

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
16-18 квітня 2024 року



Чернівці
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
2024

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16–18 квітня 2024 року). Економічний факультет. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. – 170 с.

До збірника увійшли матеріали студентів економічного факультету, підготовлені до щорічної студентської наукової конференції університету.

Молоді автори роблять спробу знайти підхід до висвітлення й обґрунтування певних наукових питань, подати своє бачення проблем.

© Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, 2024

Зміст

<i>Марічка Адамчук</i> Інтернет-технології у сучасній діяльності банків	11
<i>Юрій Бабух</i> Аналіз трендів ринку відеоігор	13
<i>Андрій Бакун</i> Особливості маркетингу у креативних індустріях	15
<i>Андрій Білак</i> Удосконалення логістичних процесів в умовах невизначеності	17
<i>Ганна Білоус</i> Діджиталізація банківської сфери в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку	19
<i>Леся Бойчук</i> Актуальність нейромаркетингу у маркетингових дослідженнях поведінки споживачів	21
<i>Наталія Бричка</i> Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності	23
<i>Богдана Буртин</i> Штучний інтелект як один із головних інструментів успіху компаній	25
<i>Богдана Ванзак</i> Роль моделі COSO у побудові системи внутрішнього контролю та забезпеченні бізнес-стійкості підприємств	27
<i>Владислав Верстюк</i> Вживання, як домінуюче завдання підприємницьких структур	29

<i>Анастасія Верхоляк</i> Маркетинг як основа розвитку сучасних маркетплейсів	31
<i>Емілія Вітюк</i> Вплив націоналізації банків на різні групи економічних суб'єктів в Україні	33
<i>Софія Гакман</i> Інтернет-банкінг в Україні: переваги та недоліки	35
<i>Олександр Галананесі</i> Штучний інтелект як інструмент управління бізнес- процесами	37
<i>Даніїл Галищук</i> Підвищення ефективності формування та використання бюджету територіальної громади	39
<i>Олександра Гиришкан</i> Сучасні тенденції в SMM	41
<i>Вадим Гнатюк</i> Модифікація VRP задачі в ERP системі Odoo	43
<i>Жанна-Олена Горда</i> Формування інвестиційного портфеля за моделлю Марковіца в середовищі R	45
<i>Романа Гоянюк</i> Проблеми функціонування банківської системи України в період переходу на європейський стандарт	47
<i>Ілона Гуцол</i> Вплив пандемії Covid-19 та війни на ринок реклами в Україні	49

<i>Олександра Данилюк</i> Інновації у фінансових технологіях: потенціал та виклики для ринку фінансових послуг в Україні	51
<i>Іван Дронек</i> Боргова безпека країни: теоретичні засади	53
<i>Лариса Дячук</i> Потенціал розвитку безготівкових платежів у період війни	55
<i>Андрій Євчук</i> Особливості концепції комплексу маркетингу в e-commerce	57
<i>Богдан Зетко</i> Бізнес-інжиніринг як інструмент масштабування підприємницької діяльності	59
<i>Андрій Іващук</i> Проблеми відновлення туризму в Україні	61
<i>Юлія Іващук</i> Сучасні тенденції грошового обігу в контексті реалізації пріоритетних завдань НБУ	63
<i>Ілюк Мирослава</i> Вплив частки тіньової економіки на економічні показники України	65
<i>Станіслав Кирилюк</i> Музейний продукт: сучасні тренди у культурному розвитку Чернівецької області	67
<i>Ганна Коломісць</i> Діяльність контролюючих органів у сфері митної справи	69

<i>Ігор Комлев</i> Реалізація бізнес-процесів у контексті кризового становища на підприємстві	71
<i>Карина Кочерган</i> Виникнення та сутність фінансів	73
<i>Владислав Кривун</i> Визначення країни походження при переміщенні через митний кордон	75
<i>Ольга Крулік</i> Використання технологій у процесі онбордингу: від віддаленого навчання до віртуальних турів	77
<i>Анатолій Курик</i> Вплив цифрової трансформації на продуктивність праці	79
<i>Олена Лошатецька</i> Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів	81
<i>Богдан Лукавецький</i> Сучасні проблеми та перспективи будівельного ринку України	83
<i>Катерина Малюта</i> Процес формування та адаптації логістичного сервісу в умовах невизначеності	85
<i>Олексій Марков</i> Імплементація інституту авторизованих економічних операторів в Україні	87
<i>Аліна Медведєва</i> Вплив нормування праці на продуктивність працівників	89

<i>Катерина Мельник</i> Соціальне страхування в умовах воєнного конфлікту	91
<i>Антоніна Мироняк</i> Особливості створення та управління українських брендів одягу	93
<i>Вікторія Морар</i> Особливості антикризового менеджменту в умовах сучасного будівництва	95
<i>Вероніка Мошко</i> Релокація – як спосіб збереження економічного потенціалу України	97
<i>Софія Нідзельська</i> Сучасні рішення для автоматизації процесів з HR	99
<i>Юліана Новак</i> Моделювання екологорієнтованого розвитку України	101
<i>Єкатерина Охотська</i> Напрямки маркетингової підтримки у франчайзинговій моделі бізнесу	103
<i>Владислав Палагнюк</i> Особливості фінансово-господарської діяльності вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану	105
<i>Анастасія Пасісюліна</i> Митна політика України: історія становлення та перспективи розвитку	107
<i>Юлія Пацан</i> Стратегія реформ оподаткування: український вимір	109

<i>Дар'я Петровська</i> Проблеми розвитку податкової системи України	111
<i>Єлизавета-Анна Петрусенко</i> Управління талантами та розвиток персоналу	113
<i>Василь Підлуський</i> Вивчення процесу формування цін на послуги з огляду на вплив лояльності споживачів	115
<i>Вікторія Піцик</i> Валютний курс та його регулювання в період воєнних дій в Україні	117
<i>Максим Поченчук</i> Особливості цифрової трансформації організацій	119
<i>Дмитро Продан</i> СРА як метод залучення нових клієнтів	121
<i>Катерина Процюк</i> Поділ і кооперація праці та їх значення для підприємства	123
<i>Дмитро Пунговський</i> Вплив війни на іноземне інвестування в економіку України	125
<i>Діана Ратушняк</i> Роль податкової політики в забезпеченні економічної безпеки держави	127
<i>Дарина Родімкіна</i> Вплив росії на економіку України	129
<i>Катерина Рудик</i> Механізм забезпечення конкурентних переваг підприємства роздрібною торгівлі	131

<i>Юрій Сав'юк</i> ТНК та їхній вплив на глобальну економіку	133
<i>Марія Снісаренко</i> Реінжиніринг як метод управління ризиками	135
<i>Богдана Соловка</i> Жіноче лідерство в сучасному менеджмент	137
<i>Єлизавета Стефанесій</i> Конкуренція та її вплив на розвиток підприємницької діяльності	139
<i>Марія Стрельнікова</i> Вплив війни на міграційні процеси та робочу силу	141
<i>Вікторія Тарасюк</i> Процес розробки фінансової стратегії в сучасних умовах ринкової економіки	143
<i>Тетяна Тащук</i> Управління капіталом банку	145
<i>Софія Тіщенко</i> Стан ринку праці у воєнний час	147
<i>Анастасія Ткачук</i> Сучасні тренди в дизайні упаковки	149
<i>Інна Українець</i> Функціонування Фонду гарантування вкладів в умовах війни	151
<i>Роман Федірчик</i> Комунікаційні технології як чинник ефективного розвитку організації	153

<i>Василь Фецик</i> Обґрунтування ініціації інноваційного проєкту постачання чистої питної води у м. Чернівці	155
<i>Юлія Харабара</i> Особливості економіко-правового регулювання ринку криптовалюти в світі та Україні	157
<i>Михайло Хрищук</i> Співпраця держави та громадянського суспільства в протидії дезінформації	159
<i>Станіслав Цуркан</i> Грошовий ринок України: сучасний стан і напрямки розвитку	161
<i>Анастасія Черней</i> Розвиток стартапів в умовах війни	163
<i>Христина Чоботар</i> Розробка модуля для інтеграції сервісу доставки Нова Пошта та Odoo	165
<i>Анна Човгун</i> Цифрові валюти центральних банків: необхідність та характеристика впровадження	167
<i>Олександра Штефюк</i> Удосконалення методики аналізу фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану	169

Інтернет-технології у сучасній діяльності банків

Інтернет-технології змінюють не лише наше щоденне життя, але й суттєво трансформують сферу банківської діяльності. Основні парадигми сучасного життя – швидкість, легкість та доступність – знайшли своє втілення у впровадженні інтернет-технологій. Від «розумних» будинків до голосових асистентів, світ швидко еволюціонує, роблячи наше повсякдення зручнішим та продуктивнішим. Сучасні банки, відчуваючи пульс сучасності, активно впроваджують інтернет-технології для поліпшення обслуговування клієнтів та оптимізації витрат на персонал. Це відзначається поширенням інтернет-банкінгу, яке описане українськими дослідниками Котурановим Т.В. і Вартохою Я. С., як «сукупність засобів дистанційного банківського обслуговування, що дозволяє проведення операцій в режимі «онлайн» в будь-який час і в будь-якому місці шляхом підключення до глобальної мережі. Іншими словами, Інтернет-банкінг – автоматизована форма операційного залу банку» [1, с. 46].

На сьогодні успішним прикладом впровадження інтернет-банкінгу в Україні є Monobank, який запущений у 2017 році і вже здобув популярність серед 7,7 мільйонів клієнтів [2]. Сервіс відзначається зручним інтерфейсом, простотою переказів, можливістю входу за допомогою біометричних даних та відсутністю комісій при переказах між рахунками, навіть якщо це рахунок іншого банку. Неможливо не згадати популярного маскота Monobank – QR-кота. Його можна зустріти в кожному розділі додатку, і він став невід'ємною частиною візуального обличчя сервісу для користувачів. Останнє оновлення додало можливість отримувати різні елементи одягу для цього котика, коли ви відкриваєте певні досягнення. Це стало додатковим стимулом для людей здійснювати більше різноманітних операцій. Крім того, Monobank пропонує акцію «запроси друга – отримай 50 гривень на рахунок кешбеку» [3], таким чином, поточні користувачі активно приваблюють нових учасників та отримують від цього вигоду.

В умовах сучасного темпу час представляє собою надзвичайно цінний ресурс, і в додатку Monobank доступна досить таки корисна функція – «Shake to Pay». «Функція Shake to Pay Monobank анонсована разом з випуском самого банківського додатку. Вона дозволяє перевести гроші іншому клієнту банку без необхідності вручну вводити реквізити в програмі. Не потрібен навіть номер карти. Технологія використовує GPS-позиціонування» [4]. Здійснюється це все дуже просто: відкривши застосунок monobank варто лиш «потрясти» смартфоном, після чого одразу вмикається пошук клієнтів банку поряд, так в один доторк можна обрати кому переказати кошти.

За останні роки разом із випуском банками власних карточок, значно зросла популярність безготівкових розрахунків. Під час пандемії COVID-19 українці переглянули свої платіжні звички, і відсоток безготівкових операцій збільшився з 55,8% у 2020 році до 62,1% у 2023 році.

Щоб покращити якість фінансових операцій, банки використовують новітні технології, такі як штучний інтелект. ІІІ реалізується у консультаційних чатах на сайтах банків та у бізнес-процесах для автоматизації дій. Однак, незважаючи на всі переваги, виникає питання: чи можуть технології повністю замінити людину? Спільні думки на цю тему розділені. Одні вважають, що технології ніколи не замінять людину, а інші передбачають можливість автоматизації майже усіх сфер діяльності. Невідоме майбутнє вимагає постійного вивчення та адаптації до нових технологій, зберігаючи баланс між автоматизацією та людським фактором.

Література

1. Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О. Інтернет-банкінг в Україні інноваційний розвиток банківської сфери. *Економічний простір*. 2019. № 146. С. 43-56.

2. Дашборд Monobank. URL: <https://www.monobank.ua/dashboard> (дата звернення: 10.11.2023)

3. Застосунок Monobank (дата звернення: 10.11.2023)

4. «Shake to Pay» Monobank - опція для швидкої оплати - «тряси плати» в додатку Монобанк. URL: <https://monobankinfo.com.ua/uk/shake-to-pay-monobank-uk/> (дата звернення: 17.02.2024).

Аналіз трендів ринку відеоігор

Протягом останніх кількох років відеоігри перетворилися з області інтересів для обмеженої аудиторії в дуже поширену індустрію з щорічним доходом, що нараховує сотні мільярдів доларів. Вони вже давно не є простою розвагою для молодшого покоління, а стали великою індустрією, яка поглинає все більше фінансових ресурсів.

Індустрія відеоігор пережила бум у період пандемії коронавірусу в 2020 році. Завдяки рекомендаціям залишатися вдома та карантинним обмеженням у багатьох країнах, відеоігри та кіберспорт стали справді популярним варіантом розваг серед усіх вікових груп. Пандемія COVID-19 показала, що у відеоігри грають не лише заради розваги, багато гравців використовують ігри для віддаленого зв'язку та спілкування в Інтернеті. Здавалося б, нескінченний вибір від казуальних ігор до інді-випусків та блокбастерів AAA перетворюється на мільярдний світовий ринок. Гравці можуть вибирати з різних ігрових систем, серед яких найпопулярнішими є комп'ютери та консолі, такі як Sony PlayStation, Nintendo Switch або Microsoft Xbox. Однак, незважаючи на популярність консольних ігор, саме на мобільні ігри припадає найбільша частка ігрового ринку.

У 2020 році глобальні доходи від мобільних ігор майже досягли 74 мільярдів доларів США, а на другому місці – F2P (free-to-play) ігри для ПК з 22,7 мільярдами доларів США. Однією з найпопулярніших мобільних ігор 2020 року стала PUBG Mobile, яка за рік зібрала 2,6 мільярда доларів США по всьому світу [1].

Згідно з прогнозами, до 2027 року обсяг загального ринку відеоігор може досягти 521,6 млрд доларів. Аудиторія гравців також стрімко зростає і за чотири роки може досягти 3,5 млрд, що в 2,5 рази перевищує кількість населення Індії [2].

Розглянемо основні тренди цього перспективного ринку.

Тред 1: Інді-розробники активно випускають ігри, працюючи менше годин. У 2022 році 62% інді-ігор були розроблені менше

ніж за рік. Варто відзначити, що невеликі та середні команди скоротили свій робочий час на 1,2%, що призвело до помітного ефекту. З іншого боку, великі компанії (з 300 і більше співробітників) зафіксували зростання робочого часу [3].

Тренд 2. Спостерігається збільшення кількості ігор, спрямованих виключно на мобільні пристрої.

Тренд 3. Великі студії збільшують кількість ігор, які підтримують різні платформи. Тоді як інді-студії, де працює менше 50 людей, перейшли до випуску ігор для конкретної платформи. З них 77% створюють ігри, спрямовані на настільні пристрої.

Тренд 4. У мобільні ігри зараз залучено все більше гравців. Щоденна кількість активних користувачів у світі зросла на 8% для середньої гри. Тим часом кількість гравців, які здійснюють внутрішньоігрові покупки, скоротилася на 2%. Unity вважає, що монетизація через перегляд реклами в іграх може стати більш актуальною, ніж покупки в грі [3].

Тренд 5. Однією з основних тенденцій є збільшення тривалості “життя” ігор щороку. Розробники студій зосереджуються на довгостроковій перспективі, збільшуючи актуальність мобільних ігор на 33%. Найвище зростання тривалості відзначене у категоріях казино, карткових ігор та рольових ігор (RPG). Також помітно підвищені показники утримання гравців, де батл-паси отримали найбільшу популярність.

Кожен рік спостерігається зростання доходів від відеоігор. Експертні прогнози вказують на стабільне зростання цього сегмента ринку.

Література

1. Video Gaming & eSports.
URL: <https://www.statista.com/markets/417/topic/478/video-gaming-esports/#overview>
2. Третина населення планети грає у відеоігри. Коли ринок геймінгу захопить світ?
URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/05/18/700238>.
3. В Україні на 66% більше нових інді-ігор. Головне зі звіту Unity про ігрову індустрію. URL: <https://gamedev.dou.ua/news/unity-gaming-report-2023-trend-and-changes>.

Особливості маркетингу у креативних індустріях

Креативна економіка (creative economy), це економіка «наступного покоління», в якій головною цінністю, основним капіталом є нові ідеї, інновації, нові креативні продукти (товари та послуги), нові підходи до задоволення потреб споживачів, нові форми мережевих взаємозв'язків та партнерства. Основними суб'єктами креативної економіки є креативні індустрії, які сьогодні формують значну частину доданої вартості та становлять значну частку ВВП.

Креативні індустрії (КІ) включають сукупність спеціалізованих галузей, діяльність яких пов'язана з розробкою, створенням, продукуванням, просуванням, розповсюдженням, реалізацію особливого продукту (креативних товарів та послуг), який базується на широкому використанні творчих ідей, знань, технологій, творчості, інтелекту, інновацій, нетрадиційних і оригінальних рішеннях, які потребують захисту у сфері інтелектуальної власності та державної підтримки галузі, нових шляхів вирішення економічних, соціальних, технічних проблем. Найчастіше до КІ відносять архітектуру, видавничу справу, дизайн, моду, образотворче та виконавське мистецтво, музику, кіно та анімацію, розробку програмного забезпечення та відеоігор, телерадіомовлення, рекламу, музейну діяльність.

Креативні індустрії, як і інші учасники ринку, які ведуть свою діяльність в умовах конкурентного ринку, в основі свого функціонування та розвитку спираються на інструменти, технології та принципи маркетингу. Маркетинговий підхід орієнтує креативні індустрії на більш повне забезпечення потреб споживачів. Від маркетингу залежить, чи отримає креативна ідея підтримку, чи зацікавить проєкт інвесторів, чи буде креативний продукт відповідати платоспроможному попиту споживачів, чи буде ідея монетизована.

Творчість, інновації, креатив, нестандартні споживчі рішення, оригінальні та ексклюзивні продукти виступають

невід'ємною частиною маркетингу креативних індустрій. Професійний маркетинг дозволяє успішно конкурувати, формувати стійкі конкурентні переваги та виділятися на фоні конкурентів, залучати та утримувати лояльних споживачів товарів та послуг креативних індустрій.

Маркетологи у креативних індустріях поєднують на одному майданчику креативний продукт та його споживача, створюють оптимальні умови для задоволення інтересів виробника та покупця. Відомий фахівець у галузі артмаркетингу Ф. Колбер виділяє принаймні два основні сегменти креативного ринку: «Перший сегмент зорієнтований виключно на художній продукт (некомерційний сегмент, головне виконання соціальної місії, найчастіше елітарний продукт). Другий – орієнтований на ринок (виражений комерційний сегмент, головне – отримання прибутку, зазвичай, масовий продукт)» [1].

Маркетинг креативних індустрій – це система маркетингових інструментів та технологій, орієнтованих на виявлення та максимальне задоволення потреб конкретних цільових аудиторій, які зацікавлені в даному креативному продукті, адаптуючи до цього продукту інші елементи комплексу маркетингу: ціну, місце, просування, процес, персонал. Основу маркетингу креативних індустрій складають технології та інструменти традиційного маркетингу, комплекс маркетингу, однак усі вони набувають специфічних рис та особливостей застосування відповідно до природи креативності, особливостей та розміру самої організації. Маркетингова діяльність креативних індустрій базується на концепції «креативного маркетингу», який передбачає застосування нестандартних маркетингових ідей, підходів, нових маркетингових інструментів та технологій, оригінальних маркетингових рішень та активностей щодо вирішення завдань організації. Маркетингові інструменти та технології повинні привернути увагу потенційних споживачів, задовольнити потреби цільових аудиторій, успішно реалізувати маркетингові стратегії креативних індустрій.

Література

1. Colbert F. The Arts Sector: A Marketing Definition. Psychology & Marketing. 2014. 261-564 p.

Удосконалення логістичних процесів в умовах невизначеності

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком та динамічністю, що зумовлює зростання невизначеності в різних сферах, включаючи логістику. До факторів, які негативно впливають на логістичні процеси, належать:

- глобалізація торгівлі та зростаюча взаємозалежність економік різних країн;
- технологічні інновації та розвиток цифрових технологій;
- зміна споживацьких уподобань;
- геополітична нестабільність (конфлікти, війни, торговельні санкції та інші);
- екологічні виклики (екологічні вимоги до товарів, упаковки, транспорту).

Ці та інші фактори створюють складні виклики для логістичних систем, які змушують бізнес бути гнучким, інноваційним та швидко реагувати на зміни у середовищі.

Сучасна українська логістична система потребує негайних та значних корекцій, оскільки виявлено з аналізу результатів проведеного (серед учасників тендерів у Prozorro), що 85% учасників вже скоротили обсяги замовлень, 6% змінили спрямування свого бізнесу, а 19% планують внести зміни з метою адаптації до умов воєнного конфлікту [1]. Крім того, підприємці, опитані у дослідженні, визначили "допомогу в логістиці" як другий найважливіший запит до держави (17%), перевершивши його лише потребою в податкових пільгах (37% респондентів). Це свідчить про складність формування логістичних ланцюгів. Проблема оптимізації логістики (логістичних ланцюгів) є другою за масштабом проблемою національного значення (після ведення військових дій), яка потребує ефективного та швидкого вирішення з боку України.

Війна в Україні, пандемія COVID-19, геополітичні та економічні кризи показали вразливість бізнесу до неочікуваних змін, та разом з цим відкрили нові можливості для підвищення

ефективності, зниження витрат та поліпшення обслуговування клієнтів через удосконалення логістичних процесів. З одного боку, існуюча нестабільність та невизначеність може призвести до значних втрат через руйнування добре налагоджених логістичних ланцюгів постачання. З іншого боку, це може відкрити двері до оновлення та перетворень у підприємствах і організаціях, спонукаючи їх до розробки новітніх, вдосконалених підходів, що адаптовані до умов кризового періоду та його наслідків.

Удосконалення логістичних процесів в умовах невизначеності вимагає гнучкого та адаптивного підходу, що дозволяє організаціям швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі. Використання логістичної концепції управління ланцюгами постачання (Supply Chain Management, SCM), яка є одночасно організаційною стратегією, може надати вітчизняним підприємствам такі можливості та переваги:

- зменшення витрат та забезпечення договірної дисципліни шляхом перетворення лінійного, послідовного ланцюга постачання на реактивну мережу постачання;
- підвищення якості продукції (послуг) та рівня обслуговування споживачів за допомогою інтегрування бізнес-процесів усіх учасників ланцюга постачання;
- забезпечення відкритості бізнес-процесів та обміну знаннями між партнерами;
- підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу та репутації шляхом урахування сучасних викликів у сфері охорони навколишнього середовища та управління суспільно-політичними процесами.

Все це дозволить організувати нову, гнучку та більш адаптивну логістичну систему, здатну до стійкості та розвитку в умовах невизначеності.

Література

1. Становище бізнесу в період воєнного стану. ДП «ПРОЗОРО». 2022. URL: <https://infobox.prozorro.org/articles/stanovishche-biznesu-v-period-voyennogo-stanu>

Ганна Білоус
Науковий керівник – проф. Нікіфоров П.О.

Діджиталізація банківської сфери в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку

Сучасна Україна переживає активний процес діджиталізації фінансового сектору. Цей процес стає не лише необхідністю, але й стратегічним кроком у напрямку модернізації та підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку.

По-перше, впровадження діджиталізації у банківській сфері України сприяє поліпшенню доступності фінансових послуг для населення. Завдяки онлайн-банкінгу та мобільним додаткам клієнти можуть легко здійснювати операції з будь-якого місця, що зменшує необхідність фізичного відвідування відділень банків. Це особливо актуально для мешканців віддалених районів і міст, де доступність банківських послуг може бути обмеженою.

По-друге, цифрові технології у банківській сфері сприяють підвищенню ефективності та зменшенню витрат як для клієнтів, так і для самого банку. Впровадження автоматизованих процесів обробки та аналізу даних дозволяє швидше реагувати на потреби клієнтів, запобігати шахрайству та зменшувати ризики в фінансовій сфері.

