical barriers IT companies that found themselves in turbulent circumstances can react more efficiently compared to their peers not utilizing mentioned approaches.

Cloud-based platforms and services enable IT companies in high-risk areas to offer uninterrupted services globally. These technologies ensure that data and essential operations can be managed remotely, minimizing the impact of local disruptions on global clients.

Social media platforms and targeted content marketing strategies can be pivotal in shaping perceptions and demonstrating resilience. IT companies can use these platforms to:

- communicate reliability: regular updates about business continuity, successful project deliveries, and client testimonials can reinforce a perception of reliability and operational strength;
- showcase innovations: sharing advancements in product or service offerings can divert attention from geopolitical risks to the company's innovative capabilities.

Search Engine Optimization (SEO) and strategic online advertising ensure high visibility in global markets, crucial for IT companies needing to assert their presence and capability amidst regional instability.

Most of the largest Ukrainian IT service providers used an aggressive digital marketing strategy to highlight their crisis management solutions during the ongoing conflict with Russia. They focused on their ability to maintain data integrity and service delivery, using blogs, webinars, and online conferences to engage potential clients.

At the same time, Israeli IT companies that focus more on investments and product oriented approach tailored their marketing messages to highlight their robust security solutions and innovative software development practices during periods of national security threats.

Marketing strategies must also directly address client concerns about stability, delivery, and continuity:

- clear communication on risk management: transparently sharing risk management and contingency plans reassures clients about the stability and preparedness of the company.
- highlighting local support: emphasizing strong local networks and government support can mitigate fears regarding operational risks.
- client testimonials and case histories: demonstrating past successes and client satisfaction during tumultuous periods can significantly boost confidence among prospective clients.

In conclusion we can mention that IT companies in conflict-ridden regions must adopt a proactive and innovative approach to marketing, utilizing digital tools to overcome geographical and geopolitical challenges. By focusing on transparency, leveraging technology, and maintaining a global perspective, these companies can not only survive but thrive, turning their geographical challenges into compelling narratives of resilience and innovation.

References

1. Bahorka M., Ustik T., Kvasova L. The place of marketing activities in the crisis management system //Three Seas Economic Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 3. – С. 15-20.
2. Bhasin R. K., Sharma M. P., Rastogi M. S. Crisis marketing: a study on turbulent marketing challenges // SocioEconomic Challenges. – 2024. – Т. 8. – №. 1. – С. 124-131.
3. Freeling A. Marketing is in crisis-can market research help? //Market Research Society. Journal. – 1994. – Т. 36. – №. 2. – С. 1-6.
4. Tomše D., Snoj B. Marketing communication on social networks: Solution in the times of crisis //Marketing. – 2014. – Т. 45. – №. 2. – С. 131-138.

УДК 659

Щербань А.М.О.,
студентка 4 курсу, групи БЗМР-20
Київського національного
університету технологій та дизайну, м. Київ, Україна
Sergio Rossi, Париж, Франція

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Персоналізація та збільшення цільового спрямування в маркетингу.

Підвищення персоналізації та цільового спрямування в сфері маркетингу є важливими аспектами у сучасному цифровому світі. Інноваційні технології дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних про споживачів, що відкриває нові можливості для точного визначення потреб та попереднього передбачення поведінки клієнтів. Це дозволяє підприємствам створювати індивідуально налаштовані пропозиції та рекламні повідомлення, що залучають увагу максимально релевантної аудиторії. Такий підхід підвищує ефективність маркетингових стратегій та сприяє побудові більш тісних взаємини з клієнтами. Тобто компанії можуть використовувати персоналізовані електронні листи з індивідуальними пропозиціями, які відповідають інтересам та попереднім покупкам клієнтів. Також, інтернет-магазини можуть пропонувати рекомендації товарів на основі попередніх переглядів або покупок користувача. Крім того, соціальні мережі дозволяють спеціалістам у маркетингу створювати індивідуальні рекламні кампанії, спрямовані на конкретні аудиторії з урахуванням їхніх інтересів, демографічних характеристик та поведінкових паттернів. Ці приклади демонструють, як персоналізація і цільове спрямування допомагають підприємствам покращити взаємодію з клієнтами та збільшити ефективність своїх маркетингових зусиль.

Наприклад, компанія Netflix використовує дані про перегляди та вподобання своїх користувачів для рекомендації вмісту, який вони можуть більш імовірно переглянути та насолодитися. Їх алгоритми аналізують історію переглядів, оцінки та звички глядачів, щоб створити індивідуалізовані списки

рекомендацій. Компанія Amazon використовує персоналізовані рекомендації товарів, враховуючи попередні покупки, перегляди товарів та поведінку користувачів на їхньому веб-сайті. Це дозволяє їм пропонувати клієнтам асортимент товарів, які найбільше відповідають їхнім потребам та вподобанням. Такі підходи до персоналізації та цільового спрямування дозволяють цим компаніям підвищити задоволення клієнтів, зробити їхні покупки більш ефективними та забезпечити високий рівень залучення та лояльності.

Отже, персоніфіковане та цільове спрямування у маркетингу, використовуючи сучасні технології, стають ключовими факторами успіху для багатьох компаній, а збір та аналіз даних дозволяє підприємствам створювати індивідуально налаштовані пропозиції, які відповідають потребам та вподобанням клієнтів. Наведені вище приклади таких компаній, як Netflix та Amazon, свідчать про ефективність цих стратегій. Завдяки персоналізації повідомлень та пропозицій, компанії можуть покращити взаємодію з клієнтами, збільшити конверсію та підвищити рівень лояльності, тому інвестування в розвиток цих підходів стає стратегічно важливим для будь-якої успішної маркетингової стратегії у цифрову епоху.

Взаємодія та залучення аудиторії. У контексті розвитку цифрових технологій в маркетингу, взаємодія та залучення аудиторії стають важливими аспектами стратегії. Завдяки впровадженню інноваційних інструментів, таких як інтерактивні веб-сайти та мобільні додатки, компанії отримують можливість активно взаємодіяти зі своїми клієнтами. Наприклад, створення цікавого та захоплюючого контенту на соціальних мережах сприяє підвищенню залучення аудиторії та створенню позитивного враження про бренд. Крім того, як відзначалося в попередньому підрозділі (1.1), використання персоніфікованих електронних розсилок та повідомлень дозволяє створювати індивідуальний підхід до кожного клієнта, що збільшує ефективність комунікації та сприяє збереженню лояльності. Таким чином, застосування цифрових технологій у

маркетингових стратегіях відкриває широкі можливості для підвищення взаємодії та залучення аудиторії, що стає ключовим фактором у конкурентному середовищі.

Візьмемо в приклад бренд Nike: вони використовують цифрові технології для створення інтерактивних додатків, які дозволяють споживачам відстежувати свої тренування, отримувати індивідуалізовані поради та мотиваційні повідомлення. Таким чином, це створює близькі взаємовідносини з клієнтами та підвищує лояльність до бренду. Ще одним прикладом є кав'ярні Joe & The Juice та Starbucks, які використовують мобільні додатки для залучення своїх покупців. Користувачі можуть замовляти напої заздалегідь, отримувати нагадування, замовляти за певний час, щоб уникнути очікування в черзі, відстежувати бонусні бали та отримувати персоналізовані пропозиції, купони та подарунки, — це все стимулює їх до повторних покупок та підтримує взаємодію з брендом.