По-третє, діджиталізація банківської сфери сприяє розвитку інновацій та стимулює конкуренцію на ринку фінансових послуг. Поява фінтех-стартапів та новаторських рішень сприяє збільшенню вибору для клієнтів та змушує банки постійно удосконалювати свої продукти та сервіси.

У цьому контексті можна виокремити АТ КБ ПриватБанк, який здійснює активну діджиталізацію своїх послуг і фінансових сервісів, що вже давно вийшли за межі класичного банкінгу та формують в Україні нову цифрову екосистему на стику фінансових послуг. Зокрема це стосується впровадження розрахунків через мобільні POS-термінали, використовуючи QR-код та FacePay24 та додатку «Приват24», який постійно оперативнo удосконалюється та наповнюється новими послугами для зручності клієнтів [1].

Тому можна підкреслити, що одне з основних завдань української банківської сфери – це створення зручної системи для користування онлайн-послугами банків. Основними послугами, які можна отримати через онлайн-банкінг, зокрема в режимі 24/7, можемо вважати такі: переказ коштів (внутрішні та міжнародні перекази); оплата рахунків (інтернет-послуги, мобільний зв'язок комунальні та інші послуги); внесення депозитів (відкриття та внесення коштів); оформлення кредитів (подання заявки та моніторинг кредитної історії); інвестування; страхування [2].

Саме тому онлайн-банкінг під впливом діджиталізації постає одним із найбільш зручних та ефективних методів управління фінансами клієнтів банківської системи в Україні.

Однак, разом із перевагами, впровадження діджиталізації також ставить перед банками нові виклики та завдання. Зокрема, це питання кібербезпеки та захисту персональних даних клієнтів, а також необхідність постійного оновлення технологічної інфраструктури для забезпечення безперервності роботи сервісів [3].

Отже, впровадження діджиталізації банківської сфери в Україні – складний, але надзвичайно важливий процес, який сприяє розвитку фінансового сектору, підвищенню доступності фінансових послуг та стимулює інновації. Однак, для успішної імплементації цих технологій необхідна співпраця між урядом, банками, технологічними компаніями та споживачами фінансових послуг.

Література

1. Офіційний сайт АТ КБ ПриватБанк. URL: <https://privatbank.ua/>
2. Мірошник Р.О., Кухта І.В. Діджиталізація банківської системи України в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49.
3. Лисьонкова Н.М., Фрідман Д.А. Перспективи розвитку банківського сектору в умовах цифровізації економіки. *Наукові дискусії та розробка рішень: тези VI Міжнародної науково-практичної конференції*. 2022. С. 56-57.

Актуальність нейромаркетингу у маркетингових дослідженнях поведінки споживачів

Споживач та його купівельна поведінка відіграють ключову роль на ринку, оскільки саме від них залежать обсяги виробництва і продажів, зміна асортименту товарів та послуг, збут продукції та прибутковість фірми; як результат існує потреба у постійному пошуці способів реалізації маркетингових досліджень поведінки споживачів для можливості прийняття найменш ризикованих рішень.

Досвід показує, що отримана на основі стандартних методів маркетингових досліджень інформація нерідко виявляється недостатньою, недостовірною та необ'єктивною, оскільки на відповіді респондентів мають вплив: свідомий самоконтроль; прагнення давати відповіді, які отримають схвалення оточуючих або суспільства; свідома та несвідома брехня респондента; відсутність бажання проходити опитування, атмосфера, тощо. Ось чому зараз актуалізуються маркетингові дослідження з використанням нейромаркетингу. «Це – комплексна галузь знань, яка вивчає та досліджує поведінку споживачів, специфіку та особливості її під час купівлі та споживання продукту, метою є – зрозуміти переваги того чи іншого продукту у споживачів та розробити техніки спонукання споживача до покупки як на свідомому, так і на несвідомому рівні» [2]. Актуальними та ефективними методами нейромаркетингу є:

1. Спостереження за серцево-судинною системою людини. Даний метод полягає в аналізі серцевих скорочень, тиску та тонуусу судин, тобто на основі отриманої інформації можна визначити реакцію споживачів на тригери (в даному випадку: бренд, явище чи продукт). Напр., компанія Immersion за допомогою вимірювання тиску споживачів при демонстрації реклами автомобіля виявила, що тут найбільше вражає споживачів візуальна картинка та звук.

2. Зчитування емоцій з обличчя споживача. Воно демонструє справжню реакцію, яка одразу зчитується з обличчя індивіда.

Так, компанія Affectiva за допомогою цього методу досліджує типи емоцій та реакції на відеорекламу засобів для догляду за волоссям у жінок.

3. Айтрекінг (відстежування руху очей). Цікаво, що перше використання даного інструменту було зафіксовано у 1947 році для військово – повітряних сил США для з'ясування найкращих позицій управління в кабіні літака. Він дає змогу зрозуміти, на що саме спрямований, де найдовше затримується погляд споживача та що ігнорується. Цей метод застосовує компанія Amazon для вивчення взаємодії відвідувачів із сайтом.

4. ЕЕГ (електроенцефалографія) досліджує активність мозку, залежно від стану людини. Наприклад, Nielsen Neuro вивчає реакції споживачів на рекламу та їхні продукти під час взаємодії споживачів з продуктом, реєструючи ЕЕГ-сенсорами їхню мозкову активність.

5. МРТ (магнітно-резонансна томографія) стежить за змінами та послідовностями в мозку й вимірює показники та закономірності, що дають можливість сформувати результат на основі отриманої інформації. Наприклад, компанія Bright Line після проведення такого дослідження змогла оптимізувати рекламні стратегії та збільшити свої продажі [1].

Отже, застосування нейромаркетингу є актуальним і необхідним для досягнення успіху у сучасному бізнесі. Він дозволяє вдосконалити продукт, сформувати позитивний імідж компанії, підвищити ефективність прийняття рішень, краще зрозуміти цільову аудиторію, пропонувати релевантний продукт, який відповідає потребам та намірам споживачів.

Література

1. Романенко Н. Нейромаркетинг та сучасний бізнес. *Україна фінансова : інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку*. URL [http://www. ufin. com. ua/analit_mat/sdu/106. Htm](http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/106.Htm)

2. Levy D. J. The root of all value: A neural common currency for choice. *Current Opinion in Neurobiology*. – 2012. Vol. 22 (6). P.1027–1038.

Наталія Бричка
Науковий керівник – доц. Вербівська Л.В.

Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності

Розвиток цивілізованих громадських відносин потребує консолідації інтересів бізнесу, суспільства та держави. Вагомим знаряддям таких партнерських взаємин є формування механізму соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Суб'єкти підприємництва, які запроваджують у своїй діяльності ініціативи соціальної відповідальності здобувають конкурентні переваги, які, зазвичай, проявляються не відразу, адже різні соціальні проєкти передбачають різний термін їх прояву на користь та ефективність бізнесу [1, с. 188].

До основних проявів СВБ у внутрішньому середовищі підприємства належать: справедлива оплата праці; соціальна захищеність; офіційне працевлаштування працівників; належні умови праці; надання можливостей для розвитку співробітників; забезпечення рівних прав персоналу незалежно від статі, віку, раси, політичних поглядів працюючих; розвиток соціального партнерства; удосконалення якості трудового життя. Соціальна відповідальність у ході взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем може виражатися в таких аспектах: чесність у відносинах з інвесторами, діловими партнерами, конкурентами, споживачами, державою та соціумом.

Якщо характеризувати більш конкретні прояви СВБ, то варто згадати про чесний розподіл прибутку, дотримання законодавства (зокрема, податкового), а також дтримання умов контрактів із контрагентами, спонсорську та благодійну діяльність, виробництво безпечної та якісної продукції, додержання принципів екологічного виготовлення продукції, відмову від забруднення довкілля тощо [2, с. 27-28].

Зростання глобалізації економіки та загострення конкурентної боротьби призвели до того, що реалізація суб'єктами підприємництва соціальної спрямованості має вплив на формування та розвиток позитивного іміджу компанії, а також на відповідність її поведінки очікуванням громадян і

владних структур. Очевидними конкурентним перевагами ведення підприємствами політики СББ є: покращення фінансових показників; підвищення продажу та лояльність споживачів; зменшення плинності кадрів, збільшення відданості та мотивації персоналу; полегшення укладання партнерських контрактів із контрагентами [2, с. 29].

З розвитком цифровізації суспільства, коли доступ до Інтернету та інших засобів зв'язку стає все більш поширеним, підприємствам варто дотримуватися принципів соціальної відповідальності та активно поширювати інформацію про це. Згідно з дослідженнями, близько 62% споживачів розвинених країн використовують соціальні мережі для висловлення своєї думки про діяльність компаній у сфері СББ. При цьому більше половини (приблизно 34%) висловлюють позитивні враження, тоді як понад 25% діляться негативними відгуками [3].

Отже, соціальна відповідальність бізнесу відіграє надзвичайно вагомую роль у формуванні та створенні конкурентоспроможної системи зв'язків підприємства із суспільством, а свідомий вибір менеджменту на користь відповідального ведення бізнесу закладається у фундаментальні засади корпоративної культури підприємства та сприяє формуванню його конкурентоспроможності на ринку.

Література

1. Сучков А. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1, Т. 3. С. 186-190. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/72006237.pdf>.
2. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ*. 2017. Вип. IV (68). Економічні науки. С. 20-35. URL: www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/4.pdf.
3. Ліфінцев Д.С. Корпоративна соціальна відповідальність як складова культури організації: економічне значення. *Ефективна економіка*. № 11, 2013 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2505>.

Штучний інтелект як один із головних інструментів успіху компаній

У 21 столітті, коли науково технічний прогрес рухає нас по сходинкам технологій, щоб бути успішним, треба адаптуватись до середовища і першим залучати новітні технології задля утримання своєї конкурентоспроможності на ринку. Наразі актуальні дослідження впливу штучного інтелекту (ШІ) на успіх компаній, які безпосередньо використовують даний інструмент і доводять його ефективність. Донедавна ШІ не складав конкуренції робочій силі, але бажання бізнесу оптимізувати структуру витрат спонукає до науково-технічного прогресу і створює універсальний інструмент майже для всіх видів діяльності.

Одним з успішних кейсів використання ШІ є досвід Blackrock, міжнародної інвестиційної компанії зі штаб-квартирою у Нью-Йорку, яка є однією з найбільших міжнародних інвестиційних компаній та займає лідируючі позиції за розміром активів під управлінням. Капіталізація на початку 2019 складала \$ 75 млрд. Розмір активів під управлінням – \$10 трлн на 16 січня 2022 року. Свій початок компанія бере з 1988 року і заснована вісьмома партнерами – головні з них Лоуренс Фінк і Стівен Капіто – вихідці з First Boston. Основним мотивом заснування компанії було створення продукту, який аналізуватиме ринок з мінімальним відсотком помилковості та суттєво зменшить ризики розподілу коштів у різні грошові інструменти. Aladdin – це технологія, основа якої і є ШІ, стала основним стрижнем успіху Blackrock. Система може ідентифікувати активи, враховуючи фактор схильності власника до ризику, і показувати клієнтам ризики, про які вони навіть не знали, тим самим максимально задовольняє попит і піднімає довіру споживачів компанії [1].

Із 2010 року компанії почали, частково або повністю, оптимізувати свою діяльність із прямим залученням новітніх технологій, а в крайніх випадках із створенням чогось свого.

People AI – стартап, який засновано 34-річним серійним підприємцем родом з Дніпра Олегом Рогінським. People.ai це CRM-платформа зі штучним інтелектом, яка стала «єдинорогом» [2]. Компанія позиціонується як ІІІ сервіс, який збирає і аналізує дані, які генерують менеджери з продажів, щоб давати їм рекомендації і, в підсумку, допомагати закривати угоди швидше і ефективніше. Наприклад, за допомогою програмного забезпечення People.ai можна проводити записи й аналізувати календарі та телефонні дзвінки працівників, чим допомагає компаніям визначити, наприклад, оптимальну кількість клієнтів для одного продавця.

По-третє, не всі бізнеси спеціалізуються на новітніх технологіях, і не всі вони є стартапами, але у 2024 році переважна більшість підприємств незалежно від галузі успішно почали залучати ІІІ як один із доволі ефективних оптимізуючих інструментів, і зараз отримують винагороду у вигляді надприбутків і високого рівня конкурентоспроможності.

Проте, незважаючи на те, що ІІІ несе велику користь, особливо бізнесу, без чіткої та безперешкодної адаптації суспільства до мінливості середовища, стан людства загалом може погіршитись. Оптимізація та роботизація виробничих ліній призводить до масового скорочення працівників, що викликає доволі песимістичні погляди та прогнози щодо ІІІ. Однак ми вважаємо, що розвиток машинного навчання припиняти не потрібно. Людство не може стояти на одному місці, а має розвиватись. У даний час кожному потрібно навчитись адаптуватись до змін, уміти перекваліфіковуватись, і розвивати нові навички. З приходом ІІІ, працівників не замінили, просто створилося багато інших робочих місць, які потребують іншої кваліфікації, але, пройшовши шлях перенавчання, людина з легкістю зможе знайти роботу. Світ розвивається, разом з ним бізнес та людство, і це все можливо лише при високому рівні адаптації до змін у середовищі.

Література

1. Blackrock. URL: <https://www.blackrock.com/aladdin>
2. People AI. URL: <https://www.people.ai>

Роль моделі COSO у побудові системи внутрішнього контролю та забезпеченні бізнес-стійкості підприємств

У сучасних умовах волатильності та ускладнення бізнес-середовища, важливо мати ефективні системи внутрішнього контролю, які забезпечують стабільність та успішність підприємства. Модель COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission [1]) виступає ключовим інструментом у побудові таких систем, пропонуючи комплексний підхід до управління ризиками та внутрішнього контролю. Інтегрована система внутрішнього контролю COSO і одна з її систем – ERM (Enterprise Risk Management – управління ризиками підприємства [2]) можуть бути пов'язані загальною бізнес-моделлю і сприяти довгостроковому успіху організації. Основний задум COSO полягає в тому, що грамотне управління ризиками і внутрішній контроль мають вирішальне значення для довгострокового успіху кожної організації.

Досягненню цієї мети сприяє підвищення ефективності діяльності організації та вдосконалення її управління. Важливими елементами бізнес-моделі COSO є управління, стратегічні параметри, бізнес-планування, виконання, моніторинг та адаптація. Управління та стратегія є тими елементами, які мають бути реалізовані насамперед. Бізнес-планування, виконання, моніторинг та адаптація – це безперервні управлінські цикли, які залежать від визначення управління та стратегії успіху.

Система внутрішнього контролю моделі COSO складається з таких компонентів: середовище управління; оцінка ризику; контрольна діяльність; інформація та комунікація; моніторинг [1].

Перевагами впровадження стандартів COSO є урахування особливостей підприємства та їх адаптованість до фірм будь-якого розміру, від стартапів до великих підприємств (наприклад, транснаціональних корпорацій). Підкреслимо, що модель COSO має низку переваг над традиційними методами управління ризиками, зокрема унікальний спосіб сприйняття ризиків. Як

зазначено у виданні COSO (2017), ризик не варто розглядати лише як виклик або можливе обмеження в процесі планування та реалізації стратегії. Стратегічні можливості та значні диференціюючі можливості створюються змінами, які лежать в основі ризику, та є реакцією організації на цей ризик [3]. Іншими словами, ризики треба розглядати більше як можливості, а не тільки як загрози.

Отже, модель COSO відіграє важливу роль у забезпеченні бізнес-стійкості сучасних організацій. Один із ключових аспектів цієї моделі – сприяння підприємствам у виявленні, оцінці та керуванні ризиками, що допомагає забезпечити стійкість у непередбачуваних умовах. Окрім того, COSO сприяє покращенню систем внутрішнього контролю, що допомагає уникнути помилок та шахрайства. Впровадження стандартів COSO також допомагає організаціям відповідати законодавчим вимогам та стандартам галузі, зменшуючи ризики невідповідності та негативних наслідків. Крім того, модель COSO сприяє підвищенню довіри серед зацікавлених сторін, таких як інвестори та клієнти, які вбачають у ній ефективний інструмент для управління ризиками та контролю. З огляду на зазначене вище, впровадження стандартів COSO є важливою складовою стратегії забезпечення бізнес-стійкості та підвищення конкурентоспроможності сучасних організацій.

Література

1. Офіційний веб-сайт Комісії Тредвея [COSO]. URL: <https://www.coso.org>.

2. Moeller, Robert R. COSO Enterprise Risk Management: Establishing Effective Governance, Risk, and Compliance Processes, John Wiley & Sons, Incorporated, 2011. ProQuest Ebook Central. URL: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.nord.no/lib/nord/detail.action?docID=697656>.

3. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission [COSO]. Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance – Executive Summary / Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission [COSO]. 2017. URL: <https://www.coso.org/Documents/2017-COSO-ERM-Integrating-with-Strategy-and-Performance-Executive-Summary.pdf>.

Вживання, як домінуюче завдання підприємницьких структур

Стабільність розвитку національної економіки залежить від впливу різноманітних внутрішніх та зовнішніх чинників, проте ключовим фактором можна вважати ефективність підприємницького сектору, його фінансову стійкість та здатність забезпечувати рентабельність навіть у кризових умовах. Підприємницький сектор виступає як фундаментальний елемент функціонування національної економіки. Цей сектор відповідає за постачання ринку необхідними товарами і послугами, поповнює різні бюджети доходами через податкові внески, а також сприяє формуванню справедливих ринкових відносин у державі. Війна є найбільш руйнівним чинником для підприємництва, оскільки загальна нестійкість економічного сектору, зростання витрат на потреби у воєнний час та оборону, непередбачувані фінансові та матеріальні втрати, постійні ризики, а також значні обмеження у міжнародній торгівлі призводять до поступової дестабілізації кожної ланки економічної системи.

Так, унаслідок повномасштабного вторгнення, у 2022-2023 роках бізнес України зазнав надзвичайно великих прямих втрат, що має безпрецедентний характер. На кінець 2023 року більшість підприємств (62%) функціонували у повному обсязі, приблизно четверта частина (24%) працювала з обмеженнями, 4% перебували на етапі відновлення роботи, 2% призупинили свою діяльність для пошуку нових стратегій розвитку, а 5% були вимушені закрити бізнес [1]. Значно постраждав під час війни через руйнування інфраструктури, обладнання, зерносховища, контрабанда зернових продуктів тощо аграрний бізнес України. Зазначимо, що аграрний сектор України є одним із провідних галузей народного господарства, а експорт продукції якого за роки війни скоротився на 35%[2].

Аналогічно 2022 року, у 2023-му бізнес продовжував стикатися з рядом серйозних викликів, що впливали на його

функціонування та стратегії. Три найважливіші труднощі включають в першу чергу війну в Україні, на другому місці – блекаут, на третьому – зміну попиту клієнтів. Водночас є і інші проблеми, такі як дефіцит кваліфікованих працівників через еміграцію, зростання цін на паливо, зниження платоспроможності клієнтів, неефективна податкова політика держави та інші.

У порівнянні з показниками 2022 року, тепер спостерігається поступове відновлення роботи, і все більше компаній переходять на повний режим, зменшуючи кількість тих, хто призупинив свою діяльність. Треба враховувати, що причини закриття підприємств можуть бути різноманітні. Зокрема, одна з них – мобілізація працівників, і варто відзначити, що деякі підприємства здатні ефективно управляти своєю діяльністю навіть у зоні військових конфліктів.

У період воєнного часу економіки України системна мобілізація нових джерел відіграє важливу роль у підвищенні ефективності економічної системи. Вирішення цієї стратегічної задачі переважно пов'язане з розбудовою та розвитком абсолютно нових для нас економічних відносин, причому підприємництво відіграє ключову роль. Воно стає одним із визначальних факторів реструктуризації економіки.

Отже, в умовах війни, аспект виживання набуває особливого значення, коли фактичне виживання підприємницьких структур значною мірою залежить від стратегії й тактики сприяння адаптації підприємництва до умов режиму воєнного стану.

Література

1. Яким був 2023 рік для українських компаній: результати дослідження Київстар Бізнес. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/yakim-buv-2023-rik-dlya-ukrayinskih-kompanij-rezultati-doslidzhennya-kiyivstar-biznes>.

2. Yurii Lopatynskyi, Svitlana Belei, Iryna Kapelista, Lyudmila Denysiuk and Marianna Pavlyshyn. The Effectiveness of the Management System in the Conditions of War and its Influence on the Development of Agribusiness. *Review of Economics and Finance*. 2023. Vol. 21. pp. 932-940. URL: <https://refpress.org/ref-vol21-a102/>.

Маркетинг як основа розвитку сучасних маркетплейсів

Сучасні зміни в ритейлі, в моделях поведінки споживачів, в темпі життя, в ритейл-технологіях сприяють активному розвитку майданчиків електронної торгівлі. E-commerce має великий потенціал для розширення напрямків діджиталізації торгівлі, підвищення якості онлайн-торгівлі, її локальної та часової доступності, а отже, для підвищення якості життя споживачів. Маркетплейси (e-marketplace) це новий формат електронної торгівлі, який викликає підвищений інтерес з боку підприємницьких структур та споживачів, що сприяє їхньому стабільному зростанню та розвитку, дозволяє компаніям та брендам вирішувати на електронних майданчиках все більше комерційних, маркетингових та комунікаційних завдань.

Маркетплейси сьогодні домінують серед форм організації ритейлу і активно проникають у всі сфери економіки. Сьогодні маркетплейс являє собою нову бізнес-модель, яка дозволяє малому та середньому бізнесу збільшити цільову аудиторію, отримати високі прибутки та сформувати ефективні комунікації з покупцями. Дані платформи зайняли більше половини обсягу ринку, за рахунок надання користувачам необхідних зручностей, а продавцям – можливості швидко розвивати бізнес. Маркетплейс як цифрова платформа забезпечує розміщення широкого і глибокого асортименту різних товарних категорій і послуг, які відповідають запитам та потребам споживачів. Водночас, маркетплейси формують конкурентні переваги компаній за рахунок розширення масштабу діяльності, зниження транзакційних витрат і вартості залучення споживачів. Концепція маркетплейсу доречна для багатьох галузей (ритейл, фешен, продаж послуг, індустрія гостинності, туризм, освітні послуги, IT, дизайн, hand made), оскільки це відносно проста та бюджетна стратегія розширення бізнесу без значного збільшення витрат.

Ми визначаємо маркетплейс як екосистему (бізнес-модель, торговий онлайн-майданчик, платформа), яка створює

комфортні умови для взаємодії продавців і покупців щодо здійснення транзакцій за допомогою онлайн-платформи. В основі такої бізнес-моделі: пропозиція широкого та глибокого асортименту різних товарних категорій і комплекс послуг, безліч селерів / вендорів на одному сайті швидка логістика, супровід угоди з моменту оформлення замовлення до його отримання, зручності вибору та повернення, наявність програм лояльності.

Ефективним інструментом розвитку сучасних маркетплейсів є маркетинг, який пропонує складну систему інструментів, технологій, заходів та операцій взаємодії з користувачами (селерами, покупцями, партнерами), що дозволяє вести успішну ринкову діяльність в онлайн просторі будь-якій фірмі, компанії, підприємству, організації. Ефективна та професійна маркетингова політика сприяє швидкому розвитку сучасних маркетплейсів. На маркетплейсі можна заявити про новий продукт, позмагатися з сильними гравцями ринку, підвищити лояльність наявної аудиторії (через аналіз відгуків користувачів та відповіді на них) та залучити нові цільові аудиторії через маркетингову політику просування. Маркетинг маркетплейсу передбачає використання оптимального комплексу маркетингових технологій та інструментів з урахуванням стратегічних цілей та завдань компанії, що дозволяє оптимізувати витрати на інтернет-маркетинг, підвищити продажі та залучити нових клієнтів з оптимальними витратами. Сучасні цифрові технології створили «феномен» маркетплейсу за рахунок цифрових та аналітичних інструментів, AR-технологій, інструментів SMM-маркетингу та взаємодії із соціальними мережами.