Ці маркетингові кейси демонструють, як використання сучасних технологій у маркетингу дозволяє компаніям не лише залучати аудиторію, а й зберігати міцні взаємини з клієнтами, що є ключовим для успіху в сучасному ринковому середовищі.

Необхідність безперервної адаптації. Знаходячись в епосі розвитку цифрових технологій, важливо невпинно адаптуватися та впроваджувати маркетингові зміни у разі необхідності. Швидкий темп життя та нестабільність в онлайн-поведінці споживачів, сприяє до безупинної потреби у маркетингових спеціалістів в пошуку новітніх методів та підходів для вирішення та досягнення своїх результатів. Проте успішність в цьому середовищі вимагає не лише знання та розуміння нових технологій, але й гнучкості та швидкості реагування на зміни. Тільки ті, хто здатні адаптуватися швидко та ефективно, можуть залишатися конкурентоспроможними в цифровій епосі. У цьому контексті, кваліфіковані маркетологи постійно вдосконалюють свої стратегії, використовуючи нові інструменти аналізу даних, штучний інтелект та

автоматизовані системи. Наприклад, вони можуть використовувати алгоритми машинного навчання для прогнозування тенденцій споживання або персоналізованої реклами. Крім того, зростання важливості мобільних пристроїв вимагає від маркетологів розробки мобільних стратегій та оптимізації веб-сайтів та додатків під мобільні пристрої. Тільки шляхом постійного вдосконалення та адаптації вони можуть залишатися на першій лінії в динамічному світі цифрового маркетингу.

Наприклад, компанія Coca-Cola, яка успішно використовує цифрові технології для спілкування зі своєю аудиторією та створення вражень. Вони регулярно запускають інтерактивні кампанії на соціальних мережах, такі як конкурси та виклики, що стимулюють участь користувачів та підвищують свідомість про бренд. Наступним маркетинговим кейсом є компанія Airbnb, яка активно використовує дані про користувачів та машинне навчання для персоналізації рекомендацій щодо місць проживання та вражень. Їхні алгоритми аналізують інформацію про попередні бронювання та вподобання, коментарі та минулі запити в пошуках, щоб запропонувати унікальні пропозиції, які відповідають індивідуальним потребам кожного користувача.

Отже, це демонструє, як компанії успішно адаптуються до швидкозмінних умов у сучасному світі швидкого цифрового розвитку, використовуючи нові технології та дані для покращення своїх маркетингових стратегій та забезпечення залучення та задоволення своїх клієнтів.

Література

1. Berthon, P., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers;
2. Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271.
3. Агравал А. "Artificial Intelligence for Marketing"
4. Котлер Ф. "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital"
5. Тфіційні сайти Starbucks, Coca-Cola, Joe & The Juice, Nike, Netflix, Amazon, Airbnb.
6. "Hooked: How to Build Habit-Forming Products" автора Nir Eyal.

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Матвієнко М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сфера послуг є великим і динамічним сектором економіки провідних розвинених країн світу. Тенденції та закономірності розвитку сервісної економіки в умовах нестійкого ринкового середовища припускають її орієнтацію на задоволення попиту споживача за рахунок розвитку сервісних послуг на ринку.

Сучасний підхід у готельному маркетингу базується на концепті «the blue way» (блакитна стійкість), в основі якого:

- розвиток з урахуванням світових тенденцій галузі;
- активне впровадження інформаційних, маркетингових і технологічних інновацій;
- забезпечення комфорту, здоров'я і задоволення потреб гостей;
- урахування економічних, екологічних і функціональних аспектів;
- якість процесів;
- турбота про персонал, створення умов, можливостей і робочих місць для людей з особливими потребами;
- налагодження довготривалих зв'язків з клієнтами з метою перетворення їх на постійних гостей готелю, що гарантує отримання постійного прибутку.

Маркетинг як концепція управління готелем на відміну від його використання як допоміжної функції по забезпеченню виробництва і збуту послуг, робить акцент на орієнтацію всієї сукупності функцій на задоволення конкретного ринкового попиту різних груп споживачів, а, отже, і на облік

ринкової кон'юнктури, вивчення специфічних потреб споживачів готельних послуг.

Політика боротьби за клієнта та задоволення його запитів надає бізнесу найкращі гарантії виживання і зростання в умовах сучасної ринкової економіки. Просування готельних послуг на ринку є частиною загального комплексу маркетингу, елементом продуманої довготермінової стратегії готельного бізнесу.

Виділяють наступні маркетингові стратегії в індустрії гостинності:

Стратегія традиційного маркетингу визначає роботу готелю по формуванню цінової політики, створенні впізнаваного бренду і просування готельних послуг.

Стратегія внутрішнього маркетингу охоплює весь комплекс управлінських заходів, спрямованих на забезпечення ефективного виконання персоналом поставлених завдань для досягнення маркетингових цілей готелю і забезпечення високої якості обслуговування споживачів.

Стратегія інтерактивного маркетингу визначає ключові компетенції персоналу у сфері якісного надання готельної послуги споживачу і формування з ним довгострокових відносин в форматах B2C (Business-to-Customer Client): взаємовідносини між готелем і споживачем; C2C (Consumer-to-Consumer): взаємодії між споживачами.

Усі чинники впливу на маркетингові стратегії було об'єднано у три великі групи, які чинять безпосередній вплив на підприємство, а саме: товар / послуга, споживач, попит. Інші чинники можуть впливати опосередковано.

Маркетингова стратегія, по суті, є всеохоплюючим планом досягнення своїх маркетингових цілей і завдань, це план, який гарантує, що маркетингова тактика постійно сприяє досягненню поставлених бізнес-цілей. Тактика, з іншого боку, складається з дуже практичних маркетингових заходів, які потрібно виконувати щодня. Наприклад, публікувати повідомлення в

соціальних мережах, писати дописи в блозі, надсилати електронні листи, реклами тощо.

Отже, маркетингова стратегія туризму – це головний маркетинговий план, який включає індивідуальні тактики, розроблені з врахуванням: персони туристів; цілей поїздки; забезпечення власної мети діяльності; оптимізації веб-сайту; рекомендацій щодо платного маркетингу; календаря створення контенту.

Напрямами реалізації комплексної стратегії маркетингу готельних послуг, орієнтованої на споживача в системі підвищення клієнтоорієнтованості є орієнтація на довгострокове співробітництво зі споживачами, пропозиція споживачам інноваційних послуг і додаткового сервісу, пропозиція споживачам конкурентоспроможних цін при високій якості готельних послуг і обслуговування.

Література

1. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277> (дата звернення 03.04.2024).

2. Коваленко, Л., Нагернюк, Д. Стратегія розвитку маркетингу готельних послуг в умовах нестабільності ринкового середовища. Економіка та суспільство. № 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-24> (дата звернення 03.04.2024).

3. Іванова Л.О., Вовчанська О.М. Сучасний досвід маркетингу вражень в індустрії гостинності. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 65. С. 57-65.