Кожна компанія обирає ті маркетингові інструменти, що найкраще зможуть передати її філософію. Наразі у вітчизняному онлайн-ритейлі посилюється конкуренція, працює багато якісних маркетплейсів, які активно розвиваються і вдосконалюють користувальницький досвід. Бренди та маркетплейси, які масово використовують інструменти та технології сучасного маркетингу, виграють у конкурентній боротьбі, випереджаючи менш технологічні компанії.

Вплив націоналізації банків на різні групи економічних суб'єктів в Україні

Останнім часом в Україні спостерігається зростання кількості державних банків і цей процес зумовлений націоналізацією приватних. Динаміка змін у частці чистих активів національних банків непостійна, проте константною є той факт, що ця частка продовжує перевищувати 50% (навіть при тому, що «...на початку 2016 року вона складала 28,1%») [1].

Націоналізація банків обумовлена рядом об'єктивних причин, таких як їхні збитковість, некредитоспроможність, нестабільність та участь громадян країни-агресора в їх капіталі. Проте досі залишається неоднозначним питання про вплив цього процесу на різні економічні суб'єкти, зокрема домогосподарства, бізнес та саму державу.

У даному контексті населення розглядається як сектор, який практично не відчуває впливу зміни власників банку. Завдяки перехопленню усіх ризиків державою, клієнти банку не зазнають жодних втрат, і навіть деякі із них можуть відновити довіру до банківської установи, яку раніше втратили. З урахуванням прозорої структури власності банків клієнти зможуть самостійно оцінити ступінь довіри до акціонерів та прийняти інформоване рішення щодо подальших взаємовідносин з установою.

Наступний важливий сектор, який може піддаватися впливу, – корпоративний. У результаті націоналізації приватних банків «...залучені банками кошти спрямовуються на кредитування бізнесу, зокрема, малого та середнього, а не на фінансову підтримку компаній, що належать акціонерам банку» [1]. Збільшення доступності кредитних ресурсів може призвести до зниження вартості кредитів для підприємств, що сприятиме їх конкурентоспроможності та економічному зростанню.

Держава, виступаючи в ролі власника банку, вирішує суперечливе завдання, де розглядаються наслідки цього рішення. Позитивний вплив проявляється у стабілізації

державною владою банківської системи, зокрема в період масового банкрутства 2014-2016 років, коли державні банки демонстрували високий рівень стійкості до макроекономічних шоків, забезпечивши себе достатнім запасом капіталу для стабільного функціонування навіть у рецесійних умовах.

Проте незважаючи на переваги, які держава отримує з позиції власника банків, експерти підкреслюють значні ризики та негативні наслідки. Наприклад, упродовж останніх років держава активно збільшує свою участь у фінансовому ринку, порушуючи раніше прийняті обмеження. Це викликає необхідність фінансової підтримки банків за рахунок податкових коштів, зокрема для докапіталізації та забезпечення стабільного розвитку. Додатково, зростання частки держави в фінансовому секторі створює проблеми конкуренції між державними банками, хоча деякі експерти спростовують цей аспект, стверджуючи, що «...вони мають власне керівництво, яке здійснює управління з метою збільшення обсягів продажу банківських продуктів та послуг. Тому державні банки конкурують між собою не гірше від приватних» [2].

Націоналізація банків в Україні має потенціал позитивно вплинути на стабільність фінансової системи та підтримку економіки. Однак для мінімізації негативних наслідків важливо обґрунтовано враховувати обсяг участі держави в активах банківського сектору, забезпечуючи мінімальні впливи, щоб зберегти конкурентні взаємовідносини і сприяти економічному зростанню домогосподарств, бізнесу та держави.

Література

1. Національний банк України. Річний звіт Національного банку України за 2016 рік. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-ukrayini-za-2016-rik-4982> (дата звернення: 17.02.2024)..

2. Закон про націоналізацію системних банків як крок до встановлення держконтролю над "Альфа-Банком". *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/zakon-pro-nacionalizaciyu-sistemnih-bankiv-yak-krok-do-vstanovlennya-derzhkontrolyu-nad-alfa-bankom-12018516.html> (дата звернення: 17.12.2023).

Інтернет-банкінг в Україні: переваги та недоліки

Нові, більш ефективні напрямки розвитку вітчизняних банків – необхідність в умовах технологічного піднесення. Одним із таких напрямів є впровадження Інтернет-технологій в банківську діяльність. Інтернет призвів до значного розширення асортименту банківських продуктів та послуг через різноманітні форми дистанційного обслуговування, включаючи Інтернет-банкінг.

Поняття «Інтернет-банкінг» (Internet banking) увійшло в сучасний бізнес на початку 80-х років, коли перші західні банки почали надавати своїм клієнтам деякі послуги без відвідування банку [1].

Інтернет-банкінг (також відомий як онлайн-банкінг, або цифровий банкінг) – це система електронних фінансових послуг, які надаються банком через Інтернет. Це дозволяє клієнтам здійснювати різноманітні операції та одержувати послуги банківського характеру в будь-який час та в будь-якому місці, де є доступ до Інтернету. Першим українським банком, який запровадив серед своїх послуг Інтернет-банкінг, був ПриватБанк [2].

Переказ коштів, оплата рахунків, відкриття та управління рахунками, кредитування, інвестиції та торгівля цінними паперами, консультації та планування, моніторинг та аналітика, страхування, безконтактні платежі, автоматичні платежі та регулярні перекази, мобільні гаманці, чат-боти та віртуальні помічники, безпека та управління приватністю, інтеграція з бухгалтерськими та фінансовими програмами, – і це ще не весь спектр операцій та послуг, які надаються банками за допомогою цифрового банкінгу [3].

Інтернет-банкінг має кілька переваг для банку:

- він дозволяє банкам зменшити витрати на обслуговування клієнтів, оскільки допомагає автоматизувати багато операцій та зменшити потребу в фізичних відділеннях та персоналі.

- він дає можливість банкам привертати нових клієнтів з будь-якої точки світу, оскільки доступ до послуг можливий з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету.

- інтернет-банкінг дозволяє банкам швидко впроваджувати нові фінансові продукти та послуги, що відповідають змінюваним потребам клієнтів.

Водночас, незважаючи на свої переваги, він може створювати окремі проблеми для банку:

- завдяки зростанню кількості та складності кіберзагроз банки мають витрачати значні кошти на забезпечення безпеки своїх онлайн-систем.

- банки мають постійно оновлювати та модернізувати свої онлайн-платформи, щоб вони відповідали сучасним вимогам безпеки та функціональності.

- на відміну від традиційного обслуговування у банківських відділеннях, де клієнти можуть отримати допомогу в реальному часі, інтернет-банкінг може бути менш особистим, що може вплинути на задоволення клієнтів.

- у деяких випадках, особливо у регіонах з обмеженим доступом до Інтернету або низькою технологічною грамотністю, інтернет-банкінг може бути менш доступним для певних клієнтів, що може обмежити аудиторію банку.

Отже, онлайн-банкінг стає невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, надаючи нам безпрецедентний контроль над нашими фінансами.

Література

1. Єсіна О.Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1 (48). С. 209-213.

2. Олійник А.В. Інформаційні системи і технології у фінансових установах: навч. посібник. Львів : *Новий світ-2000*, 2006. 436 с.

3. Інтернет-банкінг (Онлайн-банкінг) – що це таке, суть, визначення, як працює та навіщо потрібен. URL: <https://termin.in.ua/internet-bankinh-onlayn-bankinh/>

Штучний інтелект як інструмент управління бізнес-процесами

Технологічний прогрес, невизначеність нового рівня і швидкі зміни в бізнес-середовищі вимагають нових підходів до управління. Для підвищення рівня професійності управління бізнесом та його масштабування, забезпечення обґрунтованості прийняття рішень, автоматизації процесів і виявлення нових можливостей для розвитку бізнесу все частіше застосовують штучний інтелект (ШІ). ШІ може значно поліпшити ефективність управління бізнес-процесами через автоматизацію, прогнозування, аналіз даних та прийняття рішень. Однією з основних переваг використання ШІ є оперативність обробки великої бази даних, що дозволяє реагувати на зміни та флуктуації в середовищі моментально та гнучко управляти бізнес-процесами відповідно до нових соціальних викликів.

З урахуванням того, що ШІ продовжує розвиватися, його вплив на управління бізнес-процесами буде тільки зростати. Важливо розглядати можливості та виклики, пов'язані з впровадженням цієї технології в конкретному бізнес-сегменті, а також етичні аспекти використання ШІ в управлінській діяльності.

Аналітики у дослідженні «Notes From The AI Frontier: Modeling the Impact of AI on the World Economy» визначають, що економічний ефект від використання ШІ накопичується з часом – незначний на початку, але суттєвий у стратегічному періоді. Прогнозується, що внесок ШІ в економічне зростання буде втричі вищим до 2030 року, ніж протягом найближчих років.

Приріст доданої вартості від впровадження ШІ оцінюється у 13 трлн доларів порівняно з поточним світовим ВВП та, ймовірно, цей приріст буде мати кумулятивний ефект [1] (рис. 1).

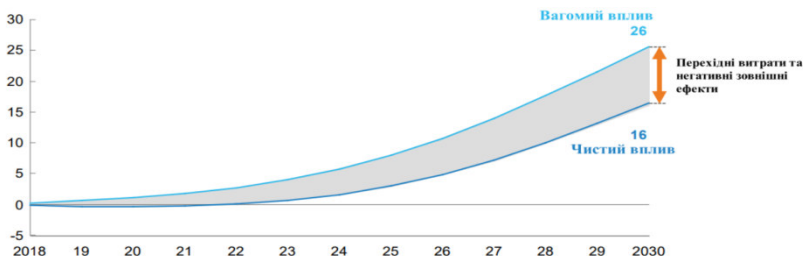


Рис. 1. Додана вартість економічного виробництва, сукупний приріст порівняно з поточним роком, %

Джерело: [2]

Отже, імплементація ІІІ відіграє важливу роль в оптимізації бізнес-процесів підприємств, забезпеченні ефективного управління ресурсами, підвищенні продуктивності та підвищенні конкурентоспроможності у сучасних умовах. Збалансована організація та раціоналізація бізнес-процесів є важливими для досягнення результативності та ефективності діяльності підприємств. Системний аналіз бізнес-процесів підприємств дозволяє виявити проблемні зони та знайти шляхи оптимізації та розвитку за допомогою інструментів цифрового маркетингу та вдосконалення логістичних процесів на основі ІІІ [3]. Імплементація ІІІ дозволяє зробити бізнес-процеси більш гнучкими та адаптованими до змін ринкових умов. Це допомагає підприємству швидко реагувати на нові можливості, впроваджувати інновації та залишатися конкурентоспроможним у швидкозмінному середовищі.

Література

1. Могилевська О. Ю., Слободяник А. М., Сідак І. В. Вплив штучного інтелекту на українську і міжнародну економіку. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 1. С. 45–52.
2. Jacques B., Jeongmin S., James M., Michael C., Raoul J. (2018) Notes From the AI Frontier: Modeling the Impact of AI on the World Economy. McKinsey & Company, pp. 22–23.
3. Kyfyak O., Kyfyak V., Petrenko O., Harvat O., Bilousko T. Internet advertising as an important tool for business development. *Ad Alta: journal of interdisciplinary research*. 2022. Vol. 12, Issue 2, P. 110-115.

Підвищення ефективності формування та використання бюджету територіальної громади

У сучасних умовах, економічні трансформації, динаміка демографічних змін, загрози екологічного характеру та стрімкий науково-технічний прогрес наочно демонструють необхідність ретельного та цілеспрямованого бюджетного планування. Ефективне управління бюджетом стає визначальним інструментом для забезпечення якісного поліпшення стандартів життя громадян та протидії можливим негативним наслідкам таких змін.

На місцевому рівні, де взаємодія з кінцевим споживачем найближча, ефективне використання бюджетних ресурсів набуває великого значення. Це відбувається відповідно до принципу субсидіарності, який передбачає делегування повноважень та відповідальності на місцевий рівень управління [1]. Розпочата у 2014 році реформа децентралізації виявилася інноваційною для місцевих бюджетів, та принесла їм численні переваги, такі як розширені повноваження та можливості для розвитку. Проте, постійний пошук нових методів для вдосконалення управління бюджетами місцевого самоврядування є необхідною передумовою подальшого прогресу.

Виділимо основні напрями вдосконалення, що можуть бути застосовані до більшості ОТГ України:

- створення сприятливих умов для розвитку бізнесу та створення нових робочих місць. Цьому сприяють такі інструменти впливу: спрощення умов ведення бізнесу, розвиток інфраструктури, підтримка інноваційних проєктів, залучення міжнародного співробітництва;
- удосконалення контролю за використанням природних ресурсів громади та забезпечення прозорості у цьому процесі;
- оптимізація витрат, шляхом скорочення адміністративних витрат, за допомогою цифровізації процесів та баз даних;
- аудит видатків на соціальний захист населення;
- реформування освітньої галузі, шляхом розширення повноважень для навчальних закладів (фінансові автономії);

- приведення соціальної інфраструктури у належний стан;
- більш ширше залучення населення в бюджетний процес (бюджети ініціатив). Варто відзначити, що даний інструмент широко впроваджувався до початку повномасштабної війни;
- вдосконалення методів планування на короткостроковий та середньостроковий періоди;
- приватизація нерентабельної комунальної власності. Даний напрямок реформування потребує загальнодержавного курсу. Зарубіжний досвід функціонування комунальних підприємств поєднує регулювання органами місцевого самоврядування та залучення приватного бізнесу. До прикладу, У США, Канаді та Австралії комунальні послуги надаються громадянам приватними компаніями, з державним регулюванням (публічно-приватне партнерство «PPP») [2]. Ці країни є одними з найбільш розвинених, у тому числі, і в рівні життя населення.

Важливо, що реформування має набути комплексного характеру. Точкові зміни не принесуть очікуваного результату. Саме синергія правильних кроків уряду держави та органів місцевого самоврядування дозволить отримати новий інклюзивний вектор розвитку, що сприятиме покращенню соціально-економічного розвитку громад. Адже, як стверджує, Дарон Аджемоглу, інклюзивні інститути створюють стійке довготривале зростання, благополуччя. Економічне зростання в інклюзивних інститутах сприяє «творчому руйнуванню» і, отже, підтримує технічний прогрес та інновації [3]. На нашу думку, запропоновані шляхи покращення формування та використання бюджетів ОТГ дозволять вийти на новий цивілізований етап соціально-економічного розвитку.

Література

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. №2456-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
2. Малін О.Л. Становлення державно-приватного партнерства як системи організаційно-економічних відносин. *Ефективна економіка*. 2019 №8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=8&y=2019>
3. Ajemoglu D. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty. Profile Books, 2013. 560 p.

Сучасні тенденції в SMM

Соціальні мережі сьогодні – ключовий інструмент, який дає змогу інформувати людей, впливати на їх поведінку і смаки, а також просувати різноманітні товари і послуги. Це пов'язано з тим, що значна чисельність осіб (89% інтернет-користувачів віком від 16 до 64 років) щодня відвідують соціальні мережі для знайомства, спілкування та пошуку інформації.

Згідно з даними Kerios [1], станом на 1 жовтня 2023 року кількість активних користувачів соціальних мереж становить 4,95 млрд. осіб, а це 61,4% від загальної чисельності населення світу. Кількість активних ідентифікаторів зросла на 4,5% (215 млн. нових користувачів) за минулий рік. Але тривалість уваги у споживачів соціальних мереж зменшується за рахунок швидкого темпу життя, стрімкого розвитку соціальних мереж та щоденного неосяжного обсягу контенту. Зараз споживачі здебільшого сканують інформацію, не читаючи ретельно, тому у 2024 році SMM спеціалістам потрібно шукати нові методи привертання уваги споживача до товару, послуги чи бренда в цілому.

Тренди та тенденції формують платформу, на якій будуються взаємовідносини зі споживачами і з кожним роком виносять маркетинг в соціальних мережах на новий рівень. За інформацією Marketing Media Review основними трендами у 2024 році будуть: «One-bite content», «user generated content», «fear of missing out», «people to people», «social listening», «everything App», мультиплатформість, персоніфікована реклама та audio SMM [2].

«One bite content» – швидкий контент, який не вимагає багато часу від споживачів, який привертає увагу аудиторії з «перших секунд» за допомогою цікавих заголовків, субтитрів, динамічних відео, тощо.

«User generated content» (UGC) – користувацький (клієнтський/споживацький) контент про продукт із демонстрацією пакування товару, акцій, бонусів та подарунків

від бренду, оскільки потенційні споживачі мають більшу довіру до реального споживача (реального досвіду).

«Fear of missing out» (FoMO) – термін запроваджений у 2004 році саме для опису феномену в соціальних мережах «страх споживача упустити щось важливе», тобто актуальними у 2024 році будуть «акційна пропозиція на 24 години», розіграш о конкретній годині або прямий ефір.

«People to people» (P2P), тобто споживачі цікавляться, хто працює над товаром або послугою або аналізують реальні відгуки користувачів.

«Social listening» – це процес моніторингу та аналізу актуальних суспільних тем і обговорень у соціальних мережах.

«Everything App» – ідея, яка передбачає, що сторінка в соціальних мережах повинна задовольняти потреби аудиторії.

Мультиплатформність – це ведення акаунтів компанії в різних соціальних мережах. У зв'язку із конкуренцією бізнесу важливо створювати додаткові точки дотику з цільовою аудиторією.

Персоналізована реклама – це підхід, при якому реклама адаптується до конкретних інтересів і потреб цільової аудиторії (робота з інформацією про цільову аудиторію, розгалуження рекламних креативів на сегменти, унікальні пропозиції).

Аудіо контент, тобто експертний голосовий контент у вигляді подкастів, експертних інтерв'ю, семінарів, лекцій, тощо.

Отже, для створення ефективного SMM важливо враховувати сучасні тренди та адаптувати контент до потреб цільової аудиторії. Слідкування за трендами, аналіз SMM-стратегій та швидка реакція на зміни на ринку допомагають бізнесу досягти успіху.

Література

1. Офіційний сайт інформаційного порталу Kepios. URL: <https://kepios.com>

2. Офіційний сайт маркетингового порталу Marketing Media Review (MMR). URL: <https://mmr.ua/show/social-listening-ai-fast-fud-kontent-ta-inshe-10-trendiv-u-smm-2024-roku>.

Модифікація VRP задачі в ERP системі Odoo

У сучасному світі оптимізація транспортних маршрутів є важливим аспектом для підвищення ефективності та зниження витрат у логістичних системах. Ефективна інтеграція розв'язків для задачі маршрутизації з обмеженням щодо вантажопідйомності (CVRP) у систему ERP, зокрема Odoo, є ключовим фактором успіху для компаній, що займаються доставкою. Оптимізація логістичних процесів через автоматизацію не тільки покращує ефективність роботи, але й сприяє зменшенню витрат [1].

CVRP відрізняється від традиційної задачі VRP наявністю додаткових обмежень, пов'язаних з вантажопідйомністю транспортних засобів, що ускладнює процес знаходження оптимальних маршрутів. Це робить задачу більш реалістичною для потреб бізнесу, оскільки враховуються реальні обмеження на вагу та об'єм вантажів [2].

ERP-системи, такі як Odoo, забезпечують потужну платформу для інтеграції різноманітних бізнес-процесів, у тому числі логістики та доставки. Модифікація VRP задачі до CVRP та її інтеграція у ERP-систему як модуль дозволяє автоматизувати планування маршрутів, враховуючи не тільки відстані між точками доставки, але й обмеження щодо вантажопідйомності транспортних засобів а також дозволяє інтегрувати між собою різні бізнес процеси та керувати за допомогою одного програмного забезпечення.

Застосування спеціалізованого модуля у системі Odoo для CVRP задачі дозволяє користувачам вказувати параметри транспортних засобів, обмеження за вантажопідйомністю, а також керувати списками відправлень з урахуванням цих обмежень. Це значно спрощує процес розподілу вантажів між транспортними засобами та оптимізацію маршрутів доставки.

На базі ERP-системи Odoo був розроблений модуль оптимізації транспортного засобу з вантажопідйомністю (рис. 1). Даний модуль надає зручний функціонал для

оптимізації транспортного засобу з додатковою умовою – вантажопідйомністю автомобіля. Функціонал модуля дозволяє працівникам обирати з якого складу буде здійснюватися перевезення, вказати список контрагентів для відправки а також вказати вантажопідйомність та потреби контрагентів. Алгоритм розрахунку найкоротшого маршруту розроблений на базі OR-Tools та Google Maps API.

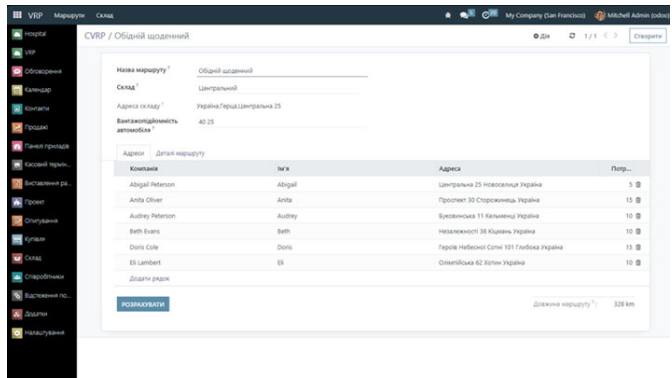


Рис 1. Інтерфейс модуля CVRP в системі Odoo

Отже, використання ERP-системи Odoo з інтегрованим модулем для розв'язання задачі CVRP дозволяє компаніям ефективно управляти маршрутизацією транспорту з урахуванням обмежень по вантажопідйомності, забезпечуючи оптимізацію логістичних процесів і зниження витрат.

Література

1. Capacitated vehicle routing problem / I. A.A та ін. International Journal of Research -Granthaalayah. 2019. Т. 7, № 3. С. 310–327. URL: <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v7.i3.2019.976> (дата звернення: 09.03.2024).

2. What is Capacitated Vehicle Routing Problem (CVRP) | An Overview. Upper Route Planner. URL: <https://www.upperinc.com/glossary/route-optimization/capacitated-vehicle-routing-problem-cvrp/> (дата звернення: 09.03.2024).

Жанна-Олена Горда
Науковий керівник – доц. Ярошенко О.І.

Формування інвестиційного портфеля за моделлю Марковіца в середовищі R

Формування оптимального інвестиційного портфеля є одним з ключових завдань в управлінні активами. Модель Марковіца, запропонована Гаррі Марковіцем у 1952 році, досі залишається базовою моделлю для розв'язання цієї задачі. Вона ґрунтується на теорії портфельного інвестування та дозволяє знайти такий розподіл активів в інвестиційному портфелі, який мінімізує ризик за заданого рівня доходності.

Поетапна реалізація моделі в популярному середовищі для статистичного аналізу та обробки даних R подана нижче.