4. Паславська, В., Орлова, О., Басараб, О. Маркетингові стратегії готельно-туристичного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу. Економіка та суспільство. 2021. № 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-93>(дата звернення 03.04.2024)

УДК 339.138

Головачов І., аспірант
науковий керівник к.е.н., доц. **Євсейцева О.С.**
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Правильний вибір маркетингових стратегій залежить від правильно поставлених маркетингових цілей та маркетингових методів які використовуються для їх досягнення. Як правило, це комплекс маркетингових методів, які включають збір даних про цільову аудиторію, аналіз конкурентів, впровадження і порівняння тих чи інших методик для вибору оптимальних. Розглянемо маркетингові інструменти, за допомогою яких підприємства досягають своїх цілей та реалізують стратегії. Оскільки сьогодні набагато простіше розпочати бізнес в інтернеті, сфокусуємось на інструментах для онлайн-маркетингу, а саме:

1. **Контент-маркетинг.** Принцип роботи контент-маркетингу полягає у тому, що потенційні клієнти бачать, читають, використовують ваш контент, і таким чином підвищується їхня довіра до бренду і в майбутньому ці люди ймовірніше стануть покупцями. Важлива складова контент-маркетингу, це просування контенту. Щоб клієнт оцінив статтю чи інфографіку, він має їх спочатку побачити. Для просування використовують мультипосилання, анонси в соцмережах, таргетовану рекламу, email розсилки, push-повідомлення у браузері, розсилки в месенджерах. Три основні платформи для розміщення контенту, це сайт, лендінг та блог.

Сайт. Як інструмент контент-маркетингу сайт має вирішувати такі завдання: розповідати про продукт; надавати докази: відгуки клієнтів, відео про продукт, результати тестування, сертифікати; відповідати на запитання; давати зрозумілу інформацію про вартість, умови оплати та доставки.

Лендінг. Компанії створюють лендінг під конкретний запит, тому на лендінгу, як правило, просувають один продукт або послугу. Якщо ви пропонуєте товари імпульсного попиту, використовуйте лендінг для продажу. А якщо клієнтам потрібно багато часу для прийняття рішення про покупку, продавати з лендінгу не вийде. У цій ситуації лендінг допоможе зібрати контактні дані лідів, з якими потім працюватимуть менеджери з продажу та маркетологи.

1. Блог. Це канал спілкування компанії із аудиторією. Він формує імідж бренду та залучає трафік з пошуку, відповідаючи на інформаційні запити користувачів. Блог може розміщуватися на сайті та на зовнішніх майданчиках.

2. Email маркетинг. Це спосіб просування продуктів чи сервісів через email розсилки. Email маркетинг є топовим інструментом digital media, здатним не лише залучати та утримувати клієнтів, а й підвищувати лояльність до бренду.

3. SEO. Це один із основних інструментів просування бізнесу інтернет, який допомагає підняти сайт у результатах видачі пошукових систем. Основне завдання SEO, регулярно проводити внутрішню і зовнішню оптимізацію сайту, тобто робити так, щоб сайт відповідав вимогам пошукових систем і допомагав користувачам отримати необхідні відповіді. Це допоможе йому правильно ранжуватися за пошуковими запитам та просуватися у топ видачі.

4. Реклама в інтернеті. Один із основних інструментів інтернет-маркетингу — платна реклама. Вона дозволяє одразу отримати трафік на сайт, лендінг, сторінку у соцмережах. Реклама працює для товарів та послуг, на які є сформований попит: одяг, косметика, книги, техніка та інше.

5. Чат-боти. Чат-бот це віртуальний помічник, що імітує спілкування з реальною людиною за заданим сценарієм. Ви можете створювати чат-боти в Telegram, Instagram, WhatsApp, Facebook, Viber, щоб ділитися контентом,

пропонувати свої послуги та товари, обробляти замовлення та скарги користувачів. У SendPulse можна створити 3 чат-бота безкоштовно.

Використовуючи у своїй діяльності розглянуті маркетингові інструменти, бізнес зможе побудувати ефективну комунікацію з клієнтами, залучити нову аудиторію та відчутно підвищити свої продажі.

Література

1. Лишенко М.О., Гуляєва В.В., Васильченко О.В. Система організації та управління маркетингом на підприємстві. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/42.pdf (дата звернення: 15.12.2021).

2. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Савіцький Н.Ю. Застосування сучасних інструментів маркетингу в умовах інноваційної економіки. Агросвіт. 2019. С. 19–23. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2802&i=2> (дата звернення: 05.12.2021).

УДК 339.138

Казнодій В., аспірант
науковий керівник к.е.н., доц. **Євсейцева О.С.**
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КРЕАТИВ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ТВОРЧОСТІ У ПРЯМИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Прискорений розвиток рекламної справи в усьому світі, охоплення нею дедалі більшої частини людських ресурсів, аспектів економіки і виробництва призвели до того, що реклама перетворилася на окремий вид людської діяльності, це рекламний бізнес. Запорукою його успіху є якісне, професійне створення рекламних звернень, так, щоб вони мали максимальну ефективність комунікативного впливу на цільову аудиторію. Саме це лежить в основі рекламного креативу – діяльності, яка поєднує в собі і творчість, і

прагматичність. Вона охоплює всі етапи, починаючи від розробки рекламної ідеї, завершуючи її практичним утіленням у життя.

Креатив – це діяльність людини, спрямована на пошук елементів нового, вдосконалення, збагачення, розвитку з комерційним змістом.

Рекламний креатив – це інструмент конкурентної боротьби за переваги, він є частиною великого рекламного процесу, спрямований на кінцевий результат і означає мистецтво створювати рекламні звернення так, щоб вони принесли найбільший ефект.

Основні завдання рекламного креативу:

1. Мотивувати повторні купівлі у рекламному зверненні.
2. Змусити споживача за допомогою рекламних звернень полюбити певний бренд, тоді він сам не буде звертати увагу на конкурентів.
3. Підкріплювати раціональні аргументи на користь товару емоційними аргументами.
- 4 Створювати рекламні звернення так, щоб бренд, який рекламується, не був просто носієм певних характеристик, а був джерелом додаткових винагород із сфери емоцій.
5. Креатив має залишити після себе приємні враження на людину: сильні, щоб спонукати до дії і конкретні – щоб дії прив'язати до товару, який рекламується.
6. У рекламних зверненнях сформулювати чітке уявлення про те, яким повинна побачити і запам'ятати бренд аудиторія.
7. Розробляти та доповнювати бренд у прив'язці до реальної ситуації та корпоративного стилю.
8. Створювати звернення у вигляді рекламного діалогу.
9. Не розпочинати рекламну діяльність з визначення жанру та підлаштування його під зміст.

10. Сухі цифри, які, безумовно, мають підкреслювати унікальну торговельну пропозицію, іноді краще замінити емоційними виразами, щоб споживачеві легше було сприймати суху інформацію.

11. Не обіцяти зробити переворот світогляду, здійснити мрії, змінити соціальний статус споживача тощо.

Рекламний креатив має ряд особливостей, які відрізняють його від чистого мистецтва:

1. Прагматичний підхід у створенні рекламних звернень, який виявляється у досягненні комерційної мети як для рекламодавця, так і для самого креатора.

2. Рекламні звернення створюються з орієнтуванням не на окремого індивіда (споживача), а на їх групу.

3. Проектний характер реклами, тобто поєднання прагматичної реклами, яскравих художніх прийомів і стереотипів.

Прямий маркетинг, це вид просування, який передбачає передачу інформації про продукт, послугу або компанію безпосередньо клієнтові. Таким чином, всю рекламну інформацію цільова аудиторія отримує без посередників і третіх осіб.

До стратегій прямого маркетингу належать email розсилки, друкована та онлайн-реклама, маркетинг на основі баз даних, зовнішня реклама, SMS, телефонні дзвінки та інше. У той час, як інші рекламні методи націлені на інформування потенційних клієнтів про послуги та продукти бренду, прямий маркетинг націлений виключно на мотивацію користувача до прийняття рішень. Такий підхід допомагає досягти результатів завдяки використанню СТА, які спонукають клієнтів до дії.