Етап 1 (збір та підготовка даних). Встановлюємо пакет "quantmod" та завантажуюємо фінансові дані по акціях компаній Apple, Microsoft, Alphabet та Amazon за допомогою функції `getSymbols()` з сервісу Yahoo Finance [1]:

```
getSymbols(c("AAPL", "MSFT", "GOOGL", "AMZN"),  
          from = "2023-01-01", to = "2024-01-01").
```

Етап 2 (обробка даних). Обчислюємо щоденну доходність для кожної акції за допомогою логарифмічного методу на основі цін закриття

```
returns <- na.omit(log(Ad() / lag(Ad()))),
```

коваріаційну матрицю для щоденних доходностей

```
cov_matrix <- cov(returns)
```

та середні значення щоденних доходностей по кожній акції.

```
mean_returns <- colMeans(returns).
```

Етап 3 (обчислення характеристик портфеля). Визначаємо функцію `portfolio_stats()` для розрахунку ключових характеристик інвестиційного портфеля на основі вхідних даних: вектора ваг активів, вектора середніх доходностей та коваріаційної матриці. У результаті отримуємо такі показники портфеля як очікувана річна доходність та річна волатильність.

```
portfolio_stats <- function(weights, mean_returns,
cov_matrix) {
  port_return <- sum(weights * mean_returns)
  port_volatility <- sqrt(t(weights) %*% cov_matrix %*%
weights)
  return(c(AnnualizedReturn = port_return * 252,
AnnualizedVolatility = port_volatility * sqrt(252))))}
```

Далі визначаємо функцію оптимізації портфеля `optimize_portfolio()`, яка за допомогою методу L-BFGS-B максимізує значення очікуваної річної дохідності портфеля в рамках заданих обмежень на ваги активів. Результатом є знаходження оптимального набору ваг, що забезпечує максимальну дохідність за умови мінімального ризику.

```
optimize_portfolio <- function(mean_returns, cov_matrix) {
  n <- length(mean_returns)
  init_weights <- rep(1/n, n) # початкові ваги
  lower_bound <- rep(0, n)    # нижня межа ваг
  upper_bound <- rep(1, n)    # верхня межа ваг
  control <- list(maxit = 1000) # контроль ітерацій
  result <- optim(init_weights, function(x) -
portfolio_stats(x, mean_returns, cov_matrix)[1], lower =
lower_bound, upper = upper_bound, control = control, method =
"L-BFGS-B")
  return(result)}
```

Етап 4 (оптимізація портфеля) Застосовуємо функцію

```
optimize_portfolio(mean_returns, cov_matrix)
```

для отримання оптимального інвестиційного портфеля.

Етап 5 (візуалізація та аналіз результатів) Виводимо результати оптимізації та аналізуємо отримані оптимальні ваги активів, значення цільової функції, кількість ітерацій.

Отже, реалізація моделі Марковіца в середовищі R дає змогу інвесторам ефективно управляти ризиками та формувати оптимальні інвестиційні портфелі на основі статистичного аналізу історичних даних.

Література

1. Офіційний сайт Yahoo Finance. Режим доступу: <https://finance.yahoo.com>.

Проблеми функціонування банківської системи України в період переходу на європейський стандарт

Україна, знаходячись на шляху до інтеграції з Європейським Союзом, зіткнулася з рядом важливих викликів, зокрема у сфері банківської системи. Перехід на європейські стандарти вимагає не тільки адаптації технічних аспектів, але й вирішення системних та структурних проблем. Розглянемо основні проблеми функціонування банківської системи України в період переходу на європейський стандарт, зокрема зазначимо головні їх напрямки.

1. Неоднакові стандарти та вимоги: перехід на європейські банківські стандарти ускладнює функціонування українських банків, оскільки вимагає від них швидкого адаптування до нових правил та технологій, що може вимагати значних витрат та часу.

2. Бюрократичні перешкоди: процес переходу на європейський стандарт супроводжується бюрократичними труднощами, такими як складні процедури отримання ліцензій та дозволів, що ускладнює роботу банків та сповільнює їх розвиток.

3. Конкуренція на внутрішньому ринку: зі збільшенням конкуренції на внутрішньому ринку внаслідок відкриття для європейських банків, українські фінансові установи вимушені підвищувати свою конкурентоспроможність, що може викликати труднощі для менших гравців та спричинити реструктуризацію ринку.

4. «Нестабільність економічного середовища: економічна нестабільність та валютні коливання у період переходу можуть призвести до ризиків для банківської системи, особливо для тих, які не готові ефективно управляти фінансовими ризиками» [1].

5. Технологічні виклики: впровадження європейських технологічних стандартів може вимагати значних інвестицій у модернізацію інформаційно-технічної інфраструктури банків,

що може стати проблемою для менших установ та відсталіших гравців.

6. «Кадрові виклики: перехід до європейських стандартів вимагає висококваліфікованого персоналу, здатного ефективно впроваджувати нові практики та технології. Недостатній рівень кадрового потенціалу може бути значущою перешкодою» [2].

7. Фінансова стійкість: перехід на європейські стандарти може стати викликом для фінансової стійкості українських банків, зокрема у контексті збільшення вимог до капіталізації та ліквідності.

Отож у період переходу банківської системи України на європейські стандарти визначено кілька ключових проблем, які вимагають уважного вирішення. Перш за все, розрив у національних та європейських банківських стандартах створює виклик для адаптації українських банків та вимагає гармонізації внутрішніх регуляцій з європейськими нормами.

Другий аспект полягає у необхідності більш ефективного управління фінансовими ризиками та підготовці висококваліфікованого персоналу для роботи з європейськими стандартами. Технологічні виклики також потребують суттєвих інвестицій у модернізацію та цифровізацію банківської інфраструктури.

Узагальнюючи, скажемо: перехід на європейські банківські стандарти вимагає комплексного рішення проблем та системних змін. Важливо врахувати пропозиції науковців і практиків у даній сфері задля ефективного подолання викликів і забезпечення стійкого розвитку банківської системи України в умовах переходу на європейські стандарти.

Література

1. Вдовенко Л.О. Рефінансування як механізм підтримки стабільності банківської системи. *Економіка. Фінанси. Менеджмент. Актуальні питання науки і практики*. 2018. №2. с. 8-14.

2. Ризик-менеджмент. Pharmencyclopedia.com.ua. 2022. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6084/rizik-menedzhment>

3. Огляд банківського сектору, грудень 2023 р Національний банк України: веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua> (Публікація). НБУ. 05.12.2023. (дата звернення 4.03.2024)

Вплив пандемії Covid-19 та війни на ринок реклами в Україні

Наслідки війни, що триває суттєво вплинули на різні аспекти життя українського суспільства, зокрема, на економічний ландшафт. За оцінками Міністерства економіки України, падіння ВВП у 2022 році становило рекордні 30,4% [1]. Цей спад відбився і на рекламному секторі, оскільки фінансова стабільність підприємств безпосередньо впливає на їхні витрати на рекламну діяльність.

Після кризи Covid-19 у 2020 р. та повномасштабного вторгнення росії на територію України у лютому 2022 р. обсяг українського ринку реклами зменшився на 63% [2]. Найпомітніше падіння спостерігалось за напрямками реклама в кінотеатрах, на телебаченні й у пресі. Про це свідчать результати дослідження обсягів ринку, що їх провела Всеукраїнська рекламна коаліція (скорочено – ВРК) [2]. У 2022 році відбулося помітне скорочення рекламних бюджетів брендів, які, за оцінками галузевих експертів, впали на 65-70% [4]. Вихід іноземних виробників і рекламодавців з українського ринку та занепад кількох вітчизняних компаній суттєво знизили динаміку рекламної галузі. Крім того, рекламний ландшафт зазнав скорочення доступних платформ та їхнього охоплення. Основні національні телеканали присвятили себе трансляції марафону «Єдині новини», позбавленого реклами. У квітні 2022 року припинили мовлення «5 канал», «Прямий канал» та «Еспресо». Законодавчі зміни також прискорили вихід з ринку влітку 2022 року одного з чотирьох провідних медіа холдингів – «Україна», що охоплював телебачення (включно з одним із найрейтинговіших каналів – «Україна»), радіо, видавничу діяльність та цифрові ресурси [7, с. 88]. Протягом 2022 року припинили діяльність частина періодичних видань та кілька десятків телеканалів і радіостанцій. Деякі з цих ЗМІ зазнали руйнування свого майна під час конфлікту або під час

подальшої окупації. Загарбники захопили деякі об'єкти, перепрофілювавши їх для своїх пропагандистських цілей.

Отже, зазначене має наслідки для ефективності та майбутньої траєкторії розвитку рекламної індустрії. Неспокійне операційне середовище, спричинене сукупним впливом війни, що триває, та пандемії Covid-19, вимагає ретельного дослідження їхнього впливу на поточний стан та майбутні перспективи розвитку ринку реклами в Україні.

Література

1. Мінекономіки попередньо оцінює падіння ВВП в 2022 р. на рівні 30,4%. *Міністерство економіки України*. 05.01.2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/min-ekonomiky-poperedno-otsiniuiie-padinnia-vvp-v-2022-rotsi-na-rivni-304> (дата звернення: 01.01.2024)

2. У 2022 році рекламний ринок впав на 63%, – Всеукраїнська рекламна коаліція. *Детектор медіа*. 5.12.2022. URL: <https://detector.media/rinok/article/205650/2022-12-05-u-2022-rotsi-reklamnyy-rynok-vpav-na-63-vseukrainska-reklamna-koalitsiya/> (дата звернення: 02.01.2024)

3. Лазебник М. Всеукраїнська рекламна коаліція оголошує підсумкові об'єми рекламно-комунікаційного ринку України 2020 і робить прогноз об'ємів ринку 2021. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. 15.12.2020. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2020/ad-volume-2020.html> (дата звернення: 02.01.2024)

4. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2022. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. URL: <https://vrk.org.ua/images/AdVolume2022.pdf> (дата звернення: 01.01.2024)

5. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2023 і прогноз об'ємів ринку 2024. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. 20.12.2023. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2023/ad-volume-2024.html> (дата звернення: 02.01.2024)

6. Підсумки року 2022. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. URL: https://vrk.org.ua/images/VRK_Annual_Report_2022.pdf (дата звернення: 01.01.2024)

7. Григорова З. В. Розвиток рекламного ринку України в умовах кризи. *Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії»*. 2023. Вип. 79. С. 87-92. URL: http://bses.in.ua/journals/2023/79_2023/14.pdf (дата звернення: 01.01.2024)

Інновації у фінансових технологіях: потенціал та виклики для ринку фінансових послуг в Україні

Фінансові технології перетворюють спосіб, яким фінансові послуги надаються та споживаються. У контексті України, це стає важливим фактором, оскільки країна активно розвивається в цифровому напрямку. Проте, інновації у фінансових технологіях не лише надають нові можливості, але й створюють виклики для ринку фінансових послуг. Дослідження потенціалу та викликів фінтех для українського ринку фінансових послуг важливе для розуміння та ефективного використання цих технологій.

Серед ключових причин, які уповільнюють розвиток фінансових технологій в Україні, можна відзначити кілька аспектів. По-перше, це недосконале державне регулювання у сфері фінансових технологій, яке перешкоджає їхньому впровадженню та розвитку. Другим важливим фактором є негативний інвестиційний клімат, який призводить до низького зацікавлення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів у вкладення коштів у українські стартапи, неоднаковий рівень розвитку необхідної інфраструктури, зокрема телекомунікацій та інтернету, а також проблеми з якістю та вартістю послуг зв'язку, ускладнюють швидке впровадження фінансових технологій [2].

Нерозвинена система венчурного інвестування, концентрація технологічних компетенцій у банківській системі, ускладнюють ситуацію, а відсутність високої технологічної та фінансової грамотності серед населення загалом, спад реальних доходів та надмірна довіра заощадженням та консервативному підходу до фінансових рішень ускладнюють впровадження інновацій у фінансову сферу [3].

Впровадження інновацій у фінансові технології має великий потенціал для розвитку ринку фінансових послуг в Україні, проте вимагає уваги до регуляторних, технологічних та конкурентних викликів. Завдяки інноваціям можна розширити спектр фінансових послуг, включаючи електронні платежі,

мікрокредитування, електронні гроші, інвестиційні платформи, стимулювати розвиток стартапів та інноваційних підприємств, що спеціалізуються на розробці нових фінансових продуктів і сервісів, що сприятимуть створенню конкурентного середовища та стимулюванню економічного зростання в країні.

Ефективне впровадження системи управління ризиками є фундаментом для успішної діяльності усіх інноваційних компаній, які надають фінтех послуги. Один із найбільших викликів для таких компаній – зростаючий ризик кібербезпеки. Невдача в адекватному захисті інформаційних систем може призвести до витоку важливих даних, що може призвести до великих фінансових втрат та порушити довіру клієнтів. Для зменшення ризику втрат від кіберзагроз запропоновано використовувати кіберстрахування [1].

Фінтех компанії часто стикаються з фінансовими ризиками, такими як ризик кредитування. Надання кредитів призводить до ризику неповернення позик або заборгованості з боку клієнтів, що може призвести до втрат капіталу та зниження прибутку. Також компанії можуть бути вразливими до ризиків ринку, таких як зміни валютних курсів, регуляторних змін, зменшення попиту на продукти та послуги тощо.

Література

1. Приказюк Н.В., Гуменюк Л.С. Кібер-страхування як важливий інструмент захисту підприємств в умовах цифровізації економіки. *Ефективна економіка*. 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/8.pdf
2. Проць І.М. Фінансові технології – об'єкт фінансово-правового регулювання. *Юридичний науковий журнал*. 2022. №4. URL: http://lsej.org.ua/4_2022/64.pdf.
3. Фінансові технології в Україні: шлях до інновацій та стабільності. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 1 (11), С. 59-72. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/181/148>
4. Шевченко О.М., Рудич Л.В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. *Ефективна економіка*. 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/63.pdf

Боргова безпека країни: теоретичні засади

Протягом останніх років економіка України зазнала впливу ряду фінансово-економічних труднощів, що виникли через економічну кризу та воєнний конфлікт. Крім того, втрата контролю над частиною території, зменшення виробництва у певних секторах, закриття деяких ринків збуту та інші негативні політичні, економічні та валютні чинники призвели до збільшення дефіциту бюджету. Тому надзвичайно важливим стають аспекти забезпечення стабільного рівня державного боргу та забезпечення фінансової безпеки України.

Боргова безпека – це визначений рівень внутрішньої та зовнішньої заборгованості держави, що є гарантованою та підтримується державою. Цей рівень відповідає потребам країни в фінансових ресурсах, достатній для вирішення актуальних соціально-економічних завдань і сприяє поступовому економічному та соціальному розвитку.

Боргова безпека є чинником забезпечення стабільності, платоспроможності [1] державного суверенітету та фінансової незалежності країни від кредиторів, а особливо зовнішніх

Бюджетна та боргова політика держави повинна базуватися на систематичній оцінці та стеженні за її борговою безпекою. В умовах постійного дефіциту державного бюджету та зростання державних боргів, основним завданням при втіленні стратегічних пріоритетів боргової політики країни повинно бути гарантування відповідного рівня боргової стабільності держави.

Найпоширенішими показниками для оцінки боргової стійкості України є співвідношення загального державного боргу до ВВП, зовнішнього державного боргу до ВВП, внутрішнього державного боргу до ВВП, заборгованості уряду за державними цінними паперами до ВВП.

Проте при аналізі боргової стійкості України важливо враховувати показники, які відображають її здатність розраховувати зобов'язання, наявність ліквідних активів і

спроможність утриматися від короткострокового залучення позик.

Нині у вітчизняній практиці боргову безпеку країни як складову економічної безпеки оцінюють за допомогою офіційної методики, затвердженої Наказом Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України» від 29 жовтня 2013 р. № 1277 [2].

Співвідношення державного боргу до ВВП показує, скільки коштів країна витрачає на обслуговування боргу (виплату процентів і основної суми) порівняно з розміром економіки. Чим вище це співвідношення, тим більше боргове навантаження на економіку.

Зазначимо, що це лише один із показників боргової стійкості. Іншими важливими показниками є: відношення процентних виплат до доходів бюджету, середній термін погашення боргу та валютна структура боргу. Важливо комплексно оцінювати всі ці показники, щоб визначити боргову стійкість країни.

Військові дії на території нашої держави вимагають нових сценаріїв боргової стабілізації та комплексне вдосконалення державної боргової політики. Боргова стійкість виступає як ключовий фактор забезпечення економічного суверенітету країни, міцності її фінансової системи перед внутрішніми та зовнішніми загрозами.

Література

1. Котіна Г., Степура М., Кондро П. Боргова безпека України: оцінка, ризики та перспективи. Схід. 2017. № 3. С. 10–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2017_3_3.

2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економіки України від 29 жовтня 2013 р. № 1277 // Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України.

URL:

<http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=ukA&tag=MetodichniRekomendatsii>.

Потенціал розвитку безготівкових платежів у період війни

В умовах сьогодення безготівкові платежі є одними із основних елементів фінансової та технологічної революції. Безготівкові розрахунки відіграють важливу роль в покращенні ефективності функціонування фінансової системи країни та водночас сприяють цифровому розвитку економіки, підвищенню економічної ефективності та збільшенню рівню доступу до фінансування населення.

«Упродовж 2022 року, незважаючи на воєнні дії, ракетний терор та обмеження електропостачання, українці продовжували активно використовувати платіжні картки для безготівкових розрахунків» [1].

У період війни в Україні потенціал розвитку безготівкових платежів може бути значно обмежений через різні фактори, що впливають на економічну та соціальну ситуацію країни. Та водночас виникають певні можливості та вимоги, які сприяють розвитку цього виду платежів.

Основний закон, яким керуються безготівкові розрахунки в Україні, – це Закон України «Про платіжні послуги» № 1591-IX.

«Цей закон зокрема визначає поняття та загальний порядок виконання платіжних операцій в Україні, встановлює виключний перелік платіжних послуг та порядок їх надання, категорії надавачів платіжних послуг та умови авторизації їх діяльності та визначає загальні засади функціонування платіжних систем в Україні» [2].

Чинники, що впливають на безготівкові розрахунки, на момент сьогодення, можуть мати особливий характер та динаміку, а саме:

- зростання безпеки та конфіденційності;
- інновації та технологічний прогрес;
- забезпечення фінансової стабільності;
- зменшення корупції та нелегальних транзакцій;
- інфраструктурні зміни та мережеві ризики.

Зростає потреба в безпечних та ефективних способах здійснення платежів, що сприяє подальшій електронізації фінансових операцій, такі технології, як мобільні платежі, безконтактні картки та цифрові гаманці, можуть забезпечити швидкі та зручні способи оплати, що особливо актуально в умовах військових дій.

Електронні платіжні системи дозволяють уникнути ризику втрати готівки внаслідок знищення банківських інфраструктур або втрати доступу до банківських послуг у зоні конфлікту.

Використання безготівкових платіжних систем може зменшити рівень корупції та нелегальних фінансових операцій, оскільки кожна транзакція залишає слід в електронних системах, що полегшує контроль та моніторинг фінансових потоків.

Особливість організації безготівкових грошових коштів в Україні – застосування спеціальної форми, яка використовується для здійснення самого платежу, а саме:

- у безготівкових грошових коштах існує три учасника: платник, одержувач і банк, у якому здійснюються розрахунки у формі запису по рахунках платника та одержувача;
- «учасники безготівкових розрахунків являються в кредитних відносинах з банком;
- перерахуванні кошти, що належать одному учасникові розрахунків, здійснюються шляхом записів на їхніх рахунках, у результаті чого проводиться кредитна операція, вчинена за допомогою коштів, таким чином оборот готівки замінюється кредитною операцією» [3].

Отже, безготівкові розрахунки дозволяють зберігати економічну активність, навіть в умовах військових дій, забезпечуючи людей та компанії доступом до необхідних товарів і послуг.

Література

1. Воєнний рік: безготівкові операції – у пріоритеті в українців.
URL: <https://bank.gov.ua/ua/news>
2. Про платіжні послуги: Закон України від 30.06.2021 № 1591-IX.
3. Костюнік О.В., Побережна В.В. Основні проблеми організації безготівкових грошових коштів в Україні. *Наукове фахове видання з питань економіки «Агросвіт»*. 2016. №9. С. 51-55.

Особливості концепції комплексу маркетингу в e-commerce

Розвиток технологій, постійне зростання користувачів інтернету та трансформація власне ринку призвели до формування електронної комерції (E-Commerce), масштаби якої, найбільш ймовірно, будуть у майбутньому лише збільшуватися.

E-Commerce – це діяльність, яка забезпечує реалізацію товарів і послуг в інтернет-середовищі. До такої діяльності «можна зарахувати не лише онлайн-торгівлю, а й інтернет-маркетинг, обмін інформацією, банківські та страхові послуги» [1]. Отже, це комерційні відносини, які здійснюються за допомогою онлайн-технологій.

Класична концепція маркетингу 4P також перейшла в E-Commerce. Чимало критиків вважають, що теорія 4P є застарілою для цього напрямку, тому спробуємо охарактеризувати її особливості та визначити її актуальність.

Продукт (*product*) у сфері E-Commerce змінює свою форму. Інтернет-середовище розширює можливості маркетологів щодо надання детальної інформації про продукт, починаючи від точних описів і специфікацій продукту до можливості більш детально продемонструвати продукт за допомогою фото- та відеоконтенту у форматі HD. Крім того, є й інші переваги, такі як поради та рекомендації щодо купівлі, а також огляди та відгуки інших покупців і фахівців.

Просування (*promotion*) в E-Commerce має, можливо, визначальне значення, адже доведено, що використання онлайн-реклами підвищує рівень залучення споживачів, а отже, й обсяги продажів. Безумовно, сьогодні саме інтернет є оптимальним середовищем для висвітлення комерційних пропозицій, і більшість трейдерів (як оптових, так і роздрібних) ефективно використовують його можливості. Ефективне застосування інструментів онлайн-просування дозволяє охопити більшу аудиторію, скоротити витрати, мінімізувати ризики, зібрати інформацію про споживачів. Ще одним плюсом онлайн-

просування є те, що користувач може швидко і легко переглянути всі рекламні звернення та акційні пропозиції, а не лише кілька окремих позицій.

Місце (*place*) як складова комплексу маркетингу в E-Commerce є повністю нетрадиційним у порівнянні з класичним розумінням. Новим фізичним розташуванням стає інтернет-ресурс (веб-сайт, сторінка, лендинг), головними параметрами якого є його наповненість, доступність інформації, зручність і швидкість навігації, оптимізація для мобільних пристроїв тощо. Перевага онлайн-торгівлі перед звичайним ритейлом полягає в тому, що споживачі можуть здійснювати замовлення або перегляд товару в будь-який зручний для них час у режимі 24/7. Компаніям і підприємцям важливо розуміти, що користувачі очікуватимуть такого ж рівня обслуговування в E-Commerce, як і у фізичному магазині або навіть кращого.

Ціна (*price*) в E-Commerce теж видозмінюється, стаючи більш відкритою, що веде до зниження маржинальності продажу. Це пояснюється тим, що в E-Commerce споживач може значно швидше порівняти наявні на ринку альтернативи. Іноді для оцінки всіх цінових пропозицій йому потрібно витратити лише кілька хвилин. Враховуючи те, що вартість товарів і послуг найчастіше є головним пріоритетом для більшості покупців, E-Commerce пропонує їм значно вигідніші умови. Тому процес формування доданої вартості, яку може запропонувати бізнес, стає більш важливим, а такі додаткові можливості, як акції, бонуси, безкоштовна доставка та гаряча лінія підтримки клієнтів допомагають пом'якшити ціновий тиск на споживача.

Отже, попри усю традиційність моделі 4Р, ця концепція усе ще цілком актуальна в епоху цифрових технологій. Звичайно, потрібно розуміти, що її застосування вимагає від маркетологів адаптації деяких підходів та інструментів.

Література

1. E-Commerce, або Електронна комерція. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/e-commerce-abo-elektronna-kommerciya/> (Дата звернення: 20.02.2024р.).

Бізнес-інжиніринг як інструмент масштабування підприємницької діяльності

Бізнес-інжиніринг є новітнім підходом у сучасному підприємництві, який поєднує в собі аспекти бізнес-адміністрування та технологічної спеціалізації. Він спрямований на розробку, впровадження та підтримку інноваційних технологічних рішень, що сприяють ефективному функціонуванню підприємства та його масштабуванню. Він сприяє підвищенню продуктивності, оптимізації бізнес-процесів, зниженню витрат та створенню конкурентних переваг.

У концепції інжинірингу бізнес-процесів постулати процедурного підходу наповнюються змістом системного підходу, згідно з яким процес управління розглядається як система бізнес-процесів. Причому критерієм поділу на елементи системи є не функції управління (як у функціональному підході), а сукупність відносин щодо досягнення певної мети, яка, у свою чергу, відповідає меті управління [1, с. 153].