Сьогодні вже зовсім недостатньо створити вдалий товар, призначити відповідну ціну та сформувані відповідні канали розподілу. Необхідно

проінформувати покупців про існування даного товару, запевнити та переконати їх в необхідності покупки. Для виконання цих функцій в арсеналі роботи підприємства на ринку повинна існувати креативна система маркетингових комунікацій, яка реалізується в рамках маркетингової політики комунікацій. Реклама в цифрову епоху дає брендам безпрецедентну здатність орієнтуватися на велику кількість людей та охоплювати свою публіку. Фактично, креативність стала ще більш важливою ніж кілька років тому і аудиторія все частіше відмовляється від традиційних рекламних платформ.

Література

1. Digital marketing trends to take advantage of now. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2022/11/15/2023-digital-marketing-trends-to-take-advantage-of-now/?sh=5e0b520561f4> (date of access: 28.05.2023).
2. Shevchenko A., Borysenko O. Marketing approach to the formation of management system for enterprise strategic development in the context of globalisation. The Journal of International Legal Communication. 2021. Vol. 1. P. 186–196. URL: <https://doi.org/10.32612/uw.27201643.2021.1.pp.186-196> (date of access: 28.05.2023).
3. Hrynychuk Yu. S., & Koval, N. V. (2021). Kreatyvnyi menedzhment [Creative management]. Bila Tserkva: Bilotserkivdruk [in Ukrainian].

УДК 339.138

Гушла В.В., студентка,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Наразі безпрецедентними можливостями в системі залучення споживачів є цифрової маркетинг, але не всі компанії, ще це розуміють. Сьогодні, суспільство багато часу проводить в цифровому світі, таким чином маркетингологи повинні приділяти роботі в цієї площини більше уваги, ніж в традиційній. В США, вже декілька років поспіль витрати на цифрову рекламу перевищують витрати на телевізійну. Згідно даним медійного агентства Magna, в деяких галузях компанії витрачають більше 40% від свого рекламного медіа-бюджету на цифрові маркетингові технології. Цифровий маркетинг (англ. digital marketing) – це маркетинг, що забезпечує взаємодію з клієнтами та бізнес-партнерами з використанням цифрових інформаційнокомунікаційних технологій та електронних пристроїв [1].

До розповсюджених методів цифрового маркетингу відносяться пошукова оптимізація (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг впливу, автоматизація контенту, компанійний маркетинг, data-driven маркетинг, e-commerce маркетинг, маркетинг у соціальних мережах (SMM) тощо. Слід відмітити, що з розвитком цифрових технологій у світі змінюється спосіб взаємодії людей з Інтернетом.

Основними трендами розвитку цифрового маркетингу у світі є розробка та застосування таких інструментів, як: 1) чат-боти та штучний інтелект; 2) інфлюенсери та нативна реклама; 3) відеомаркетинг; 4) мобільний пошук і мікромоменти; 5) соціальні мережі; 6) захист персональних даних. У сучасному бізнессередовищі використання цифрових технологій стало одним із найефективніших. Виходячи з наведених вище основних тенденцій розвитку

цифрового маркетингу в світі, варто зазначити, що інтенсивний розвиток цифрових технологій позитивно впливає на розвиток дистанційних сервісів і каналів обслуговування клієнтів, що в свою чергу зменшує частку витрати на стандартні компоненти маркетингу за рахунок оптимізації бізнес-процесів організацій та високий внесок у розвиток цифровізації бізнесу. Розвиток чат-ботів у сфері обслуговування клієнтів розширює свої обсяги, що дозволяє реалізувати індивідуальний підхід до клієнта, підвищити лояльність та збільшити обсяг онлайнпродажів, підвищити якість обслуговування та обслуговування. Нові знання, нові навички та нові підходи потрібні сьогоднішнім і майбутнім маркетологам не лише для розуміння мінливого маркетингового середовища, яке підтримується технологіями, але й для розуміння та спілкування з новим клієнтом. Саме цифровий маркетинг є швидким інструментом подолання розриву і досягнення порозуміння між брендами та їх аудиторіями.

За останні кілька років маркетинг у соціальних мережах став однією з найпопулярніших і найуспішніших форм цифрового маркетингу. Завдяки величезній базі користувачів таких мереж, як Facebook та Instagram, рекламодавці можуть охопити мільярди потенційних клієнтів. Серед багатьох переваг використання платформ соціальних медіа в бізнес-цілях професіонали галузі особливо цінують збільшення популярності своїх брендів і продуктів, а також збільшення трафіку на своїх веб-сайтах. Більше 28 млн різних користувачів, що становить більше 64% населення України активно використовують соціальні мережі в своєму повсякденному житті. Це означає, що рекламодавці з великою вірогідністю можуть знайти свою цільову аудиторію серед людей, що використовують соціальні мережі за допомогою інструментів SMM. Більше того, це дозволило легше здобувати інформацію про своїх клієнтів і їх вподобання. Проте, зростання кількості отримуваної інформації стало передумовою виникнення нових потреб, пов'язаних з

пошуком інструментів аналізу великих об'ємів інформації, а також – механізмів захисту конфіденційності отриманої інформації. Тому активного розвитку здобули такі інструменти, як штучний інтелект (Artificial Intelligence – AI) та машинне навчання (Machine learning – ML). AI та ML все частіше використовуються для оптимізації та персоналізації цифрових маркетингових зусиль, зокрема, у сферах пошукової оптимізації (SEO), створенні контенту та рекламі. Завдяки великій кількості користувачів соціальних мереж розвиваються різні додатки: Facebook, Telegram – як платформи зручного і швидкого спілкування; Instagram, TikTok – як можливість зручного перегляду медіа-матеріалів; LinkedIn – як канал зв'язку між потенційними працівниками і роботодавцями; Twitter – як майданчик обміну думками із широким публічним колом людей шляхом текстових постів тощо.

Отже, інтенсивний розвиток та використання цифрових інформаційно-комунікаційних технологій в сучасному глобалізованому інформаційному суспільстві обумовив активне запровадження цифрового маркетингу в підприємницькій діяльності. Використання підприємствами інструментів і методів цифрового маркетингу суттєво впливає на поведінку цільової аудиторії, активізує програми лояльності, сприяє посиленню іміджу, досягненню запланованих маркетингових цілей, конкурентних позицій підприємств і в цілому підвищує ефективність підприємницької діяльності. І ці тенденції будуть тільки посилюватися.

Література

1. Сайт журналу "Маркетинг і цифрові технології". URL: <https://mdt-ori.com.ua/index.php/mdt/editorialboard> [in Ukrainian].
2. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. Маркетинг і цифрові технології. 1 (1). С. 20–33.
3. Карпіщенко О.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій / О.О. Карпіщенко, Ю.Є. Логінова // Електронний архів Сумського державного університету [Електронний ресурс]– URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua>.

УДК 338.640

Григоревська О.О., к.е.н., доцент,
Черемісін М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ДИЗАЙНУ СТРАВ НА СПОЖИВАЦЬКИЙ ПОПИТ

Споживач може оцінювати вибір за одним або кількома критеріями. Критерії (показники) – це бажані результати покупки і споживання, що виражаються у формі певних атрибутів, яким споживач надає перевагу. Ними можуть бути: дизайн товару, колір, ціна, місце купівлі, виробник, бренд чи торгова марка, термін придатності чи експлуатації, гарантії, сервіс, новизна товару, функціональні характеристики тощо. Кожен з цих показників має певну значущість для споживача. Критерії оцінювання залежать від індивідуальних і споживчих характеристик споживача, впливу зовнішнього середовища, ситуаційних чинників. У різних ситуаціях споживач може обрати різні критерії оцінювання, по-різному розглядати їх значущість. Споживач обирає товар, який задовольняє його мінімальні вимоги за кожним критерієм оцінювання. Якщо хоч один атрибут товару (за одним критерієм) не буде відповідати мінімальним вимогам, то споживач не обере даний товар.

Реакція споживачів на спонукальні чинники маркетингу та інші подразники багато в чому залежить від того, як вони сприймаються, опрацьовуються та засвоюються цільовою аудиторією. Основне, що слід усвідомити маркетологам, це те, що товари самі по собі не володіють закладеними у них сприйняттями моди, стилю, соціального статусу та інше, вони набувають таких характеристик тільки у свідомому сприйнятті споживача, на яке можна впливати та формувати за допомогою інформаційного поля. Хоча основна частина досліджень в цьому напрямку спрямована на вивчення реакції споживачів, спричиненої рекламною діяльністю, проте їх результати можуть також успішно використовуватися і в інших сферах комунікацій, включаючи

особистий продаж, дизайн упаковки, розробку торгових марок, підготовку торгового персоналу тощо. Оскільки поведінкова реакція споживача на спонукальні чинники маркетингу залежить від того, які психологічні процеси відбуваються у свідомості людини, то їх розгляд допоможе зрозуміти і виділити ті фактори, які впливають на ймовірність проходження подразника через окремі етапи процесу обробки інформації.

Вчені всього світу проводять різноманітні дослідження у сфері нейрогастрономії та гастрофізики, які підтверджують надзвичайну важливість дизайну та презентації страв, а також вивчають вплив зовнішнього вигляду їжі на смакові відчуття та сприйняття споживачів. В той же час залишається багато рестораторів що концентрують свою увагу лише на смакових характеристиках страв та економічній ефективності включення тих чи інших позицій до свого меню.

Дизайн і презентація страв дуже важливі для сучасного ресторану. Одні й ті самі інгредієнти та рецепти можна продати значно дорожче, якщо зробити подачу страви вишуканою. Гості ресторанів віддають перевагу сучасним трендам та технологіям у порівнянні із класичною школою кулінарного мистецтва.

Результати дослідження вчених [1], [2] свідчать про великий вплив зовнішнього вигляду страв на сприйняття їх вартості. Більш вишукані страви здаються відвідувачам ресторанів більш коштовними, а красиві фотографії нерідко мотивують зробити певний вибір по меню. Отже шеф-кухарям та рестораторам слід приділяти велику увагу не лише роботі із смаком страв, а й дизайну і презентації, вивчати сучасні тренди кулінарного мистецтва та постійно розвиватися у цій сфері.

Література

1. Федосова, К. (2021). Дослідження впливу дизайну та презентації ресторанних страв на споживачів. Економіка та суспільство/ № 34. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-91>

2. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства Ефективна економіка № 4, 2017 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5522> (дата звернення 04.03.2024).

УДК 005.591.6:332.3:631.11

Сергієнко С. С., здобувач вищої освіти,
Полтавський державний аграрний
університет, м. Полтава, Україна

ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для оцінювання ефективності інноваційного менеджменту в землекористуванні аграрних підприємств необхідно визначити оцінки кадрової, інвестиційної, техніко–технологічної, ринково–інформаційної та інституційно–безпекової складових спроможності підприємства до інноваційної діяльності в даній галузі. Кожна із цих складових визначається певною множиною показників [1-6].

Позначимо множину показників для оцінювання кадрової складової через G_1 , інвестиційної складової – через G_2 , техніко–технологічної складової – через G_3 , ринково–інформаційної складової – через G_4 , інституційно–безпекової складової – через G_5 , а множину всіх показників, на основі яких визначається ефективність інноваційного менеджменту в землекористуванні аграрних підприємств, – через G . Показники, що включаються до множини G_i , позначимо через g_{ij} . Мають місце співвідношення:

$$G_i = \{g_{ij}\}_{j=1}^{n_i}$$
$$G = \bigcup_{i=1}^5 G_i = \{\{g_{ij}\}_{j=1}^{n_i}\}_{i=1}^5$$

де n_i – кількість показників в множині G_i .

Відібрані для дослідження показники та їх розподіл між множинами G_i відображені в таблиці 1.

Таблиця 1

Показники для оцінювання спроможності підприємства до інноваційної діяльності в землекористуванні [складено автором]

| Позначення | Показник | Одиниця вимірювання |
|--|--|---|
| Кадрова складова | | |
| g ₁₁ | Питома вага персоналу підприємства, здатного до впровадження інновацій в землекористуванні (далі ІЗ) | Відсотки |
| g ₁₂ | Інвестиційна складова спроможності підприємства до інноваційної діяльності в землекористуванні | Відсотки |
| Інвестиційна складова | | |
| g ₂₁ | Власні інвестиції підприємства, залучені в ІЗ | Тис. грн. на гектар |
| g ₂₂ | Запозичені підприємством інвестиції, залучені в ІЗ | Тис. грн. на гектар |
| g ₂₃ | Коефіцієнт достатності власних коштів підприємства для впровадження ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₂₄ | Коефіцієнт доступності кредиту для здійснення підприємством інноваційної діяльності в землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₂₅ | Коефіцієнт прозорості процедури подання та реєстрації кредитної заявки від підприємства для здійснення інноваційної діяльності в землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| Техніко–технологічна складова | | |
| g ₃₁ | Кількість інноваційних проєктів в землекористуванні, що реалізуються підприємством | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₃₂ | Питома вага впроваджених нових технологічних процесів у землекористуванні до загальної кількості впроваджених нових технологічних процесів на підприємстві | Відсотки |
| g ₃₃ | Питома вага вартості придбаної підприємством нової техніки та технологій у землекористуванні до загальної кількості | Відсотки |
| g ₃₄ | Рівень ефективності інноваційного менеджменту в землекористуванні підприємства | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| Ринково–інформаційна складова | | |
| g ₄₁ | Коефіцієнт наявного досвіду у підприємств із програм мобільності зі стейкхолдерами щодо інноваційної діяльності в галузі землекористування | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₄₂ | Частка використання аутсорсингу в інноваційній діяльності у землекористуванні підприємства | Відсотки |
| g ₄₃ | Рівень достатності ЗМІ у регіоні, орієнтованих на розвиток ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₄₄ | Рівень обізнаності підприємців про заходи, програми та інноваційні проєкти в землекористуванні, які реалізуються на державному та регіональному рівні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₄₅ | Рівень обізнаності підприємців про наявні та перспективні кредитні програми, інвестиційні заходи з підтримки інноваційного розвитку в землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₄₆ | Коефіцієнт частоти взаємовідносин підприємців в галузі землекористування із ЗМІ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₄₇ | Коефіцієнт частоти участі підприємців у ярмарках, виставках, на яких представлені інноваційні продукти в галузі землекористування | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| Інституційно–безпекова складова | | |
| g ₅₁ | Коефіцієнт ефективності нормативно–правових актів, що регулюють інноваційну діяльність у землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₂ | Коефіцієнт правозастосовних механізмів щодо інноваційної діяльності у землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₃ | Коефіцієнт узгодженості державних та регіональних нормативно–правових актів у землекористуванні | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |

| | | |
|-----------------|--|---|
| g ₅₄ | Коефіцієнт інституційної забезпеченості послуг підприємству–новатору на усіх етапах життєвого циклу ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₅ | Коефіцієнт ефективності хеджування ризиків в процесі здійснення інноваційної діяльності в землекористуванні підприємства | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₆ | Коефіцієнт захищеності інформації підприємства щодо ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₇ | Рівень достатності розвитку стимулюючих інституцій щодо впровадження підприємством ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |
| g ₅₈ | Рівень задоволення потреб підприємства в інноваційних центрах, провайдингу та комерціалізації ІЗ | Безрозмірний коефіцієнт, область зміни [0; 1] |

На основі даних показників визначаємо інтегральні оцінки для кожної складової спроможності підприємства до інноваційної діяльності. Позначимо інтегральну оцінку складової, що визначається множиною показників G_i , через W_i . Ця оцінка являє собою функцію від показників g_{ij} , тобто $W_i == f_i(g_{i1}, g_{i2}, \dots, g_{in_i})$.