Основними інструментами застосування бізнес-інжинірингу у практиці підприємницької діяльності є [2; 3]: проєктування технологічних систем для задоволення конкретних потреб бізнесу; розробка програмного забезпечення, програм і баз даних, використання програмного забезпечення бізнес-аналітики, керування оновленнями технологій у всій компанії; навчання персоналу використання новітніх технологій; розробка методів перевірки програмного забезпечення; усунення проблем у технологічних або адміністративних аспектах компанії; проведення презентацій щодо своїх конструкцій та розробок; надання технічної підтримки; синтез і моделювання даних для розробки оптимальних інформаційних рішень; формування клієнтоорієнтованих бізнес-процесів; документування оновлень програмного забезпечення.

Бізнес-інжиніринг – стратегічний підхід до управління підприємством, зорієнтований на перегляд, реформування та оптимізацію бізнес-процесів з метою підвищення ефективності і

конкурентоспроможності. Цей підхід передбачає комплексне використання методів, інструментів та технологій для вирішення конкретних завдань бізнесу. Одним з основних напрямків застосування бізнес-інжинірингу є проектування технологічних систем, що вирішують конкретні потреби підприємства.

Прикладом успішного використання бізнес-інжинірингу є компанія Amazon, яка використовує цей інструмент для оптимізації своїх ланцюгів постачання. Завдяки впровадженню ефективних технологічних рішень та аналізу бізнес-даних, Amazon змогла поліпшити процеси логістики та складського управління, що призвело до збільшення прибутків та задоволеності клієнтів.

Ще одним прикладом успішного застосування бізнес-інжинірингу на українському ринку є компанія «Нова Пошта». Вона вдало використовує інструменти бізнес-інжинірингу для оптимізації маршрутів і процесів доставки. Завдяки впровадженню нових технологій та оптимізації бізнес-процесів, «Нова Пошта» змогла значно скоротити час доставки посилок і підвищити задоволеність клієнтів, що призвело до збільшення її вартості та позицій у рейтингу українських брендів.

Отже, бізнес-інжиніринг – це ефективний інструмент, який дозволяє масштабувати підприємницьку діяльність через трансформацію бізнес-моделі шляхом впровадження технічних рішень та клієнтоорієнтованого підходу.

Література

1. Kyfyak V., Lopatynskyi Y. Methodical approaches to business processes reengineering at modern enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4 Number 4. P. 151-158. <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/493/pdf>.
2. Mathiarasan K. Business Process Reengineering: The Modern Way to Boost Efficiency and Profits. Kissflow Low-Code Application Development Platform. URL: <https://kissflow.com/workflow/bpm/business-process-reengineering-bpr/>.
3. What is a Business Engineer? [Online]. Indeed Career Advice. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-business-engineer>.

Проблеми відновлення туризму в Україні

Туризм є однією з провідних сфер світової економіки. Багато країн визнають туристичну індустрію як один з основних напрямків розвитку національної економіки і культури. Він сприяє зростанню валового внутрішнього продукту (ВВП), збільшенню валютних надходжень, розвитку промисловості і торгівлі, а також стимулює розвиток інфраструктури, залучення інвестицій і виникненню нових галузей. У розвинених країнах світу туризм займає важливе місце за обсягами доходів, кількістю створених робочих місць і лоходами до бюджету.

Однак, водночас туризм став однією з галузей, що найбільше постраждала під час пандемії COVID–19. Внаслідок карантинних обмежень аеропорти закрилися, готелі залишилися без відвідувачів, а попит на послуги турагентств суттєво впав. Щойно галузь почала відновлюватися після коронавірусу, повномасштабне вторгнення росії в Україну зриву вразило туристичний бізнес.

Війна в Україні вплинула не тільки на український туризм, але й на ситуацію в Європі загалом. Російське повномасштабне вторгнення сприяло зростанню і так вже високих цін на нафту та логістику, а також збільшило невизначеність щодо розвитку економіки в країнах Європи. Протягом першого півроку повномасштабної війни виникли труднощі з подорожами по всій Східній Європі.

За інформацією Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів через війну в Україні спала найбільше в таких країнах [1]:

- Чехія (–35%);
- Фінляндія (–36%);
- Латвія (–38%);
- Словенія (–42%);
- Молдова (–69%).

Оцінено, що потенційні збитки світової туристичної економіки від війни складають 14 млрд доларів. У той же час в

Україні надходження від туризму до держбюджету зменшилися на понад 30% у 2022 році [1].

У перший рік повномасштабної війни менше податків сплатили: туристичні агенції (–27%); туристичні оператори (–35%); турбази, кемпінги, дитячі табори відпочинку (–57%).

Відновлення туристичної індустрії в Україні – досить складне завдання і потребує вирішення щонайменше трьох проблем. По-перше, це аспекти, пов’язані з забезпеченням безпеки туристів. Тут мова йде не лише про наявність обов’язкового укриття, але й про дотримання правил безпеки під час організації екскурсійного обслуговування на туристичних маршрутах (заміновані території). По-друге, відновлення транспортної інфраструктури та пошкоджених об’єктів туристичної сфери, таких як музеї та історико-культурні пам’ятки. За станом на 23 серпня 2023 року ЮНЕСКО офіційно зафіксувало пошкодження 284 об’єктів культурної спадщини в Україні, включаючи 120 релігійних об’єктів, 27 музеїв, 104 історико-культурні пам’ятки з історичною чи художньою цінністю, а також 19 пам’ятників, 13 бібліотек та 1 архів [2]. І, по-третє, впровадження нової моделі управління туристичною сферою України як на національному, так і на регіональному рівнях.

Для відновлення туристичної індустрії в Україні після війни, важливо вирішити ці проблеми за допомогою нової стратегії управління туристичною сферою. Особливу увагу треба звернути на вивчення європейської моделі управління, яка базується на функціонуванні маркетингових організацій для управління туристичними напрямками на регіональному рівні.

Література

1. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzyvaye-ta-gotyetsya-do-vidnovlennya>.

2. UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco>

Сучасні тенденції грошового обігу в контексті реалізації пріоритетних завдань НБУ

Фінансова система України в умовах війни піддається випробуванню обстрілами відділень, втраті працівників, кібератакам, зниженню попиту на продукти та послуги, а це в свою чергу негативно впливає на безперебійність руху грошей, що обслуговує фінансові послуги, платежі, операції. Саме в таких умовах питання ефективного управління грошовим обігом з урахуванням технологічних змін та трендів у світі і в Україні, зокрема, в контексті реалізації пріоритетних завдань Національного банку в умовах війни набуває особливого значення.

Повномасштабне російське вторгнення зумовило і продовжує зумовлювати значну невизначеність, що впливає на макроекономічне середовище, стійкість та стабільність функціонування фінансової системи країни. Саме тому головний регулятор країни має вчасно ідентифікувати ризики та бути готовим до різного роду загроз для фінансового сектору. Також важливо застосовувати гнучкість у плануванні та використанні інструментів для швидкого та ефективного реагування на зміни в грошовому обігу.

Зауважимо, Національний банк України оновив інституційну Стратегію, доповнивши її заходами, спрямованими на розширення фінансової інклюзії та забезпечення безбар'єрності фінансового сектору [2].

Орієнтуючись на нову стратегію НБУ, визначимо пропозиції щодо вдосконалення управління грошовим обігом в Україні в контексті реалізації пріоритетних завдань Нацбанком:

- розширення фінансової інклюзії та забезпечення безбар'єрності фінансового сектору;
- підвищення ролі дистанційних фінансових послуг;
- швидке відновлення надання послуг у регіонах, де це було неможливо здійснити;
- подальше забезпечення доступу до коштів українців за

кордоном;

- урізання можливостей непродуктивного руху грошей та витоку капіталу, що виснажує міжнародні резерви та негативно впливає на фінансову стабільність (купівля іноземних цінних паперів, гра в казино, виведення коштів на закордонні рахунки для конвертації гривні, поповнення закордонних брокерських рахунків);

- постійне впровадження інновацій в сфері грошового обігу за клієнтоорієнтованим підходом, врахування швидких технологічних змін у світі та в Україні, зокрема;

- удосконалення регулювання та сприяння поширенню безготівкових розрахунків, електронних грошей, платіжних інструментів, запровадження миттєвих платежів в Україні;

- розвиток СЕП НБУ, платформи інноваційних рішень – регуляторної «пісочниці», стандартів Open banking;

- вдосконалення моделі готівкового грошового обігу;

- розвиток та відновлення інфраструктури на деокупованих територіях (Power banking 2.0, пропорційність присутності банків та небанківських установ а території України, на деокупованій території, в тому числі);

- посилення впливу грошово-кредитного регулювання шляхом підвищення ролі монетарної політики над фіскальною, підтримка балансу між зростанням грошової бази, грошових агрегатів та реального ВВП через застосування правил монетарної політики.

Ці рекомендації дозволять забезпечити стійкість, ефективність та клієнтоорієнтованість грошового обігу в контексті забезпечення Нацбанком цінової, фінансової стабільності, зміцнення фінансового потенціалу країни на її шляху до перемоги та повоєнного відновлення.

Література

1. Стратегія Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_NBU.pdf?v=7 (дата звернення: 20.02.2024)

Вплив частки тіньової економіки на економічні показники України

Тіньова економіка (ТЕ) – значна проблема України і перешкода для розвитку національної економіки. Її масштаби завжди вражають за різними дослідженнями і методами досліджень, а тенденції до зменшення рівня за останні роки не спостерігалося. До прикладу: за результатами одного із досліджень, розмір тіньової економіки в Україні у 2017-2018 роках становив приблизно 38,5% [1]. В 2021 році зафіксований показник в 30% [2]. У деяких джерелах зустрічаються цифри, що сягають 50% від ВВП.

Такі цифри прямо чи опосередковано впливають на інші економічні показники, а цей вплив – суттєвий і завжди виключно негативний.

Найбільш «вразливі» до нього показники ВВП. Одне джерело, використовуючи статистичний метод, пояснює ТЕ як частину економічної діяльності країни, яка не включається безпосередньо в розрахунки офіційного ВВП («The part of a country's economic performance that is not directly included in the calculations of the official GDP») [3]. Відповідно, негативний вплив ТЕ на офіційний ВВП виражається у його зниженні (між ВВП і рівнем ТЕ – яскравий обернений зв'язок [3]), а це веде до недоотримання податків та інших платежів до держбюджету України.

Крім цього прозорого впливу, серед негативних наслідків можна виділити спотворення статистичних даних, що призводить до ускладнення процесу прогнозування і планування економічного розвитку України.

Окрім ВВП, негативного впливу зазнає інвестиційний клімат країни, а саме – зниження її привабливості для потенційних інвесторів, виведення коштів за кордон.

Інша сфера, де відображається вплив, це показники зайнятості і безробіття: рівень останнього зростає попри те, що люди фактично працюють, але роблять це неформально. Це,

зрештою, погіршує рівні умов праці і соціального забезпечення, їх недофінансування через несплату податків.

Серед інших на DATA WORLDBANK можна натрапити на один дуже цікавий показник – «Business Conditions Index» (Індекс умов ведення бізнесу). Безперечно, він також потерпає від негативного впливу рівня ТЕ, що створює несприятливі умови для бізнесу, не сприяє вільній конкуренції і розвитку інновацій, бо тіньові підприємства не сплачують податків, порушують нормативи, витісняють конкурентів тощо.

Виділимо основні заходи, які слід застосовувати для боротьби з рівнем тіньової економіки. По-перше, це удосконалення податкової системи і зменшення податкового тягара. Безперечно, податкове середовище має найбільший вплив на це явище [3]. По-друге, – посилення відповідальності за порушення законодавчих норм. Серед іншого, доцільним буде зменшення бюрократії, спрощення процедури сплати податків шляхом поширення використання відповідних онлайн-сервісів, полегшення доступу до інформації про діяльність бізнесу та органів влади.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що тіньова економіка проявляє себе в багатьох сферах економічної діяльності і нашого життя в цілому. Негативний вплив не обмежується лише місцем у світовому рейтингу, а отже потребує заходів для вирішення проблеми.

Література

1. Lysa O., Fedets I., Sauka A. Shadow economy index for Ukraine. Kyiv International Institute of Sociology. 2019. 53 p.
2. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у 2021 році. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki> (дата звернення: 6.03.2024)
3. Ginevicius, R., Kliestik, T., Stasiukynas, A., & Suhajda, K. (2020). The Impact of National Economic Development on the Shadow Economy. *Journal of Competitiveness*, 12(3), 39–55. URL: <https://doi.org/10.7441/joc.2020.04.03>.

Музейний продукт: сучасні тренди у культурному розвитку Чернівецької області

Музейна справа – це всебічна діяльність, яка спрямована на збереження, вивчення та популяризацію культурної спадщини, де музеї є унікальними закладами, що поєднують у собі наукові та освітні функції та у сучасному світі конкурують між собою за відвідувачів, що безперечно свідчить про використання ними маркетингових інструментів для просування своєї діяльності. Музейний маркетинг заснований на принципах класичного маркетингу, що містить як комерційну, так і некомерційну, складові. У цьому контексті потрібно визначити певну особливість, що пов'язана саме із з некомерційною природою музейної справи, значимість якої зросла під час війни в Україні та полягає у розвитку культурно-просвітницького напрямку із створенням простору так званого інформаційного фронту. Розглянемо детальніше.

Війна завдала значних збитків музеям України. За даними Міністерства культури та інформаційної політики, станом на 25 грудня 2022 року було пошкоджено або зруйновано 63 музеї та галереї, з яких більшість (37%) розташовані в Донецькій області, а 11% – у Харківській [1]. Зазначимо, що під час війни жоден музей Чернівецької області не зазнав руйнувань та продовжував працювати. Вже у 2023 році їх кількість становила 151 [2], що на 4 заклади більше ніж у довоєнні роки, що й є результатом зростання їх значимості, адже створені експозиції, що присвячені подіям після 24 лютого 2022 року, мають на меті культурно консолідувати суспільство задля перемоги. Отже сучасний музейний продукт, як елемент маркетинг-міксу, інформаційно надає більше можливостей відвідувачам здобувати самоосвіту, адже «..бій виграє армія, війну – економіка, а безсмертя здобуває культура» [3]. Для прикладу, у Чернівецькому обласному художньому музеї відкрилася виставка «До та під час...», що об'єднала роботи трьох художників: Сосни В., Ісаєва С. та Ткаченко С., які були

присвячені мистецькому баченню війни та смерті [4]. Також у цій установі журналісти румунського телеканалу TVR News презентували виставку воєнної фотографії «Надія. Людські долі під час війни», присвячену найтрагічнішим подіям в Гостомелі, Бучі, Бахмуті тощо [5]. У Сокирянській громаді Чернівецької області було відкрито музей, в якому експонати розповідають про війну крізь призму військової атрибутики та особистих речей мешканців громади, які загинули на фронті [6].

Отже, музейний продукт, що виконує *функцію* передачі інформаційного повідомлення, допомагає людям краще зрозуміти трагічні події, які відбуваються в Україні, стає сучасним важелем осмислення минулого, теперішнього та майбутнього та свідчить про масштабну музеєфікацію війни.

Література

1. Хархун В. Українські музеї після 24.02.22: сила і вразливість «культурного фронту». 2023. URL: <https://zbruc.eu/node/115415>.

2. Програма економічного і соціального розвитку Чернівецької області на 2023 рік. 2023. URL: <https://bukoda.gov.ua/storage/app/uploads/public/642/411/643/642411643f3c2159551190.pdf>.

3. Міністерство культури та інформаційної політики України: сторінка Facebook. 2022. URL: https://www.facebook.com/MCIPUkraine?_tn=-UC*F.

4. Осадчук Л. Картини про війну і смерть: у музеї у Чернівцях відкрився незвичний мистецький проект. Молодий буковинець. 2023. URL: <https://molbuk.ua/news/289696-kartyny-pro-viinu-i-smert-u-muzei-u-chernivciakh-vidkryvsia-nezvychnyi-mystecky-proekt.html>.

5. Чорна А. У Чернівецькому художньому музеї презентували фотовиставку воєнної фотографії. Інститут масової інформації. 2023. URL: <https://imi.org.ua/news/u-chernivetskomu-hudozhnomu-muzei-prezentuvaly-fotovystavku-voyennoyi-fotografii-i56239>.

6. Олійник М. У громаді Чернівецької області відкрили музей російсько-української війни: що подивитися. АТ «НСТУ». 2023. URL: <https://suspilne.media/398204-u-gromadi-cherniveckoi-oblasti-vidkrili-muzej-rosijsko-ukrainskoi-vijni-so-podivitisa/>.

Ганна Коломієць
Науковий керівник – доц. Найденко О.Є.
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Діяльність контролюючих органів у сфері митної справи

Існування зовнішньоекономічних відносин та економіки в цілому неможливе без митної справи, адже вона визначає значну частину доходів державного бюджету. Виконання митними службами своїх функцій має велике значення для фінансової стабільності держави реалізації соціальних та економічних проєктів. Необхідно здійснювати нагляд та контроль над ними, щоб перевіряти дотримання митних правил, запобігати неправомірним діям, а також аналізувати наскільки раціонально та ефективно використовуються наявні ресурси.

Для того, щоб діяльність контролюючих органів була послідовною та впорядкованою, застосовуються такі методи контролю: митний огляд, що дозволяє виявити порушення митного законодавства чи інформації про це, та ідентифікувати товари для митного оформлення; митний пост-аудит, який митні органи здійснюють для перевірки відповідності декларацій і документів, що подаються при митному оформленні товарів [1]; митний моніторинг, який спрямований на постійне спостереження за митними операціями та потоками товарів для вчасного виявлення можливих порушень чи невідповідностей; ризико-орієнтований підхід, що базується на ідентифікації та управлінні ризиками для ефективного використання ресурсів митних служб.

Безумовно, є правові аспекти, що регулюють діяльність органів митного контролю. Основний нормативний акт - Митний кодекс України, що визначає правила та процедури митного контролю. Він встановлює обов'язки та повноваження митних органів, порядок здійснення контролю переміщення товарів через митний кордон [2]. Забезпечення ефективного та законного функціонування митних контролюючих органів також здійснюється завдяки постановам та розпорядженням органів митного контролю, правилам та інструкціям митних органів, міжнародним договорам та угодам.

Діяльність контролюючих органів у сфері митної справи стикається з певними викликами, наприклад, недобросовісністю та корупцією. Вони можуть бути усунені завдяки запровадженню жорсткіших санкцій для порушників, прозорості й публічності даної діяльності та використанню сучасних автоматизованих технологій [3]. Наступна проблема полягає якраз в нестачі якісного устаткування та фінансуванню на нього. Для її розв'язання потрібно активно співпрацювати з міжнародними партнерами для обміну досвідом та отримання грантів, а також розробляти стратегію та визначати пріоритети стосовно цього. Робота органів контролю ускладнюється і тим, що митне законодавство та міжнародні стандарти постійно змінюються, а це потребує регулярного відстеження цього та адаптації під нові правила. Дану проблему можна вирішити забезпеченням регулярних навчань для персоналу митних органів з оновлених аспектів законодавства або створення центрів підтримки для надання консультацій.

З початку повномасштабного вторгнення у 2022 році відбулось вимушене пом'якшення процедур контролю на митному кордоні та зміна певних митних правил. Це призвело до зростання бажаних перетинати митний кордон, що спричинило проблеми перевантаження митних терміналів, черги на пунктах пропуску, зростання спроб контрабанди товарів та незаконного перетину кордону. Тому наразі Держмитслужба поступово усуває негативні наслідки цих подій для її ефективної роботи.

Отже, важливість діяльності контролюючих органів у митній справі важко переоцінити, адже вона забезпечує дотримання митних норм та дає безпеку.

Література

1. Фабіянська В.Ю. Український митний пост-аудит, наближення до європейських норм та стандартів / В.Ю. Фабіянська, А.М. Блоха // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2015.
2. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.
3. Державна митна служба України. Запобігання та протидія корупції. URL: <https://customs.gov.ua/zapobigannia-proiavam-korupsiyi>.
4. Степаненко С. Напрями удосконалення митного контролю та переміщення товарів через митний кордон України. 2023.

Реалізація бізнес-процесів у контексті кризового становища на підприємстві

На фоні політичних, економічних і соціальних зрушень, що кидають виклик світовій та, зокрема, вітчизняній економіці, характерне та необхідне збільшення зацікавленості менеджменту до діагностики та управління бізнес-процесами підприємства під час кризових явищ.

Криза є крайнім загостренням проблем політико-економічної сфери діяльності, що загрожує життєдіяльності як окремого суб'єкта господарювання, так і економічної системи цілком.

Але криза не є дійсно негативним елементом економіки. Вона виконує роль стимулу та не дає застаріти певному актуальному економічному баченню. Більше того, криза є природнім явищем, що просто вимагає приділяти більше уваги новим ринковим трендам та йти нога в ногу разом з технологічним та організаційним прогресом. Наприклад, довгохвильові (від 40 до 60 років) цикли Кондратьєва та швидкоплинні (від 3 до 5 років) цикли Кітчіна описують певний розвиток економіки, що закінчується іспитом – кризою, викликаною радикальними змінами організаційно-політичної площини [1, с. 83].

Життєвий цикл економіки та підприємства як окремого елементу економічної системи досягає свого апогею, а потім економічний потенціал поступово, але безальтернативно, спадає. Саме ця кризова ситуація старіння організаційних, виробничих, технологічних структур дає вибір підприємству: актуалізувати власну діяльність під нові ринкові умови, застосовувати ноу-хау у всіх площинах власної діяльності, або ліквідуватися, проводячи так звану «санацію» ринку від нежиттєздатних підприємств [2, с. 39].

Кризи на кожному підприємстві неоднакові не лише за своїми причинами та наслідками, але й за своєю суттю. Загалом, за розміром та впливом, кризи можна розділити на мікрокризи, що зачіпають лише одну ланку економічної діяльності підприємства, та макрокризи, що є уже критичними та зачіпають

підприємство загалом. Важливо зазначити, що мікрокриза на підприємстві така ж загрозлива, тому що за короткий час може перекинутися на весь ланцюг економічних операцій.

Перспективність та раціональність – два визначні фактори, які враховуються під час обирання стратегії ведення діяльності на підприємстві під час кризи. Оптимальним варіантом буде залишатися діагностика потенційної кризи та превентивні заходи з її запобігання, але у нестабільні часи неможливо врахувати всі можливі форс-мажорні ситуації. Тому, розглядаючи дії підприємства під час кризи, можна виділити такі стратегії [3, с. 336]:

- стратегія виживання, що передбачає поступовий розвиток підприємства з мінімальною реструктуризацією, але стабільними показниками економічної діяльності; фактично, стратегія стабілізації та скорочення неприбуткових або найбільш уразливих елементів діяльності підприємства.

- стратегія прориву, що передбачає стрибкоподібний розвиток організаційної та технологічної структур на підприємстві, з метою вийти на лідируючі ринкові позиції; фактично, стратегія реструктуризації, введення ноу-хау у основні сфери діяльності.

Саме своєчасне та оптимальне застосування стратегій під час кризового становища може забезпечити підприємству шлях до нової ринкової реальності, де воно зможе отримати набагато більше від затрачених на реструктуризацію або втрачених під час активної кризи ресурсів.

Література

1. Криницька О. О., Ткачук Т. І. Використання теорії циклів М.Д. Кондратьєва в управлінні змінами. *Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту* : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 28 трав. 2020 р. Одеса: Одес. нац. політехн. ун-т., 2020. С. 214–215.
2. Гринчишин Я. М. Стратегічний підхід до антикризового управління підприємствами. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2021. С. 38-41.
3. Спіфанова І. Болотнов Д. Місце стратегії в системі антикризового управління підприємствами. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 335-338.

Виникнення та сутність фінансів

Фінанси є стародавньою категорією економіки. Відносно деякі елементи фінансових відносин були популярні ще 1000 років до н.е. Про цю інформацію розповідають теперішні знахідки учених-археологів.

У вузькому розумінні наука про фінанси зосереджується на розумінні складних зв'язків у фінансовій сфері на індивідуальному рівні. Однак, якщо розглядати її ширше, фінансова наука охоплює всеосяжний масив знань, який досліджує закономірності фінансових відносин у глобальному масштабі. Це включає розвиток фінансових систем і взаємодію між усіма націями людської цивілізації, починаючи з певного моменту часу. За своїм змістом і часом існування найширше поняття науки про фінанси – фінансова думка.

Практика фінансової науки почалася наприкінці XV століття, коли у світі відбулися значні зміни в державному устрої, пов'язані з появою великих абсолютних монархій, і коли були створені постійні великі армії, збільшилися завдання керівних структур [1]. З'явився попит на значні суми грошей. Це було викликано необхідністю пошуку нових джерел доходу. Саме в цей період спостерігався відносно прямий зв'язок між фінансовою наукою та фінансовою практикою.

Концепція «фінанси» з'явилась у XIII ст. З латинської термінології *financia* – означає «платіж», обов'язкову сплату грошей [2]. Цей внесок передбачав передачу певної частини доходу громадянина на утримання монарха, короля або іншого правителя, а також на інші витрати, пов'язані з управлінням країною.

Фінанси з'явилися із виникненням держави, оскільки виникла потреба в ресурсах: спочатку у вигляді податкових платежів і трудових договорів, потім у грошовій формі [3, с. 10]. Як наслідок, фінанси завжди пов'язані з грошовими відносинами, а грошовий характер фінансових питань є першою ознакою даної категорії. Фінанси пов'язані з грошовими

операціями, а гроші — матеріальна основа створення та функціонування фінансів. Фінанси можуть виникнути лише за наявності держави, це друга унікальна характеристика цього специфічного типу відносин [4].

Власне формування фінансових ресурсів знаходиться на стадії розподілу. Основні форми фінансування фінансових ресурсів: податки та інші доходи бюджету; позабюджетні кошти та їх джерела; ресурси корпорацій [4].

Фінанси відіграють вирішальну роль в економічних структурах, головним чином зосереджуючись на формуванні та використанні фінансових ресурсів для посилення економічної діяльності та отримання високого прибутку від інвестованого капіталу. Досягти цієї мети можна шляхом спрямування фінансових ресурсів на розробку та впровадження передових технологій, оптимізації використання основних фондів за рахунок впровадження методів прискореної амортизації, збільшення резервів підвищення ефективності виробництва, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Фінансова наука охоплює дослідження різноманітних фінансових відносин, що виникають між державою, юридичними та фізичними особами на різних рівнях економічної системи.

Література

1. Історичний аспект становлення та розвитку фінансової науки. Бібліотека економіста. URL: <https://library.if.ua/book/35/2327.html> (дата звернення 20.02.2024).

2. Теорія фінансів. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%96%D0%B2 (дата звернення 20.02.2024).

3. Ставерська Т.О., Іванюта О.М. Історія фінансів: навч. посіб. Харків: Видавець Іванченко І.С., 2013. 83 с.

4. Юдіна С.В., Золотарьова О.В. Конспект лекцій з дисципліни «Фінанси». URL: <https://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/36/7-36-kl61.pdf> (дата звернення 20.02.2024).

Владислав Кривун
Науковий керівник – доц. Найденко О.Є.
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Визначення країни походження при переміщенні через митний кордон

Визначення країни походження товарів є важливим елементом митного регулювання. Воно дозволяє встановлювати митні ставки та інші митні пільги, які надаються відповідно до міжнародних угод та національних законодавств. В Україні визначення країни походження товарів регулюється Митним кодексом України та іншими нормативно-правовими актами. У кодексі визначені основні принципи визначення країни походження товарів, а також правила, що застосовуються до різних товарних груп. Визначення країни походження товарів відіграє ключову роль у забезпеченні ефективності митного регулювання. Цей процес спрямований на досягнення таких цілей, як забезпечення рівних конкурентних умов для товарів з різних країн, сприяння розвитку міжнародної торгівлі та збільшення надходжень до державного бюджету. У зв'язку з посиленням міжнародної економічної інтеграції та розширенням міжнародної торгівлі актуальність дослідження питань визначення країни походження товарів зростає. Це пов'язано з тим, що необхідність застосування різних методів визначення країни походження товарів може призводити до виникнення

Визначення країни походження товарів через митний кордон України – це процес встановлення країни, з якої товар був ввезений на митну територію України. Це важливий етап у митному оформленні товарів, оскільки від країни походження залежать податки, мита та можливість отримання певних пільг або підтримки. В Україні регулювання питань визначення походження здійснюється відповідно до Митного кодексу України, згідно з яким, країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до законодавчо встановлених критеріїв [1].

Одним із найважливіших інструментів гармонізації національних правил визначення країни походження є Угода про правила визначення походження товарів, що застосовуються до

митної торгівлі, яка була прийнята в рамках Світової організації торгівлі (СОТ) у 1994 році [2]. Ця Угода встановлює загальні принципи визначення країни походження товару, які є обов'язковими для держав-учасниць СОТ.

Крім того, існує ряд інших міжнародних угод, які містять положення щодо визначення країни походження товару. Наприклад, Угода про зону вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом містить положення про гармонізацію національних правил визначення країни походження товарів між Україною та країнами ЄС [3].

Основним напрямком для подальшого розвитку системи митних процедур в Україні визначаються пріоритети, зокрема, надається важливість удосконаленню законодавства, спрямованого на визначення країни походження товарів. З цією метою планується спрощення процедур та впровадження прозорих механізмів, спрямованих на полегшення визначення походження товарів та зменшення ймовірності виникнення помилок чи непорозумінь.

Важливим етапом є активізація участі національної системи на міжнародному рівні. Україна повинна брати активну участь в міжнародних співтовариствах та ініціативах, спрямованих на удосконалення процедур визначення країни походження товарів, для гармонізації та стандартизації підходів. Зокрема, важливою ініціативою є адаптація світового досвіду до національного середовища, з урахуванням специфіки української системи митного регулювання. Це передбачає впровадження сучасних технологій, автоматизацію процесів та підвищення кваліфікації митних працівників. Загальна реалізація цих рекомендацій сприятиме покращенню ефективності митних процедур в Україні.

Література

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 44495-VI // Офіційний вісник України. 2012. № 32. Ст. 1175.
2. Бондаренко. Є. П. Прагматизм здійснення митного контролю визначення країни походження товарів *Ефективна економіка*. 2020. №7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/59.pdf (дата звернення: 25.12.2023).
3. Степаненко С. Напрями удосконалення митного контролю та переміщення товарів через митний кордон України. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Випуск 71. С. 49-54.

Використання технологій у процесі онбордингу: від віддаленого навчання до віртуальних турів

Онбординг – це ключовий етап у житті будь-якого нового працівника, який традиційно передбачав орієнтаційні зустрічі, лекції та тренінги, що проводяться особисто. Із розвитком технологій, з'явилися нові можливості для онбордингу, які роблять його більш гнучким, ефективним та цікавим.

Дистанційний процес онбордингу складається з кількох етапів, щоб забезпечити ефективну інтеграцію нових співробітників у робочий процес, незважаючи на те, що вони не можуть бути присутніми в офісі. Основні етапи віддаленого онбордингу: підготовка до проведення віддаленого онбордингу; ознайомлення новоприйнятого з компанією та процесами роботи; навчання та тренування; завершення процесу онбордингу (зворотній зв'язок) [0].

Технології широко використовуються у процесі онбордингу, що дозволяє компаніям забезпечувати ефективну та зручну інтеграцію нових співробітників. Один із прикладів – віддалене навчання, яке здійснюється через онлайн-курси та модулі. Ще один приклад – використання віртуальних турів, які допомагають новачкам ознайомитися з офісом, командою та продуктами компанії. Також використання онлайн-платформ для онбордингу дозволяє надати новим працівникам доступ до всієї необхідної інформації та інструментів для спілкування з колегами. Важливу роль відіграють і соціальні мережі, які можуть бути використані для створення спільноти нових співробітників, де вони можуть обмінюватися досвідом, спілкуватися та отримувати підтримку один від одного. Це допомагає створити відчуття приналежності та підтримки у нових працівників під час їхньої адаптації до нового оточення.

Для оцінювання ефективності процесу віддаленого онбордингу використовують різні методи: проведення інтерв'ю з новим працівником та його наставником, щоб визначити проблеми та позитивні аспекти процесу; аналіз роботи нових

працівників протягом перших кількох тижнів. Це дає можливість зрозуміти, чи новий працівник набув навичок і виконує поставлені перед ним завдання; провести аналіз відгуків та пропозицій від інших працівників [0], а в цілому – допоможе визначити, які аспекти процесу віддаленого найму працюють добре, а які можна покращити.

Застосування технологій у процесі онбордингу має низку переваг: зручність, що дозволяє новим працівникам пройти навчання у власному темпі та в зручний час; ефективність, оскільки технології дозволяють чітко та цікаво донести інформацію до новачків; масштабованість, що дозволяє одночасно адаптувати велику кількість нових працівників. Окрім того, вони підвищують зацікавленість нових співробітників, завдяки мультимедійним матеріалам та інтерактивним завданням. Гнучкість технологій полягає у тому, що новачки можуть отримувати доступ до матеріалів з будь-якого пристрою з Інтернет-підключенням. Крім того, технології дозволяють створювати індивідуальні плани навчання та адаптації для кожного нового працівника, а також збирати дані про їхній прогрес для подальшого аналізу та вдосконалення програм. Нарешті, інтеграція з існуючими системами управління персоналом і корпоративними платформами робить процес онбордингу більш зручним для всіх учасників.

Застосування технологій онбордингу дозволяє підвищити зручність, ефективність та інтерактивність процесу, що сприяє успішній інтеграції нових працівників у робоче середовище.

Література

1. Власова-Чмерук О. М. Впровадження позитивних HR-практик для забезпечення благополуччя персоналу організацій. *Moderní aspekty vědy: XIV. Díl mezinárodní kolektivní monografie / Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2021. С. 72-82.*

2. Водянка Л., Малюта К.. Вплив розвитку технологій на HR процеси компаній. *Державне управління: удосконалення та розвиток.* № 11. 2023URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/2438>

Вплив цифрової трансформації на продуктивність праці

Приблизно з 2019 року почалася активна цифрова трансформація українського бізнесу та суспільних сфер. Ключовими подіями були: створення Міністерства цифрової трансформації в Україні та запуск застосунку «Дія».

Мета роботи – дослідити результативність впливу цифровізації на продуктивність праці в Україні та визначити перспективи цього процесу.

Головні передумови цифровізації: зростання популярності онлайн послуг, впровадження інновацій, збільшення конкуренції на світовому ринку. У 2019 році пандемія Covid-19 форсувала цифрову трансформацію бізнесу та економіки. 2020 рік відзначився початком цифровізації бізнесу в нових реаліях. Згідно з статистичними оцінками, протягом січня - лютого 2021 року обсяг роздрібного товарообігу в Україні зріс на 4,6 % у порівнянні з аналогічним періодом 2020 року [1]. Це свідчить про ефективність цифровізації сфер бізнесу.

Цифрова трансформація має відчутний вплив (не завжди позитивний) на продуктивність праці. До позитивних аспектів цифровізації можна віднести: автоматизацію, оптимізацію, доступність інформації, аналітику, покращення комунікації. До негативних наслідків належать: кібербезпека, технічні проблеми, ускладнення з використанням інновацій.

Незважаючи на всі виклики цифровізації, можна спостерігати позитивні її наслідки, до прикладу, в сфері логістики, на яку цифрова трансформація має позитивний вплив. За оцінками сервісу Glovo, український ринок доставки зріс у 2020 році в 6–7 разів порівняно з 2019-м [1].

Отже, можна виділити головні тенденції цифровізації, які позитивно впливають на розвиток бізнесу та економіки:

1. Маркетплейс цифрових продуктів та рішень Мінцифри: переваги для бізнесу [2].

2. Вихід українського бізнесу на міжнародні онлайн-

маркетплейси, такі як: Walmart, Etsy, Amazon. А це сприяє розвитку сервісів міжнародної логістики: Укрпошта, Нова Пошта та інші.

3. Розширення обсягів ринку місцевих ІТ-спеціалістів. Цьому сприяє розвиток нових технологій, створення бірж та фрилансу. Вітчизняна ІТ-індустрія у 2022 році характеризувалася рекордним показником експорту – \$7,34 млрд, про що свідчить статистика Нацбанку [3].

Найбільш ефективний сценарій розвитку цифрової трансформації України передбачає впровадження штучного інтелекту в більшість сфер, створення нових інноваційних продуктів та бізнес-моделей, інтегрування у цифровий простір світового масштабу, державне стимулювання, забезпечення пріоритету правової системи та усунення інституційних перешкод. За прогнозами він призведе до розвитку та появи в економіці структури цифрової економіки (до 65% ВВП). Але ці прогнози змінюються сьогодні через економічну та геополітичну ситуацію.

Отже, цифрова трансформація – шанс для України стати процвітаючою країною у цифрову епоху. Цифровізація має позитивний вплив на розвиток бізнесу та економіки, але для цього потрібні спільні зусилля суспільства та уряду.

Література

1. Стрімка діджиталізація: цифрова трансформація рітейлу під час карантину. *Kyivstar Business Hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/strimka-didzhitalizacziya-czifrova-transformacziya-ritejlu-pid-chas-karantinu/> (дата звернення: 25.02.2024).

2. Маркетплейс цифрових продуктів та рішень Мінцифри: переваги для бізнесу. *Міністерство цифрової трансформації України*. URL: <https://thedigital.gov.ua/regions/news/marketpleys-tsifrovikh-produktiv-ta-rishen-mintsifri-perevagi-dlya-biznesu> (дата звернення: 25.02.2024).

3. Дудко В. Український іт-експорт досяг у 2022 році рекордних \$7,3 млрд. Чому це насправді не дуже добра новина. *Forbes.ua*. URL: <https://forbes.ua/innovations/ukrainskiy-it-eksport-dosyag-u-2022-rotsi-rekordnikh-73-mlrd-chomu-tse-naspravdi-ne-duzhe-dobra-novina-31012023-11420> (дата звернення: 25.02.2024).

Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів

У сучасному глобальному ринковому середовищі інновації стають стратегічною необхідністю для підтримки конкурентоспроможності та розвитку підприємств. Враховуючи різноманітні фактори, які впливають на інноваційність, одним з ключових елементів є трудовий потенціал.

Трудовий потенціал – це сукупність знань, навичок, талантів, мотивації та можливостей працівників, які вони можуть використовувати для досягнення цілей організації. Важливими складовими є освіта, професійні навички, творчий потенціал та лідерські якості.

Трудовий потенціал є основою для створення та реалізації інноваційних ідей. Висококваліфіковані працівники, які мають стимул до саморозвитку, стають каталізаторами для здійснення інноваційних змін на підприємстві.

Ефективне використання трудового потенціалу потребує створення сприятливих умов для розвитку працівників, таких як навчальні програми, системи мотивації та можливості для самореалізації.

Дослідження, проведені Массачусетським технологічним інститутом, показали, що важливими факторами успіху у використанні трудового потенціалу для стимулювання інновацій є культура організації, яка сприяє творчості та відкритості новим ідеям, а також наявність системи мотивації та визнання досягнень працівників.

Однією з проблем інноваційного розвитку ринкової економіки в системі світогосподарських зв'язків є управління трудовими ресурсами підприємств. В умовах реформування господарського механізму підприємств та інноваційної орієнтації їх діяльності необхідно побудувати систему управління, що базується на науковому обґрунтуванні процесів формування, ефективного використання та розвитку робочої сили.

Отже, головне завдання управління персоналом – зробити людські ресурси продуктивними. Управління персоналом підприємства в цьому контексті набуває особливого значення, оскільки дозволяє реалізувати та узагальнити всі питання, пов'язані з адаптацією індивідів до інноваційної діяльності, а також стимулює інноваційну активність людських ресурсів.

У вирішенні проблем оцінки та управління потенціалом трудових може бути корисним такий алгоритм:

1. Визначення стратегічних цілей підприємства та оцінка потреби в компетенціях і навичках для досягнення цих цілей.

2. Розробка індивідуальних планів розвитку для працівників.

3. Проведення навчальних заходів згідно з планом.

4. Впровадження системи мотивації та збереження персоналу.

5. Проведення регулярних оцінок ефективності програми та внесення коректив в плани, якщо це необхідно.

Таким чином, концепція управління персоналом компанії базується на зростаючій ролі особистості працівника, знанні його мотиваційних установок та вмінні формувати і спрямовувати їх відповідно до завдань, що стоять перед організацією.

Підсумуємо: трудовий потенціал є важливим фактором стимулювання інноваційного процесу. Ефективно використовуючи цей потенціал, компанії можуть підвищувати свою конкурентоспроможність та адаптуватися до змін у сучасному мінливому середовищі.

Література

1. Інститут технологій Массачусетського університету (2022). Enhancing Innovation through Human Resource Development: A Case Study Analysis. *MIT Management Review*, 67(2), 45-58.

2. Сміт, Дж. (2018). Роль трудового потенціалу у стимулюванні інновацій: аналіз та перспективи. *Журнал інноваційних досліджень*, 10(2), 45-58.

Сучасні проблеми та перспективи будівельного ринку України

Війна з росією обернулася найсильнішим падінням економіки України, яке, у тому числі, спричинило серйозних втрат на національному будівельному ринку. Так, за даними аналітичної платформи GMK Center, за 2022 рік будівельні підприємства України скоротили обсяг виконаних робіт на 65% в порівнянні з 2021 роком: житлове будівництво скоротилося на 60,3%, інженерне – на 67,1%, а нежитлове – на 63,6% [1].

Економічна невизначеність та військовий стан в країні спричинили такі проблеми у сфері будівництва:

- зменшення обсягів та зупинення реалізації планованих будівельних проєктів;
- зростання цін на будівельні матеріали, паливо та енергію, що призвело до підвищення вартості будівництва;
- нестабільність постачання будівельних матеріалів через перекриття шляхів постачання, збільшення цін або недостатність запасів;
- нестача робочої сили та збільшення витрат на працю через зростання попиту та конкуренції за робочу силу;
- руйнування та пошкодження будівельних об'єктів і інфраструктури;
- відтік інвесторів, зменшення обсягів інвестицій та розвитку галузі через високі ризики.

Але незважаючи на проблеми, за підсумками січня-вересня 2023 року, індекс виконаних будівельних робіт в Україні зріс на 20,4% у порівнянні з аналогічним періодом 2022 року. Слід зазначити, що зростання відбулося саме в сфері інженерного будівництва (+34,4%) і пов'язане відновленням зруйнованих через російську військову агресію транспортних та промислових споруд, а також мостів, естакад, доріг, залізниць, трубопроводів, комунікацій, ліній електропередач та інших інфраструктурних та інженерних споруд. Водночас, за цей же період, житлове будівництво скоротилось на 4,3%, а нежитлове зросло на 14,1%

При цьому, велика частка нового будівництва відповідає масштабам руйнувань, які непідвладні частковому ремонту або реконструкції [2].

Аналіз динаміки основних показників доводить, що існуючі виклики та проблеми будівельної галузі України вимагають комплексних заходів для їх вирішення та подолання. Тільки реальна оцінка ризиків дозволить визначити можливості для прийняття ефективних рішень.

Відбудова країни після військових дій, без сумніву, стимулюватиме зростання будівельного ринку, яке відбудеться внаслідок таких процесів: відновлення та розвитку інженерних та інфраструктурних споруд та об'єктів (доріг, мостів, аеропортів); відновлення, ремонту, реконструкції та модернізації існуючого житлового фонду; будівництва нового житла в постраждалих регіонах, житла для переселенців за програмами державної підтримки в інших регіонах, будівництва нових житлових комплексів та цивільної інфраструктури; будівництва виробничих, офісних, комерційних приміщень та торгових площ для розширення існуючих та релокації підприємств з окупованих та небезпечних регіонів; впровадження новітніх будівельних технологій та матеріалів, які підвищують ефективність та якість будівництва; прискорення цифровізації в дозвільній сфері та налагодження ефективних комунікаційних процесів між учасниками будівельного ринку.

Важливо, що реалізація цих перспектив не менш залежить від проведення національних економічних реформ та європейської інтеграції України.

Література

1. Сайт GMK Center. Обсяг будівництва в Україні в 2022 році. URL: <https://gmk.center/ua/infographic/obsiah-budivnytstva-v-ukraini-v-2022-rotsi-vpav-na-65/>
2. Сайт Build Portal. Обсяг виконаних будівельних робіт в Україні за січень-вересень 2023 року. URL: <https://budport.com.ua/news/27955-obsyag-vikonanih-budivelnih-robit-v-ukraini-za-sichen-veresen-2023-roku-zris-na-204>

Процес формування та адаптації логістичного сервісу в умовах невизначеності

Процес формування логістичного сервісу є ключовим елементом для оптимального функціонування підприємства в умовах стрімкого розвитку міжнародної та внутрішньої торгівлі. Незважаючи на швидке просування до успіху, підприємство часто стикається з проблемами, які вимагають постійної адаптації логістичного сервісу.

Сам процес формування логістичного сервісу став важливою ланкою в системі оптимізації маршрутів та пошуку оптимальних шляхів від точки А до точки Б. На думку Тюріної Н.М., основними складовими логістичного сервісу є:

- сегментація споживчого ринку;
- визначення найбільш значимих послуг для покупців;
- ранжирування послуг;
- визначення стандартів послуг у розрізі окремих сегментів ринку;
- оцінка надаваних послуг, встановлення взаємозв'язку між рівнем сервісу й вартістю надаваних послуг, визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності компанії;

— встановлення зворотного зв'язку з покупцями для забезпечення відповідності послуг потребам покупців [1, с. 238].

Завдяки логістичному сервісу усі ланки економічної системи знаходять своє взаємозв'язане місце, забезпечуючи безперервність виробництва, постачання товарів і надання послуг, чим значно підвищується ефективність функціонування економіки в цілому.

Ефективність логістичного сервісу в умовах невизначеності визначає можливість його адаптації до змін. Процес адаптації передбачає:

- аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх факторів впливу;
- розробку можливих сценаріїв розвитку подій;

- ідентифікацію та належну оцінку всіх можливих ризиків;
- впровадження постійного моніторингу та контролю визначених загроз;
- вдосконалення логістичних процесів та стратегій;
- впровадження передових технологій та новацій;
- заходи для захисту товарів, даних та персоналу від негативних наслідків.

Саме ці заходи спрямовані на забезпечення належного логістичного сервісу й ефективного функціонування підприємств у найскладніших ситуаціях, таких як: природні катаклізми, геополітичні та військові конфлікти, страйки, глобальні пандемії та інші екстремальні умови.

На сьогодні логістичний сервіс критично важливий для посилення обороноздатності країни та відіграє особливу роль у забезпеченні військових потреб й успішності військових дій [2]. Так у перші місяці повномасштабного вторгнення Росії в Україну, спостерігалися суттєві проблеми з забезпеченням товарами першої потреби, такими як: продовольство, медикаменти, пальне. Однак завдяки високопродуктивній роботі логістичних служб вдалося швидко подолати труднощі, розробити нові безпечні шляхи та налагодити постачання військової техніки, зброї, амуніції, пального, харчових продуктів, медикаментів як до прифронтових територій, так і до першої лінії фронту.

Отже, адаптація логістичного сервісу в умовах невизначеності зменшує ризики та забезпечує стабільність умов постачання, що відіграє важливу роль у досягненні успіху та стійкому розвитку підприємств, галузей та економіки країни в цілому.

Література

1. Тюріна Н.М. Логістика: Навч. посіб. / Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 392 с.
2. Zrybnieva I. Challenges of logistics in the war conditions. Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Міжнародна науково-практична конференція, 11-13 травня 2022 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівецький нац. Ун-т, 2022. – 132 с.

Олексій Марков

Науковий керівник – доц. Найденко О.Є.