Даний авторський методичний підхід доцільно апробувати на конкретних аграрних підприємствах з використанням експертного середовища в динаміці.

Література

1. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Баган М. В., Діденко С. М., Дробязко А. О. Вплив результативності управлінських рішень на процес використання стратегічного потенціалу підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023, Том 8, Вип. № 4. С. 82-86.
2. Калініченко А.В., Костоглод К.Д., Протас Н.М. Використання оптимального програмування при розв'язанні задач сільськогосподарського виробництва: Навчальний посібник. Полтава: ПДАА, 2019. 110 с.
3. Коробова М. В., Ляшенко І. М., Столяр А. М. Основи математичного моделювання економічних, екологічних та соціальних процесів. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2006. 304 с.
4. Кот О.В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення. *Проблеми науки*. 2008. № 9. С. 30-37.
5. Khodakivska, O., Martyniuk, M., Lupenko, Y. Prospective analysis of the implementation of the “green” economy in the agricultural sector of Ukraine for the next 10 years. *Scientific Horizons*. 2023. Vol. 26(10). pp. 163–179
6. Kulinich T., Berezina L, Bahan N., Vashchenko I., Huriievskaya V. Application of project management: lean technologies and saving manufacturing (aspects of management and public administration). *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21 No. 5. pp. 57–68.

УДК 339.138.1:004.896.2

**Біловодська О.А.,
Руденко М.О.**

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

РИНОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: МОНІТОРИНГ З ВИКОРИСТАННЯМ ОНЛАЙН-СЕРВІСУ GOOGLE TRENDS

Консалтингова послуга є послугою формату B2B, що полягає у наданні експертних рекомендацій щодо різних напрямків ведення бізнесу. Можна також відзначити, що це інтелектуальний продукт, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування з юридичних, управлінських, фінансових, кадрових, інвестиційних та інших питань. Основним завданням консалтингу є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських задач та проблем економічного розвитку, оптимізації бізнес-процесів, покращенні ключових показників компанії (наприклад, ліквідність, прибутковість, рентабельність, ринкова вартість тощо), а також підвищенні ефективності функціонування підприємств в цілому [6].

Сфера консалтингу відносно нова для українців. Перші великі консалтингові компанії почали працювати в Україні у 2005-2010 роках. Наприклад, світовий лідер у сфері консалтингу McKinsey & Company зайшов на ринок лише у 2007 році. Станом на 2021 рік, всього в Україні функціонувало близько 5 тисяч консалтингових компаній [7].

В Україні до консультантів компанії раніше звертались вже тоді, коли ситуація ставала безвихідною, а, наприклад, у США - навпаки, на початку виникнення проблем, адже набагато простіше і ефективніше зробити щось ще до початку проблеми, що їй перешкодить і до того, як вона виникне, чим боротися з наслідками [3]. Тим не менш Україна не стоїть на місці і консалтингові послуги набирають все більшого попиту з кожним роком, змінюється і культура сприйняття консалтингових послуг, тому для багатьох

керівників вже є нормою звертатись до консультантів ще на початку виникнення проблем. При цьому до послуг консалтингових компаній найчастіше вдаються великі й середні підприємства України. Здебільшого консультанти користуються попитом у таких галузях економіки, як важка промисловість, нафтогазова сфера, харчова промисловість, енергетика, банківська сфера, машинобудування, телекомунікації [4].

В секторі надання консалтингових послуг в Україні працюють багато іноземних і вітчизняних компаній. Так, Ковальська К. В., Пастушенко Р. М. виділили три типи консалтингових компаній на українському ринку [1]: 1) великі міжнародні компанії (McKinsey& Partners, Bain, Roland Berger&Partners, Dr. Wieselhuber & Partners, аудиторські компанії «Великої четвірки»: Deloitte & Touche, Pricewaterhouse Coopers, Ernst & Young, KPMG та ін.), частка послуг яких переважає на ринку. Вони пропонують широкий асортимент консалтингових послуг, зокрема у сфері менеджменту, аудиту, маркетингу, інвестицій, оподаткування, розвитку бізнесу тощо; 2) великі багатофункціональні українські консалтингові компанії (Укрбізнесконсалтинг, Київська консалтингова група, Континент-консалтинг тощо), які працюють у сферах маркетингових досліджень, фінансового консалтингу, реструктуризації підприємств, розвитку бізнесу тощо; 3) дрібні українські консалтингові фірми, які мають певну спеціалізацію або обслуговують підприємства певного сектора економіки та/ або пропонують певний тип консалтингових послуг, наприклад послуги з маркетингових досліджень, юридичні послуги, послуги з оцінки майна, бухгалтерського обліку та оподаткування тощо.

Delo.ua створило добірку вітчизняних консалтингових компаній, що пропонують широкий спектр послуг та можуть сприяти розвитку бізнесу (табл. 1). Дослідження ґрунтується на оцінці таких критеріїв, як походження з України (враховуючи важливість підтримки національної економіки для досягнення перемоги), а також надання повного комплексу консалтингових

послуг та наявності бек-офісу (включаючи можливість надавати консультації у сферах стратегічного управління, маркетингу, фінансів, управління персоналом, юриспруденції тощо).

Таблиця 1

Рейтинг найкращих гравців на ринку консультаційних послуг в Україні
(побудовано на основі [5])

| Назва | Коротка характеристика |
|-------------------------|---|
| EBS | працює в Україні з 1998 року і початково мала за ціль стати ключовим консультувальним центром, надаючи підтримку новим гравцям на ринку та допомагаючи вирішувати щоденні завдання українським компаніям та міжнародним інвесторам. Компанія надає управлінський консалтинг, спрямований на автоматизацію бізнесу, оптимізацію процесів, підвищення їх результативності, що дозволяє налагодити взаємодію і оптимізувати всі робочі процеси та інші послуги |
| Nota Group | працює на українському ринку з 2016 року, надаючи підтримку в запуску нового бізнесу, трансформації, масштабуванні та розширенні існуючих підприємств. Компанія пропонує індивідуальні рішення для бізнесу з питань збільшення прибутковості, обсягу, потужностей та географічного розширення |
| FIRM.UA | надає підтримку приватним підприємцям та малому та середньому бізнесу в Україні з 1999 року. Компанія допомагає у реєстрації бізнесу, отриманні ліцензій, сертифікатів та інших процедур, а також надає консультування та розробляє бізнес-плани для підприємців. FIRM.UA має досвід у веденні фінансового обліку, кадрів, аудиту компанії, а також допомагає в створенні та ліквідації підприємств |
| Innova Consulting Group | працює на ринку підтримки бізнесу з 2012 року, надаючи різноманітні послуги, включаючи юридичні, аудиторські, маркетингові, ріелторські, інвестиційні та тренінгові послуги. Послуги Innova Group дозволяють підприємствам звільнити час, зв'язаний з рутинними операціями, щоб зосередитися на стратегічному розвитку та масштабуванні, збільшуючи конкурентоспроможність |
| Key Solutions | працює на українському ринку більше 12 років, надаючи послуги з бухгалтерського обліку, податкового планування та консалтингу для підприємців. Компанія надає послуги в різних містах України та за кордоном. Сфера діяльності компанії включає такі напрямки, як аудит фінансової звітності, організацію та ведення бухгалтерського обліку, консалтинг (фінансове планування, розробка фінансової моделі бізнесу, системи управлінського обліку) та ін. |