*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Імплементація інституту авторизованих економічних операторів в Україні

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням обсягів товарів, що перетинають митний кордон України внаслідок глобалізації. Це вимагає від українських митних органів більш ефективного та результативного методу перевірки товарів. Однак існуюча практика інвестування значних фінансових ресурсів та часу в огляд товарів і транспортних засобів стає недоцільною в епоху передових технологій. Розвинуті країни застосовують стратегію спрощення митних процедур шляхом проведення пост-митного аудиту та надання привілеїв надійним компаніям, які мають статус авторизованого економічного оператора, під час оформлення митних документів.

У сучасних умовах митні органи відіграють важливу роль у забезпеченні економічної безпеки країни та у сфері регулювання міжнародної торгівлі. Рішення даних завдань покладено на правовий інститут авторизованого економічного оператора (АЕО). Наразі відсутній єдиний підхід щодо теоретичних та методологічних принципів, якими має керуватися інститут уповноважених економічних операторів. Ця невизначеність підкреслює актуальність обраної теми дослідження.

Відповідно до статті 84 спільної угоди між Україною та ЄС, відбувається поступове наближення митного законодавства України до законодавства Європейського Союзу. [0]. У рамках процесу адаптації Україна впроваджує систему авторизованих економічних операторів (АЕО) за зразком аналогічної системи Європейського Союзу. Ця ініціатива спрямована на сприяння укладанню угод про взаємне визнання між Україною та іншими країнами.

Майбутнє визнання статусу вітчизняних АЕО забезпечить митні адміністрації країн ЄС участь у формуванні українських операторів безпечних ланцюгів постачань та підвищить їх конкурентоспроможності на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Удосконалення інституту АЕО має бути спрямоване на виявлення проблем та неузгодженостей у митному законодавстві для пошуку шляхів їх вирішення. Серед напрямів удосконалення функціональності АЕО в Україні - узгодження терміну «економічний оператор» з національним економічним законодавством, доопрацювання та вдосконалення управлінських процедур оцінки відповідності підприємств, які бажають отримати статус АЕО, вирішення питання взаємного визнання статусу АЕО іншими країнами, а також всебічна оцінка ефективності спеціальних спрощень, що застосовуються підприємствами, які претендують на отримання статусу АЕО.

Отже, Україна наближається до міжнародних стандартів управління АЕО. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності на ринку та зміцненню позицій на міжнародній арені, максимально враховуючи критерії, визначені Всесвітньою митною організацією (ВМО) та законодавством ЄС для надання статусу АЕО. Такі зусилля зміцнюють довіру митних органів, підвищують репутацію та конкурентоспроможність компаній, покращують імідж країни, прокладаючи шлях до повноправного членства в ЄС у післявоєнний період.

Література

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 21.03.2014 р. // Офіційний вісник України. 2014. № 75. Ст. 2125.

2. Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-IV. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

3. Офіційний сайт Всесвітньої митної організації. URL: <https://aeo.wcoomd.org/>

Вплив нормування праці на продуктивність працівників

Впровадження трудових норм для підвищення продуктивності праці – вельми актуальна тема в контексті управління та оптимізації бізнес-процесів. Праця є одним з найважливіших виробничих ресурсів. Як і будь-який інший ресурс, для досягнення конкретних виробничих результатів її потрібно ретельно і постійно вимірювати, розподіляти та планувати.

Нормування праці – найважливіша функція управління підприємством, це сфера управління виробництвом, яка охоплює встановлення потрібних ресурсів праці та їх відповідних результатів, а також нагляд за обсягом виконаної роботи [1, с.26]. На нашу думку, нормування праці набуває все більшого значення саме як засіб підвищення продуктивності праці. Продуктивність праці є найважливішим якісним показником використання трудових ресурсів компанії та основним чинником зростання обсягів виробництва.

Вивченню основ нормування і продуктивності праці на підприємствах приділяється багато уваги. Ці питання розглядалися, зокрема, такими вченими: Л.В. Синяєва, О.В. Коломієць, В.Г. Донцова, Р.П. Колосова, О.А. Грішнова, А.М. Колот та інші.

Вплив нормування праці на продуктивність працівників відображається через декілька основних пунктів:

1. Ефективне планування та управління ресурсами: за допомогою трудових стандартів можна точніше планувати ресурси та виробничі процеси. Стандартизація праці допомагає планувати виробничий процес і визначати потреби в ресурсах, що дає змогу керівництву розподіляти ресурси та керувати виробничим процесом більш ефективно.

2. Оптимізація робочого процесу і використаного часу: нормування праці дозволяє встановити чіткі стандарти щодо обсягу роботи, який має бути виконаний за певний період часу.

Це сприяє ефективнішому використанню робочого часу та підвищенню продуктивності працівників.

3. Контроль якості та кількості: нормування праці дозволяє не лише виміряти кількість виконаної роботи, але й стежити за її якістю. Це сприяє підвищенню якості продукції або послуг та забезпечує відповідність стандартам якості.

4. Підвищення мотивації: знання, що їхні зусилля будуть вимірюватися та оцінюватися на основі конкретних показників, може стимулювати працівників до більшого захоплення роботою та досягнення кращих результатів.

5. Стимулювання досягнення цілей: чіткі норми надають працівникам конкретні цілі, досягнення яких може бути виміряне та оцінене. Це може стимулювати їх до більшого зосередження на завданнях та досягненні кращих результатів.

6. Економія витрат: шляхом нормування праці можна ефективно розподіляти ресурси та зменшувати зайві витрати, що впливає на економічну ефективність підприємства або організації [2, с 123-124].

Отже, нормування праці має значний вплив на продуктивність працівників та ефективність виробничих процесів. Чіткі стандарти, які встановлюються через нормування, сприяють оптимізації робочого часу, стимулюють досягнення цілей та підвищують контроль якості і кількості виконаної роботи. Крім того, нормування праці є ефективним інструментом управління персоналом та планування виробничих процесів. Враховуючи ці переваги, важливо впроваджувати нормування праці з урахуванням специфіки діяльності підприємства та індивідуальних особливостей працівників.

Література

1. Житченко В.О. Значення нормування праці в сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2014. № 2. С. 26–27.

2. Іванова О.Л. Системи нормування праці як інструмент підвищення продуктивності праці. *Економіка та управління підприємствами: збірник наукових праць*. 2020. № 4 (58). С.120-125.

Соціальне страхування в умовах воєнного конфлікту

Україна, перебуваючи в умовах воєнного конфлікту, стикається зі складними викликами, які поширюються на всі сфери життя, включаючи соціальне страхування. Введення воєнного стану призводить до значних перешкод у функціонуванні економіки країни та збільшенню ризику для громадян. Наприклад, економічний стрес може призвести до збільшення потреби у виплатах зі страхування у зв'язку зі збільшенням кількості нещасних випадків або шкоди майну через бойові дії. Крім того, обмеження конституційних прав та інтересів під час воєнного стану може ускладнити здійснення страхових договорів та отримання страхових виплат.

Для збереження стабільності та ефективності соціального страхування в умовах воєнного конфлікту, необхідно вжити ряд заходів. По-перше, важливо активізувати комунікацію з громадянами та пояснити їм їхні права та можливості у сфері соціального страхування, а також існуючі обмеження через воєнний стан. Це може бути здійснено шляхом проведення інформаційних кампаній, семінарів і консультацій з цього питання. Крім того, страхові компанії повинні приділяти увагу розробці та впровадженню інноваційних продуктів, які враховували б потреби населення у важкі періоди та забезпечували високий рівень захисту. Наприклад, це може бути розробка страхових продуктів з покриттям втрати доходу або майнових втрат внаслідок воєнних дій.

Забезпечення стабільності економіки країни є ключовим фактором для забезпечення ефективності та доступності соціального страхування. У цьому контексті, важливо активізувати заходи з підтримки малих і середніх підприємств, які є важливими учасниками страхового ринку. Це може включати надання фінансових пільг, знижок на страхові тарифи чи інші заходи, спрямовані на зменшення фінансового тиску на підприємства в умовах воєнного конфлікту. Також необхідно враховувати вплив воєнного конфлікту на попит на фінансові послуги та адаптувати

стратегії розвитку ринку до нових умов. Наприклад, це може бути розробка нових страхових продуктів, які враховують специфіку воєнного періоду та потреби населення в цей час.

Згідно з останніми даними, з 1 січня 2024 року розміри мінімальних та максимальних страхових виплат відповідно зросли. Мінімальна страхова виплата не може бути меншою за мінімальну заробітну плату, яка встановлена на рівні 7100 грн, тоді як максимальна страхова виплата не може перевищувати чотири мінімальні заробітні плати, що складає 28 400 грн. Ці зміни впливають на регулювання страхового сектору та забезпечують більшу фінансову підтримку для громадян у випадках страхових подій в умовах воєнного конфлікту [1].

Незважаючи на нові виклики через воєнний конфлікт, страховий сектор проявив стійкість і певну адаптацію до нових умов. За даними НБУ, у 2023 році збільшилися обсяги активів, зросли обсяги премій і виплат, змінилися розміри збитків у резервах, сталися зміни в прибутковості та фінансовій стійкості страхових компаній. Також є тенденції зменшення розміру активів ризикових страховиків через їх вихід з ринку, а також виявлені порушення нормативів платоспроможності та достатності капіталу в окремих компаніях [2].

Отже, в умовах воєнного конфлікту соціальне страхування стає особливо важливим для громадян, але водночас стикається з рядом викликів. Проте за наявності ефективних стратегій комунікації, інноваційних підходів у страхуванні та підтримки економіки країни можливо забезпечити стабільність та ефективність цієї системи навіть у найскладніших умовах.

Література

1. З 1 січня 2024 року змінилися розміри мінімальної та максимальної страхових виплат. *ЛІГА ЗАКОН*. URL : https://jurliga.ligazakon.net/news/224666_z-1-schnya-2024-roku-zmnilis-rozmri-mnmalno-ta-maksimalno-strakhovikh-viplat (дата звернення: 21.02.2024).

2. Огляд небанківського фінансового сектору. *Національний Банк України*. URL : https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Nonbanking_Sector_Review_2023-08.pdf?v=7 (дата звернення: 21.02.2024).

Особливості створення та управління українських брендів одягу

Український ринок моди постійно розвивається, і багато брендів одягу набувають популярності як в межах країни, так і за кордоном.

З початком повномасштабного вторгнення іспанський ритейл-гігант, якому належать популярні бренди Zara, Bershka, Stradivarius, P&B, Massimo Dutti, зупинив свою роботу в Україні. У результаті цього стали дуже поширені баєри, які закупають своїм клієнтам їхні улюблені позиції товарів [1].

Зараз все більше українців цікавляться українською історією, культурою, традиціями, стають свідомими громадянами своєї країни. Тому віддають перевагу українським виробникам одягу. Наш народ здавна відрізнявся гарним смаком та стилем. В Україні вміли та вміють шити першокласний одяг, який впевнено може конкурувати навіть із західними брендовими гігантами [2].

Незважаючи на цей складний час, українські бренди працюють на повну. Andre Tan, Solmar, Vloria, Maroon, Paraya, Ruslan Baginskiy, One by one, Cher17 та багато інших брендів мають безпосередній вплив на економіку країни. Слід зазначити, що всі вони створюють тисячі робочих місць. Покупка їхньої продукції сприяє збільшенню обороту внутрішнього ринку. Збільшення попиту на продукцію українських виробників також допомагає зберегти гроші в країні, замість того, щоб відправляти їх за кордон.

Розвиток цих брендів в умовах війни потребує творчого підходу та гнучкості в управлінні, а також активної взаємодії з урядом, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами для забезпечення стабільності та розвитку бізнесу.

Задля того, щоб виділитися серед конкурентів, українські виробники одягу мають запропонувати щось привабливе та унікальне для своїх клієнтів. Йдеться про створення стильного, практичного та зручного асортименту товарів. Високий рівень обслуговування та бездоганна якість товару також мають бути важливою складовою торговельної пропозиції.

Ринок вимагає від брендів пластичності та здатності адаптуватися до різних сценаріїв продажів. Тому всі виробники одягу активно використовують соціальні мережі для просування та продажу своєї продукції. Найпоширенішими платформами для просування онлайн-магазинів є Instagram, Facebook та TikTok. Це допомагає їм створювати цікавий та корисний контент, знімати відео-огляди товару, які будуть продавати продукцію та підвищувати впізнавальність бренду.

Також чудовим управлінським рішенням є залучення спільноти та довіра клієнтів. Створення спільноти навколо магазину одягу та його бренду є ключем до успіху. Регулярні заходи, акції та партнерство з блогерами та місцевими організаціями можуть допомогти створити позитивний імідж і залучити нових клієнтів. Ще чудовим способом зміцнити довіру клієнтів та продемонструвати соціальну відповідальність бренду є благодійні та екологічні проєкти [3].

Отже, успішна стратегія стимулювання збуту для брендів одягу вимагає глибокого розуміння потреб клієнтів і гнучкого використання нових технологій та маркетингових прийомів. Важливо приділяти увагу усім аспектам торгової пропозиції - від якості продукції та досвіду клієнтів, до залучення громадськості та побудови довіри з покупцями.

Література

1. Повернення гіганта. Виробник Zara, Bershka, P&B в очікуванні того, щоб відновити роботу в Україні. URL: <https://forbes.ua/company/v-ochikuvanni-stabilnogo-frontu-inditex-group-shchomisyatsya-pereglyadae-plani-po-povernennyyu-v-ukrainu-kolinarreshhti-tse-mozhe-statisya-21042023-13198> (дата звернення: 15.02.2024).
2. Як ринок одягу змінився з початком війни? Агенція інформації та аналітики «Гал-інфо» URL: https://galinfo.com.ua/news/yak_rynok_odyagu_zminyvsya_z_pochatku_viny_388773.html (дата звернення: 16.02.2024).
3. Стратегія успіху онлайн-продажів. URL: <https://prodvizhenie.ua/ua/strategiya-uspihu-innovacziyi-v-prosuvanni-magazynu-odyagu/> (дата звернення: 18.02.2024)

Вікторія Морар
Науковий керівник – доц. Сторошук Б. Д.

Особливості антикризового менеджменту в умовах сучасного будівництва

За даними Державної служби статистики у 2022 році в Україні падіння ВВП склало 29,1%, найбільше з усіх галузей постраждала галузь будівництва – 67,6 %[1]. Війна також відобразилась і на будівельному ринку більшості країн Європи, відбулось обмеження запуску нових будівництв та сповільнення роботи на поточних проєктах. Основними причинами даної ситуації стали зміни логістичних маршрутів та зростання витрат на енергоносії. У наслідок війни зросли витрати на будівництво, яке потребує великої кількості енергії на всіх етапах: від виготовлення та перевезення будівельної продукції до безпосереднього виконання робіт[2].

Більшість підприємств в Україні зіткнулись з потребою застосування методів антикризового управління у своїй роботі задля виконань своїх зобов'язань перед інвесторами, запуску нових проєктів та збереження команди. Для формування вдалої антикризової стратегії варто врахувати такі сучасні тенденції будівельної галузі:

1. Скорочення ринку будівельних матеріалів.

Від початку повномасштабного вторгнення безліч підприємств, які виготовляли будівельні матеріали, були зруйновані або пошкоджені. Частина підприємств даного спрямування знаходиться на окупованих територіях або ж у зоні активних бойових дій. З'явився особливий дефіцит на металовироби, будівельні суміші, цеглу та інше.

2. Проблема імпорту будівельних матеріалів.

Імпорт будівельних матеріалів ускладнився через відсутність роботи великої частини портів, а сухохідльні маршрути не дозволяють наростити такі ж масштаби товарообігу.

3. Дефіцит працівників.

Кількість працівників скоротилась внаслідок еміграції, мобілізації та не можливості працювати дистанційно.

4. Зростання собівартості будівництва.

Вартість будівництва зросла за рахунок енергетичної кризи, коливань курсу, збільшення логістичних витрат, підвищення вимог з цивільного захисту тощо.

5. Форс-мажорні обставини.

Будівництво зазнало великих втрат через блекаути. Більшість підприємств змогли забезпечити себе альтернативними джерелами живлення проте їх потужності не достатньо для покриття потреб підприємств повністю.

6. Зміна структури та обсягів попиту.

Сучасні умови невизначеності призвели до зменшення інвестицій. Покупці надають перевагу квартирам з меншою квадратурою, на нижніх поверхах та з наявністю укріпленого підвалу з кількома виходами та санвузлом. Значна частина покупців зайняла вибіжувальну позицію.

7. Зміни в містобудівному законодавстві.

Від початку повномасштабного вторгнення були прийняті нормативно-правові акти, які регулюють діяльність підприємств під час воєнного стану, частина з яких будуть діяти і після його завершення [3].

Врахувавши згадані вище сучасні особливості роботи будівельної галузі можна сформуванати найбільш вдалу антикризову стратегію на підприємстві задля збереження команди та ефективного функціонування підприємства будівельної галузі під час війни в Україні.

Література

1. Які галузі економіки України найбільше постраждали від війни *Пильний погляд* : веб-сайт. URL: <https://www.poglyad.info/2023/04/13/yaki-galuzi-ekonomiky-ukrayiny-najbilshe-postrazhdaly-vid-vijny/> (дата звернення: 03.03.2024)

2. В умовах війни: що відбувається у будівельному секторі *Interfax-Україна* : веб-сайт. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/896001.html> (дата звернення 03.03.2024)

3. Тенденції в будівельній галузі під час воєнного стану. Як війна впливає на будівельну галузь *PRO InfoBud* : веб-сайт. URL: <https://clcgroupp.com.ua/blog/tendencziyi-v-budivelnij-galuzi-pid-chas-voyennogo-stanu/> (дата звернення 03.03.2024)

Релокація як спосіб збереження економічного потенціалу України

Релокація підприємств – це процес переміщення виробничих потужностей, обладнання, персоналу та інших ресурсів з одного місця на інше. Причини цього можуть бути різні. Зокрема: зниження витрат на виробництво, доступ до нових ринків збуту, поліпшення логістики, уникнення політичних ризиків, стихійні лиха, війни, зміна екологічної ситуації.

Залежно від географічного переміщення релокація може бути внутрішньодержавною чи міжнародною.

З початком повномасштабної українсько-російської війни у 2022 році, задля збереження виробництва, уряд України запровадив процес релокації. Її суть полягає у перевезенні працівників, сировини, матеріалів та обладнання із прифронтових регіонів у більш безпечні. З березня 2022 року почала діяти урядова «Програма релокації підприємств» [1].

Відповідно до умов, до програми може долучитися будь-яке підприємство, здійснивши повну або часткову релокацію своїх потужностей. Програма поширюється на регіони, що постраждали від бойових дій.

Для участі в релокації потрібно подати заявку на переміщення, вказавши спеціалізацію підприємства, кількість працівників, можливості виробництва, потреби у виробничому приміщенні, сировині, розміщенні співробітників, а також спосіб транспортування.

Приймаючою стороною було визначено дев'ять областей Західної України (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Вінницька, Волинська та Рівненська області).

Одним із найскладніших завдань у рамках релокації було фізичне переміщення потужностей підприємств. Урядом було визначено такі способи переміщення: самостійно, силами АТ «Укрзалізниця» та АТ «Укрпошта» [1]. Злагоджена робота обласних військових адміністрацій сприяла оперативному

пошуку місць для релокування та налагодженню питань постачання сировини, збуту продукції, розміщенню персоналу на новому місці, налагодження необхідної інфраструктури для роботи підприємства та ін.

За результатами року дії Програми, лідерами серед обраних підприємствами областями стали: Львівська (24%), Закарпатська (14,5%), Чернівецька (9,8%), Івано-Франківська (8,3%), Хмельницька (7,3%) та Тернопільська (6,3%) [2]. Даний вибір був зумовлений тим, що ці регіони знаходяться на далекій відстані від кордонів країни-агресора. Зазначимо, що всі члени суспільства об'єднали свої сили задля підтримки постраждалих підприємств. Допомога також надходила від Комітетів Верховної Ради, обласних та районних адміністрацій, а також мерів міст України. При виборі місця релокації підприємствам важливо було враховувати такі фактори: транспортні ланцюги, ринок збуту, приміщення, яке підходило б для даного виду діяльності, близькість державного кордону (для закупівлі сировини або продажу товарів) та місцеві програми релокації (для зручності та швидкого пошуку комерційних або виробничих приміщень, кожна область розробила свою платформу сприяння релокації бізнесу).

Як підсумок, за рік війни за урядовою програмою релокації в більш безпечні регіони країни було переміщено 800 підприємств, 623 з яких вже відновили роботу на новому місці [2]. Отже, релокація бізнесу в умовах війни є одним з ключових способів збереження та подальшого відновлення економічного потенціалу України.

Література

1. Програма релокації підприємств. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv> (дата звернення: 03.03.2024).

2. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&title=ZaRikViiniVBilsh> (дата звернення: 03.03.2024).

Сучасні рішення для автоматизації процесів з HR

З інтеграцією інформаційно-комунікаційних технологій в бізнес-процеси підприємств в управлінні людськими ресурсами відбулася значна еволюція, а процес автоматизації розвивається вкрай швидко в цій сфері. На сьогодні існує ряд сервісів як платних, так і безкоштовних, спрямованих на підвищення ефективності керівника та продуктивності команди.

Спеціалізовані програми для менеджерів призначені для автоматизації рутинних процесів, виявлення неефективностей, прогнозування продуктивності та оптимізації використання робочої сили. Згідно з внутрішніми дослідженнями компанії Hurma за 2019 рік, співпраця з їхнім сервісом може призвести до 43% економії робочого часу HR-фахівців та 57% для рекрутерів. Це також справляє позитивний вплив на фінансові показники, дозволяючи економити до 18% бюджету на рекрутинг.

Заснований на принципі: кожному працівнику доступ до власного кабінету відповідного сервісу (такого як Hurma System, PeopleForce, Team2Win). У сфері додатків для менеджерів можна виділити чотири провідні напрями автоматизації: HR-системи, рекрутинг, постановка цілей та аналітика.

HR-системи призначені не для заміщення, а для полегшення роботи менеджера. Це включає базу даних співробітників, календар компанії, події та нагадування, автоматизацію запитів працівників, облік переробок, робочого часу та розрахунок зарплати – усе, що необхідно для сучасного HR.

Рекрутерам надаються такі можливості, як створення вакансій у системі та їх автоматичне розміщення на спеціалізованих сайтах (HeadHunter, SuperJob, Robota.ua, Work.ua), зберігання інформації про всіх кандидатів в одному місці, наявність статистики ефективності каналів рекрутації, кількість кандидатів та вакансій тощо.

Ще однією функцією HR-рішень є постановка цілей для компанії, відділу та співробітників. Керівники можуть

дозволити працівникам самостійно визначати свої цілі, сприяючи мотивації та розвитку творчого та критичного мислення.

У розділі HR-аналітики обчислюються всі показники управління персоналом компанії, включаючи кількість співробітників, їхній віковий та гендерний розподіл, плинність кадрів, причини звільнення тощо. Статистика доступна за різні періоди, що дозволяє детально аналізувати робочі ресурси компанії.

Завдяки мінімальним системним вимогам програми можуть бути встановлені на будь-який комп'ютер. Компанія, яка приймає рішення про оптимізацію роботи менеджера у сфері управління людськими ресурсами, повинна ретельно підходити до вибору сервісу, чітко визначаючи пріоритети та розуміючи, які аспекти роботи потребують оптимізації, а з якими проблеми відсутні.

Автоматизація може відбуватися безболісно, але можуть виникнути труднощі, такі як нестача ресурсів, сумніви в правильності вибору HR-автоматизації, неготовність компанії змінювати структуру бізнес-процесів, тривалість процесу адаптації та інші форс-мажорні обставини. Однак важливо подолати опір новому та пам'ятати, які переваги отримає компанія в результаті впровадження автоматизації HR-процесів.