Варто також зазначити, що до сьогодні в нашій країні так і не сформовано на державному рівні єдиного підходу до збору та аналізу даних щодо консалтингових послуг. Це зумовлено передусім відсутністю виокремлення управлінського консультування як окремого виду діяльності, які регламентовані Державним класифікатором видів економічної діяльності в

Україні, що не дає можливості вести статистичну звітність підприємств за даним напрямом діяльності. Також виникають труднощі визначення структури та напрямів співпраці українських підприємств із консультантами, що зумовлює відсутність відповідних форм регламентації відповідних витрат у фінансовій звітності компаній [2].

За допомогою використання онлайн-сервісу Google Trends проаналізуємо зацікавленість споживачів у послугах консультантів, що дозволяє досліджувати попит через популярність пошукових запитів. Ми використали 3 найпопулярніші запити «консалтинг+консалтинг для бізнесу+хто надає послуги консалтингу в Україні» (рис 1).

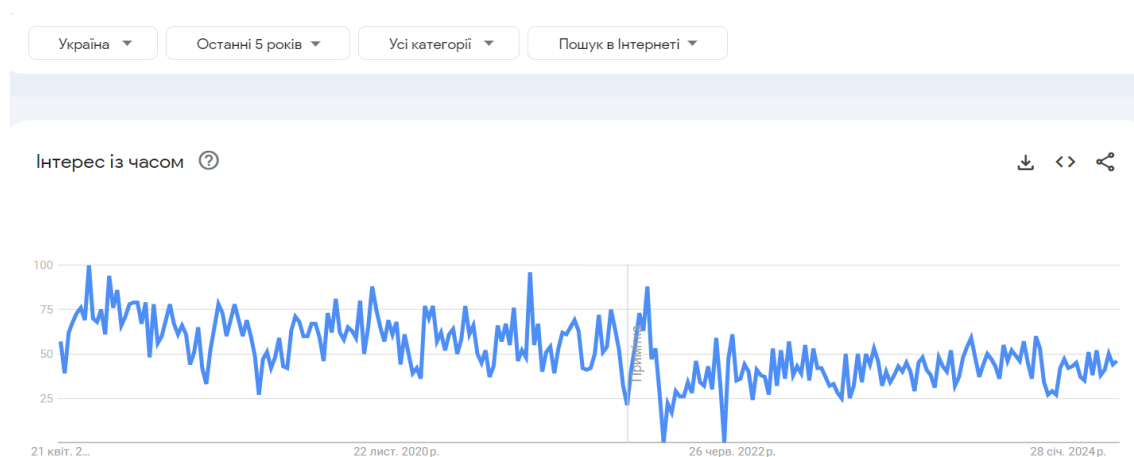


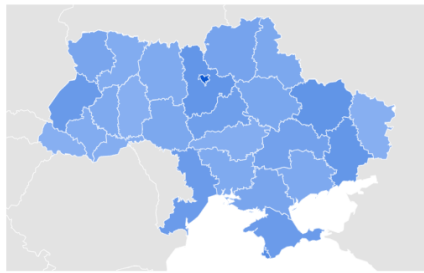
Рис. 1. Пошукові запити консалтингових послуг в Україні
з 21.04.2019 р. по 21.04.24 р.

Бачимо, що за період весна 2019 р.-лютий 2022 р. зацікавленість у послугах постійно змінювалася, то періодично зростала, то падала, а найбільше падіння сталося з введенням локдауну у березні-квітні 2020 р. Проте до початку 2022 року попит зміг відновитися. А вже з 24.02.2022 р. популярність запитів погіршилася суттєво, що пов'язано з початком повномасштабного вторгнення, внаслідок якого багато компаній зникли, перемістилися чи не мали можливості звернутися до спеціалістів через фінансові труднощі.

Використовуючи Google Trends, ми також можемо проаналізувати географічну складову ринку консалтингових послуг (рис. 2).

Популярні запити за територіальними одиницями ?

Субрегіон ▾ ⬇ ⬅ ➦



| | |
|----------------------|-----|
| 1 місто Київ | 100 |
| 2 місто Севастополь | 51 |
| 3 Харківська область | 45 |
| 4 Київська область | 44 |
| 5 Донецька область | 43 |

Рис. 2. Популярні запити за територіальними одиницями.

Отже, найбільша частка зацікавлених у послугах є в м. Київ. Вдвічі менший попит у м. Севастополь, ще менше, але майже однакове значення у Харківській, Київській та Донецькій областях. Це дозволяє припустити, що для консалтингових компаній найвигіднішим є розміщенням у столиці, проте варто розуміти і те, що саме в м. Київ найбільша конкуренція на ринку.

Література

1. Ковальська К. В., Пастушенко Р. М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у контексті пост-кризового періоду в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 8. С. 194–200. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/8/45.pdf>.

2. Мазур Н., Ніколашин А. РИНОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА СВІТУ В УМОВАХ ЗМІН. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-15>.

3. Поняття і характеристика консалтингу. *Vuzlit*. URL: https://vuzlit.com/2165590/ponyattya_harakteristika_konsaltingu

4. Принципи існування українського консалтингу. *MBATIME4U*. URL: <https://mbatime4u.com/uk/osobennosti-konsaltinga-na-ukrainskom-rynke/>

5. Таранова Є. Business support 2023: п'ять провідних українських консалтингових компаній – Delo.ua. Останні новини України та світу онлайн - Головний діловий портал Delo.ua. URL: <https://delo.ua/business/business-support-2023-pyat-providnix-ukrayinskix-konsaltingovix-kompanii-424308>.

6. Характеристика та еволюція міжнародного консалтингу. *KhNUE Personal Learning Systems*. URL: https://pns.hneu.edu.ua/pluginfile.php/695169/mod_resource/content/0/Лекція%20Тема%201.Характеристика%20та%20єволюція%20міжнародного%20консалтингу%20.docx.

7. Як обрати якісний консалтинг: red flags та виклики сфери. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/04/26/699505/>

УДК 339.138:658.56

Білуха М.А.,
Сумський державний педагогічний університет
імені А.С.Макаренка, м. Суми, Україна

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДИСТРИБУЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ДЛЯ ПРОДАВЦІВ ТА ПОКУПЦІВ

Війна в Україні справила колосальний вплив на ринок електронної комерції, і це неможливо заперечувати. Так, за даними Statista [2], ринок eCommerce в Україні показував стабільне зростання в останні роки до початку повномасштабного вторгнення. І вже у 2022 році на тлі повномасштабного вторгнення росії в Україну обсяги знизилися майже у 12 разів і склали всього 295,85 млн доларів США. При цьому просідання спостерігається у всіх сферах, особливо в сегментах моди, меблів, іграшок і хобі, краси та здоров'я, електроніки тощо (рис. 1).

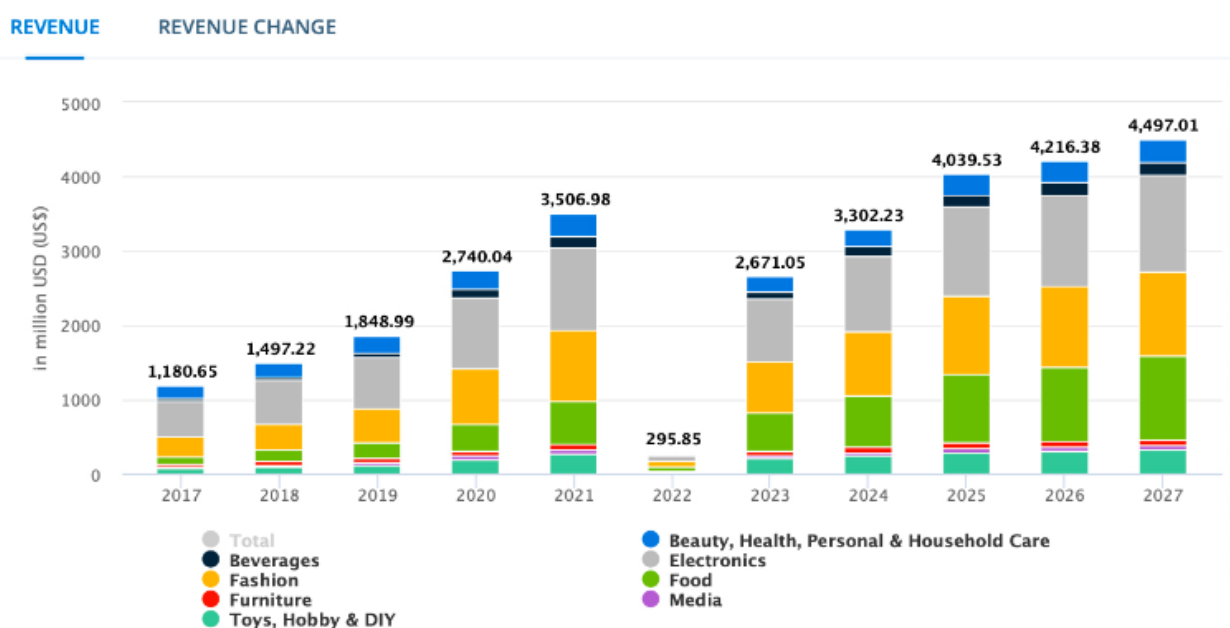


Рис. 1. Ринок електронної комерції у 2017-2027 рр. [1]

Отже, початок війни спричинив стрімке падіння оборотів електронної комерції. Це стало наслідком територіальних змін і руйнувань, спричинених війною, а також величезної хвилі біженців. На кінець 2022 року лише в Європі

було зареєстровано майже 5 млн. українських біженців, які перебувають під офіційним захистом [3].

Згідно з даними Statista, у перші тижні війни обсяг продажів скоротився до 90%, на її початку також було зафіксовано зниження вартості та доходу на одного покупця. Однак дуже цікавим є той факт, що, незважаючи на зменшення середніх витрат на душу населення, вартість кошика парадоксальним чином зросла, сягнувши 42,25 дол. США наприкінці 2022 року. За оцінками фахівців meestpost.com, це сталося через обмежену доступність продуктів, тому для одержувачів вирішальну роль відігравали час доставки та наявність, тоді як ціна мала менше значення [3].

Однак, як ми бачимо, прогнози Statista на 2023-2027 рр. [1, 2] є достатньо оптимістичні. З 2023 р. обсяги ринку майже досягнуть рівня 2020-го та складуть 2671,05 млн дол., і вже у 2025 р. будуть вищими, ніж у довоєнному 2021 р. Проте реалістичність наведених прогнозів важко довести, але й не слід заперечувати, що після завершення війни економіка України та електронна комерція зростатимуть.

При цьому можемо констатувати, що в Україні торгівля через Інтернет розвивається динамічно та виявляє швидкі темпи зростання, що виходить за рамки інших галузей економіки і охоплює:

- електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI);
- електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT);
- електронна торгівля (E-Trade);
- електронні гроші (E-Cash);
- електронний маркетинг (E-Marketing);
- електронний банкінг (E-Banking);
- електронні страхові послуги (E-Insurance)

Слід зазначити, що електронна комерція в нашій країні пережила стадію зародження і наразі перебуває на етапі активного розвитку. У цьому контексті

наведемо переваги та недоліки для продавців та покупців (табл. 1).

Таблиця 1

Основні переваги та недоліки електронної комерції для продавців та покупців

| Продавець | | Покупець | |
|---|--|---|--|
| Переваги | Недоліки | Переваги | Недоліки |
| Об'ємність, необмеженість ринку, безперервна робота | Галузь вимагає високого рівня технічних знань, навичок та витрат для ефективного управління та розвитку електронного бізнесу | Зручність та доступність 24/7, клієнти можуть здійснювати покупки у будь-який зручний час, незалежно від географічного розташування магазину | Невпевненість у добросовісності продавця, оскільки існує ризик отримання товару низької якості через обман з боку продавця |
| Продавець має можливість працювати на міжнародному ринку та в будь-який час, без обмежень географії та часу | Ризик несанкціонованого доступу до товару, загроза втрати конфіденційної інформації, що може спричинити серйозні фінансові втрати та порушення довіри клієнтів | Онлайн-покупки дозволяють заощадити час і гроші, оскільки не потрібно відвідувати фізичний магазин і витратити кошти на поїздки та паркування | Ймовірні перебої з доставкою внаслідок можливих технічних або логістичних проблем |
| Електронна комерція дозволяє економити на оренді та утриманні фізичного магазину, а також на заробітній платі персоналу | Ризик технічних проблем та несумісності між різними платіжними системами, що може спричинити затримки у розрахунках | Доступний інтер-фейс робить пошук товарів, оформлення замовлення та оплати максимально простим та зрозумілим | Існує можливість отримання товару, який не відповідає опису на сайті продавця |
| Завдяки вбудованим засобам просування та миттєвому здійсненню платежів, продавці можуть ефективно керувати фінансовими операціями | Необхідність систематичного відстежування відгуків та вирішення проблем, які можуть виникнути з клієнтами | Можливість особистого швидкого ознайомлення з асортиментом товарів та вибору необхідного продукту | Повернення товару або обмін може бути більш складним у порівнянні з традиційними магазинами |

Література

1. Іванина Р. Як змінився ринок eCommerce в Україні у 2022 році. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>
2. E-commerce worldwide - statistics & facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview>
3. Online sales: Ukraine ecommerce 2023 Analysis. Blog Global24. Global24.com. URL: <https://global24.com/en/blog/online-sales-ukraine-ecommerce-2023-analysis/>.

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«ІМПЕРАТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В КОНТЕКСТІ
РЕАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

23 квітня 2024 року

I-54 Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (23 квітня 2024 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2024. 700 с.

У збірнику представлені матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку». **За точність викладення матеріалу та достовірність використаних даних відповідальність несуть автори.**

УДК 330.366(043.2)
I-54

© Київський національний університет
технологій та дизайну, 2024