Література

1. 5 основних інсайтів автоматизації HR процесів: міфи vs реальність. URL: <https://peopleforce.io/uk/blog/5-insaitiv-avtomatysatsii-hr-protsesiv> (дата звернення: 29.11.2023)

2. HR-аналітика та прогностика: як компаніям ухвалювати рішення на основі даних. URL: <https://budni.robota.ua/career/hr-analitika-ta-prognostika-yak-kompaniyam-uhvalyuvati-rishennya-na-osnovi-danih> (дата звернення: 29.11.2023)

3. Офіційний сайт компанії Hurma System. URL: <https://hurma.work/> (дата звернення: 29.11.2023)

Юліана Новак
Науковий керівник – асист. Скращук Л.В.

Моделювання екологорієнтованого розвитку України

У сучасному світі екологічна проблематика стає все більш актуальною і вимагає комплексного підходу до вирішення. Моделювання екологорієнтованого розвитку країн виявляється ключовим інструментом для досягнення сталого розвитку, збереження природних ресурсів та забезпечення благополуччя суспільства. Тому побудова та дослідження моделей та стратегій, спрямованих на екологічну сталість та ефективне використання природних ресурсів, надзвичайно важливі. А побудова еколого-економічних моделей базується на вивченні складних системних зв'язків між економічними та екологічними показниками.

У контексті моделювання стратегічного екологорієнтованого розвитку країни, аналіз впливу економіки на навколишнє середовище виявляється ключовим для розуміння динаміки забруднення повітря та впровадження ефективних заходів щодо його зменшення. Вивчення взаємодії природи та економіки, а також оцінка впливу виробничих процесів на якість атмосферного повітря дозволяють розробляти стратегії, спрямовані на збереження чистоти довкілля та здоров'я населення.

Щоб проаналізувати процес розвитку економіки України з точки зору довгострокової екологічної ситуації, необхідно визначити тенденції взаємодії економічної та екологічної сфер. У ході роботи використовуються прості моделі для оцінки ступеня впливу процесів, що відбуваються в економіці, на навколишнє середовище.

В даному дослідженні в якості основних економічних факторів, що суттєво впливають на екологічний стан країни, використано такі показники:

- валовий внутрішній продукт,
- національні витрати на охорону навколишнього середовища.

За показник збитків від забруднення навколишнього середовища та нераціонального використання природних ресурсів прийнято величину загальних викидів забруднюючих речовин в атмосферу.

На основі статистичних даних за період з 2000 по 2020 рр. побудовано модель, яка показує зв'язок викидів у навколишнє середовище з ВВП й витратами в охорону навколишнього середовища:

$$EP=0,7658 GDP-1,1232 NE, \quad (1)$$

де EP – викиди забруднюючих речовин у атмосферне повітря України;

GDP – валовий внутрішній продукт України, млрд.грн./рік;

$NEEP$ – національні витрати в охорону навколишнього середовища України, тис.грн/ рік.

Аналізуючи побудовану модель (1) приходимо до висновку, що при зростанні національних витрат у охорону навколишнього середовища викиди забруднюючих речовин зменшаться, а при зростанні ВВП викиди збільшаться.

Тому ключовим напрямком поліпшення наявної ситуації є впровадження чистих технологій та розвиток відновлювальних джерел енергії, що сприятимуть сталому споживанню. Також важливе укладення спільних міжнародних угод та ефективна координація дій на рівні урядів, промислових секторів та громадськості необхідні для забезпечення сталого розвитку та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

У результаті проведеного дослідження здійснено оцінку ступеня впливу процесів, що відбуваються в економіці, на навколишнє середовище, виявлено закономірності та сформульовано обмеження, які необхідні для розробки концепції сталого розвитку країни.

Література

1. Руда М.В., Мазурик М. М. Співпраця Українита та ЄС у сфері сталого розвитку: огляд перспектив. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. №3. 204-211.

Напрямки маркетингової підтримки у франчайзинговій моделі бізнесу

Зі зростанням конкуренції на ринку франшиз та поінформованості підприємців про франчайзингові моделі та особливості франчайзингу, сьогодні активно змінюються стандарти, процедури, підходи до співпраці партнерів у франчайзингових мережах, а маркетингова підтримка займає одне з головних місць у складі франчайзингового пакету в силу складності маркетингу як такого. Головною особливістю маркетингу франчайзингової мережі є те, що в більшості випадків робота маркетолога ведеться за принципом b2b2c і спрямована на забезпечення франчайзі такими технологіями, інструментами та матеріалами, які можуть ефективно просувати бренд, підтримувати стабільний розвиток бізнесу, впливати на кінцевих покупців, активізувати продажі.

Маркетинг у франчайзингу це процес створення, підтримки та розширення взаємовідносин франчайзера з потенційними та реальними франчайзі, спрямований на реалізацію власного економічного інтересу, забезпечення ефективності та стійкості франчайзингової мережі, укріплення бренду франшизи на ринку. Відтак, доцільно розглядати два основні аспекти маркетингу франчайзингу: 1) маркетинг франшизи, яка набуває форми товару і вимагає повноцінного інструментарію комплексу маркетингу; 2) маркетингова підтримка франчайзі.

Маркетинг франшиз спрямований на комплексне застосування набору маркетингових інструментів створення франшизи, визначення її ціни, просування франшизи, вибір, розробку та комбінацію кількох каналів збуту, побудову довгострокових партнерських відносин на ринку з потенційними партнерами. До основних напрямів маркетингу франшиз належать такі заходи: розробка продукту франшизи як об'єкту інтелектуальної власності; розробка франчайзингового пакету, що містить набір стандартів, процесів, продуктів, правил; розробка каналів розподілу, визначення умов ексклюзивності; розробка комунікаційного міксу для франшизи;

формування конкурентних переваг франчайзингової пропозиції; розробка пакетних пропозицій франшизи; дослідження пропозиції конкурентів ринку франшиз, оновлення та модифікація власних франшиз; формування та вдосконалення мережевої системи партнерських відносин з потенційними франчайзі; розробка програм лояльності для учасників мережі.

Напрямки маркетингового супроводу франчайзингових пропозицій суттєво відрізняються залежно від моделі, формату, країни походження, однак існують загальні правила організації маркетингової діяльності франчайзера та франчайзі. Маркетингова підтримка франчайзера своїх франчайзі спрямована на розробку напрямків стратегічного розвитку та операційну підтримку, адже за умови успішної діяльності франчайзі будуть регулярно сплачувати роялті. Розподіл бізнес-процесів, інвестицій та бюджетів між власником бренду та набувачем франшизи є перевагою франчайзингової схеми, але водночас і джерелом основних проблем – у тому числі в маркетингу.

Класична схема франчайзингу щодо розподілу зобов'язань з маркетингу передбачає, що франчайзі відповідають за регіональну рекламу для просування своєї торгової точки, а франчайзер залишає за собою функцію централізованого федерального маркетингу та виробництво рекламних матеріалів, створення робочої системи обміну практичним досвідом між франчайзі.

Маркетинг та маркетингова підтримка – найважливіші компоненти створення привабливої франчайзингової пропозиції. Надійна маркетингова програма дозволяє франчайзеру легко залучати нових партнерів у бізнес та утримувати наявних. Моделі формування франчайзингової системи визначає механізм формування маркетингових відносин. Якщо франшиза якісна, маркетингова підтримка професійна, то франчайзі позбавлені всіх маркетингових проблем на етапі запуску підприємства, вони отримують готовий маркетинговий план та запущену рекламну кампанію в пошукових системах, оновлювану базу рекламних макетів, аудіо- та відеороликів, набір готових до запуску акцій, оформлене співтовариство філії з лояльно налаштованими до компанії передплатниками зі свого міста, інструкції з ключових маркетингових процесів.

Особливості фінансово-господарської діяльності вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану

Триваючі військові конфлікти та їх наслідки часто призводять до економічної руйнації та зниження рівня життя. Загроза фізичного знищення майна, персоналу, енергоносіїв, відключення електроенергії тощо може вплинути на всі сектори економіки, включаючи фінансові ринки, цінову політику, банківську систему та інвестиційні потоки, що вимагає певних особливостей, які створюють дещо нову систему управління корпоративними фінансовими ресурсами.

Сума прямих збитків, завданих інфраструктурі України в ході війни, станом на січень 2024 року сягнула майже 155 млрд. доларів США. Ця оцінка враховує також збитки, завдані Україні через підрив країною-агресором Каховської ГЕС 6 червня 2023 року [1].

Основні особливості управління фінансовими ресурсами підприємств в умовах війни можуть включати:

- невизначеність, яка ускладнює планування та прогнозування фінансової діяльності та необхідності різних змін;
- зміна попиту на продукції. Більшість людей зосереджуються на забезпечення своєї безпеки та виживання, тому це може призвести до зменшення обсягів продукції та виручки підприємств;
- ризик втрат. Бойові дії створюють ризик втрати основних активів;
- зміна пріоритетів. Збільшене фінансування військових потреб, волонтерських заходів може погіршити фінансування інвестиційних проектів.

Крім того, має місце збільшення витрат на забезпечення безпеки підприємств.

Серед чинників, що сприяють недостатній ефективності

систем управління, можна виділити наступні.

- по-перше, обмеженість власних джерел формування фінансових ресурсів та високий рівень поточної кредиторської заборгованості;
- по-друге, рівень розвитку вітчизняної банківської системи не відповідає ключовим запитам реального сектору економіки;
- по-третє, фондовий ринок України тривалий час перебуває на етапі свого становлення, має обмежену кількість ліквідних та інвестиційно-привабливих фінансових інструментів.

В умовах воєнного стану стає все важливішим розвиток форм, методів та інструментів для підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами організацій. Один з таких методів – використання ситуаційного управління, яке полягає у розробці критеріїв для прийняття рішень щодо різних ситуацій та визначення ключових параметрів для конкретних показників фінансової діяльності підприємства.

Отже, управління фінансовими ресурсами підприємства виступає одним з ключових елементів організації виробничо-господарської діяльності з метою забезпечення відповідного рівня ефективності. Це передбачає діяльність, спрямовану на оптимізацію фінансових механізмів, координацію фінансових операцій і забезпечення їх порядку.

Важливе, але складне завдання – це мінімізація різного роду ризиків, які супроводжують фінансово-господарську діяльність, що реалізується завдяки таким інструментам як страхування, лімітування, диверсифікація, створення додаткових резервів тощо.

Література

1. Загальна сума прямих збитків, завданих інфраструктурі України, зросла до майже 155 млрд. доларів США – оцінка KSE Institute станом на січень 2024 року. *Український соціологічний портал* : Веб-сайт. URL: <https://usp-ltd.org/zahalna-suma-zbytkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrainy-zroslo-do-majzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-sichen-2024-roku/>

Анастасія Пасісюліна
Науковий керівник – доц. Найденко О.Є.
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Митна політика України: історія становлення та перспективи розвитку

Митна політика – це система принципів та напрямів діяльності держави, що забезпечують її економічні інтереси та дають відчуття безпеки. Окрім цього вивчення митної політики є важливим через її зовнішньоекономічний фактор, бо адаптування до нових економічних реалій та формування стратегій для підвищення конкурентоспроможності є запорукою успіху. По-друге, варто враховувати євроінтеграційні процеси та переваги, які вони можуть надати. На цей час Україна є кандидатом у члени ЄС, тому вивчення її реалій успіху є важливими для здійснення модернізаційних процесів. Зміни у геополітичних умовах та конфліктні ситуації на міжнародній арені також вимагають переосмислення і коригування митних стратегій для забезпечення національної безпеки та ефективного управління митними процесами. Врахування впливу цифрових технологій на митну систему та необхідність впровадження сучасних інформаційних рішень для підвищення ефективності та зменшення адміністративних бар'єрів.

Дослідження охоплює п'ять етапів становлення митної політики України [1]: I – період Київської Русі (XI – XVII ст.); II – період запорізького козацтва (XVI ст. – перша пол. XVIII ст.); III – період входження українських земель до складу Російської імперії (кінець XVIII – початок XX ст.); IV – період радянської доби (1917 – 1991 рр.); V – період незалежної України (з 1991 року). Кожен із етапів був неймовірно важливим у розвитку нашої митної політики, що в майбутньому створило ті умови, яким ми завдячуємо або ж навпаки.

Митна справа у своїй діяльності керується такими принципами: органи України, відповідальні за митну політику, виконують завдання відповідно до національного законодавства

та на визначених територіях. Забезпечується виконання усіх норм чинного законодавства, принципів законності, верховенства права та презумпції невинуватості, а також забезпечується простий механізм для законної торгівлі. Визнаються принципи рівноправ'я та правомірності для всіх суб'єктів господарювання, незалежно від форми власності. Гарантується захист прав людини відповідно до українського законодавства та заохочується працівників митних служб до доброчесності та порядності. Забезпечується прозорість та гласність у діяльності державної митної служби України та встановлюється рівна відповідальність для всіх учасників [2]

Для вдосконалення митниць в Україні важливо враховувати наявні проблеми, такі як неефективність після введення безвізового режиму. Запропоновані нововведення, такі як створення нових митниць, «електронна митниця» та розвиток електронних інформаційних систем, можуть сприяти покращенню ситуації. Зокрема, електронна митниця може зменшити вплив людського фактору та ризик корупції, а нові системи повинні бути сумісними з аналогічними системами інших країн для забезпечення ефективності в міжнародних відносинах [3, 4].

Література

1. Історія митної справи в Україні / За ред. П.В. Пашка, В.В. Чепцова. Київ : Знання, 2006. 606 с.
2. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI // Офіційний вісник України. 2012. № 32. Ст. 1175.
3. Степаненко С. Напрями удосконалення митного контролю та переміщення товарів через митний кордон України. Актуальні проблеми політики, 2023. Випуск 71. С. 49-54
4. Філіппова С., Масленніков Є., Іванова К. Дослідження розвитку митної справи в Україні. Наукові записки. Серія «Економіка». Випуск 20. 2013. С 98-101

Стратегія реформ оподаткування: український вимір

Податки є ключовим джерелом фінансування Державного бюджету, необхідним для відповіді на великі виклики, зокрема в умовах війни. Громадяни повинні свідомо виконувати свій конституційний обов'язок і сплачувати податки, тим самим забезпечуючи стійкість і фінансову підтримку держави.

В Україні схвалено план реформування системи оподаткування в рамках загальної Національної стратегії доходів до 2030 року. Цей документ визначає курс країни протягом наступних шести років. Конкретні зміни в оподаткуванні заплановані на період з 2025 по 2027 роки. План уряду містить заборону використання спрощеної системи оподаткування для юридичних осіб, об'єднання третьої та другої груп єдиного податку, поетапне підвищення протягом трьох років ставки цього податку для юридичних осіб до 18%. Ставки оподаткування в спрощеній системі будуть підвищені залежно від спеціалізації, зокрема для агровиробників. Додатково будуть введені європейські правила оподаткування, включаючи оподаткування прибутку підприємств і застосування ПДВ, а також підвищення акцизів на пальне, алкоголь і тютюнові вироби відповідно до норм Європейського Союзу [2].

Українська влада починає активно вживати заходи для впровадження позитивних змін у систему оподаткування відповідно до стратегічних завдань. Однак Міністерство фінансів України не проводило безпосереднього діалогу з представниками бізнесу та громадського сектору стосовно своїх пропозицій.

Новації оподаткування в 2024 році:

1. З 01.01.24 р. в Україні збільшилися розміри прожиткового мінімуму (3028 грн) і мінімальної зарплати (7100 грн), що впливає на оподаткування доходів підприємців єдиним податком. Підприємці I групи будуть сплачувати 10% від прожиткового мінімуму, збільшуючи податок до 302,8 грн, тоді як II групи – 20% від мінімальної зарплати, що призведе до зростання податку до 1420 грн. Збільшення мінімальної зарплати також підвищить розмір єдиного соціального внеску до 1760 грн з 1 квітня.

2. Ставки акцизного податку та мінімального податкового зобов'язання на тютюнові вироби заплановано підвищити на 20% з метою наближення до вимог Директиви ЄС 2011/64/ЄС щодо акцизів на тютюнові вироби.

3. Очікується збільшення податку на прибуток банків, що призведе до додаткових надходжень до державного бюджету у розмірі 7 млрд грн, відповідно посилить стабільність бюджетної системи.

4. Закінчилася кампанія «нульового» декларування. Платникам, які обрали розстрочку, надано додатковий термін для сплати другого платежу до 1 травня 2024 року [1].

Водночас, уряд не хоче підвищувати податкові ставки і замість цього проведе аналіз та скоротить податкові пільги, що є частиною стратегії збалансованого підходу до оподаткування. Це допоможе оптимізувати систему оподаткування без прямого впливу на платників податків та підтримає більш стабільний та ефективний фінансовий клімат у країні.

План реформування оподаткування в Україні відображає рішучий курс уряду на створення прозорої та ефективної фіскальної системи, сприятливої для розвитку бізнесу та поліпшення життя громадян. Відмова від різкого підвищення податкових ставок на користь аналізу та скорочення податкових пільг свідчить про стратегічний підхід до оптимізації системи оподаткування для стабільності та економічного зростання.

Незважаючи на виклики, важливо враховувати, що відкритий діалог зі всіма зацікавленими сторонами може сприяти успішному впровадженню реформ і забезпечити широку підтримку для досягнення спільних цілей.

Література

1. Державна податкова служба України. URL : <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/746649.html> (дата звернення: 21.02.2024)

2. Вищі податки для ФОПів та перетворення митників на слідчих. Як держава планує зібрати більше доходів у наступні шість років? *Економічна правда*. URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/12/27/708168/> (дата звернення: 20.02.2024)

Проблеми розвитку податкової системи України

Важливим напрямом економічного розвитку України є вдосконалення її податкової системи.

Потенціал України щодо поліпшення свого рейтингу в податковій сфері далеко не вичерпаний. Основним джерелом такого покращення ДПС України бачить підвищення ефективності адміністрування податків та скорочення часу, який витрачає бізнес на завершення подання декларацій та сплату податків.

Одними з недоліків податкової системи України є недосконалість та нестабільність законодавства. Неоднозначність тлумачення податкового законодавства має негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання, знижує привабливість національної економіки для іноземних інвесторів.

Іншим недоліком є те, що податки в Україні не стали інструментом підвищення конкурентоспроможності держави. Система формування державних надходжень має в основному фіскальний характер, а регулююча функція податків не орієнтована на стабільне економічне зростання. Цей недолік значно знижує рівень конкурентоспроможності національної податкової системи в порівнянні з країнами ЄС [1].

Серед важливих проблем розвитку сучасної податкової системи України виділяють: складність і неузгодженість податкового законодавства, нестабільність норм щодо оподаткування, надмірне податкове навантаження з боку контролюючих органів, відсутність механізму залучення іноземного капіталу тощо [2].

Вагомим наслідком наявності недоліків у податковій системі України є ухилення від оподаткування. Темпи розвитку тіньової економіки нашої держави зростають кожного року та, за деякими оцінками, вона формує більшу частину реального ВВП країни. Тому ухилення від сплати податків є рушійною силою, що стає на заваді якісному розвитку економіки України.

За результатами опитування щодо причин ухилення від сплати податків [3] можна зробити висновок, що відсутність довіри між державними органами та платниками податків,

високий рівень корупції, недосконалість законодавчої бази є головними чинниками, що спонукають фізичних і юридичних осіб ухилятися від сплати податків. Близько трьох мільйонів громадян працюють без офіційного оформлення, шукаючи різноманітні шляхи уникнення виконання податкового обов'язку, а це понад 20% працездатного населення України [4].

Тому основними напрямками розвитку податкової системи України вважаємо дотримання її стабільності та прогнозованості; формування нового інституційного середовища оподаткування, сприятливого для реалізації принципу рівності всіх платників перед законом; детінізацію економіки та боротьбу з корупцією в системі адміністрування податків шляхом посилення кримінальної відповідальності за ухилення від сплати та, окремо, встановлення «розумних штрафів» [5]. Задля ефективності рівень штрафів повинен бути оптимальним: достатньо високим, щоб стримувати ухилення, і достатньо низьким, щоб уникати відчуття несправедливості з боку влади.

Література

1. Пухальська Я.В., Прохорчук Н.О. Основні недоліки податкової системи України. URL : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/57.pdf> (дата звернення 22.02.2024)
2. Ткач Т.О. Податкова система України: стан та перспективи розвитку. *Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняної системи контролю, аудиту та аналізу* : матеріали VII студентської наукової конференції. 2022. С. 55-58.
3. Українці не хочуть платити податки через низькі доходи та сумнівні державні видатки – опитування. URL : <https://www.epravda.com.ua/news/2023/07/20/702422> (дата звернення 22.02.2024)
4. Голобородько В. Близько 3 мільйонів українців працюють без офіційного оформлення, але це можна змінити – експерт. URL : <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/blizko-3-miljoniv-ukrajintsiv-pratsjujut-bez-ofitsijnoho-oformlennja-ale-tse-mozhna-zminiti-ekspert.html> (дата звернення 22.02.2024)
5. Мушинський А. Р. Проблеми формування ефективної податкової політики в Україні URL: <http://surl.li/qxfou> (дата звернення 22.02.2024)

Управління талантами та розвиток персоналу

Успіх організації значною мірою залежить від ефективності людських ресурсів, які є рушійною силою будь - якого бізнесу і важливим фактором у досягненні високих результатів у конкурентному середовищі. Наприкінці 1990-х років прогресивні компанії розпочали «війну за таланти», у результаті чого високотехнологічні фірми прийняли «управління талантами» як спеціалізовану термінологію спеціалістів з кадрів [3, с. 161].

Мета роботи – дослідити суть поняття «управління талантами» та його значення для розвитку персоналу.

Управління талантами - це цілеспрямована діяльність, спрямована на створення в компанії системи найму, розвитку, працевлаштування та утримання талановитих співробітників, які можуть досягти ефективних результатів у бізнесі [2, с. 505].

Основні аспекти управління талантами та розвитку персоналу такі:

1. Пошук і відбір таланту. Побудова системи управління талантами починається із залучення висококваліфікованих фахівців. Сучасні методи підбору такі: рекрутинг, ЗМІ, соціальні мережі та прямий пошук.

2. Визначення таланту та управління. Немає сенсу мати таланти без його використання. Для того, щоб уявити собі здібності співробітників та ввести нові імена у список кандидатів на резерв, потрібно час від часу оцінювати їх потенціал [4, с. 528].

3. Реалізація програми розвитку та навчання. Програма управління талантами повинна передбачати розвиток персоналу [3, с. 163].

4. Мотивація та заохочення. Фахівці відповідальні за те, щоб сприяти зацікавленню та бажанню працювати.

5. Утримання талантів в організації. Не достатньо лише залучати талановитих працівників, потрібно ще вміти утримати їх в організації [1, с.70].

Властивість талантів як система повинна вводитися в загальну систему управління персоналом, спрямовуватися на стратегічні цілі та поєднуватися з усіма елементами в організації. Система управління талантами вимагає фокусування на індивідуальному підході до персоналу та створенні нових технологій управління. Якщо правильно створити систему управління талантами в організації, то вона сформує ефективні конкурентні переваги як персоналу, так і в цілому фірми на ринку. Деякі компанії створюють такі програми, як ТОП-25 або ТОП-50. Для тих, хто працює з персоналом, буде ідеальним, якщо рівень талантів у організації в середньому перевищуватиме 8-15 відсотків. Якщо кількість талантів падає нижче 5%, то організація приречена на банкрутство [3, с. 162].

Отже, у сучасних організаціях важливо впроваджувати систему управління талантами для посилення сильних сторін підприємств і підвищення продуктивності, результативності та ефективності, зміцнюючи свої позиції в мінливих умовах сучасної дійсності.

Література

1. Винничук Р.О., Худоба Н.В. Особливості управління талантами в Україні в умовах інтелектуалізації економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 11. Ч. 2. С. 68–71. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis (дата звернення 18.02.2024)

2. Савченко В.А. Розвиток персоналу: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2015. 505 с. URL: https://pidru4niki.com/82079/menedzhment/upravlinnya_protsesami_rozvit_ku_talantiv#google_vignette (дата звернення 18.02.2024)

3. Татаревська М.С., Сорока О.В. Проблеми та перспективи управління талантами в сучасних організаціях. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4. С. 160-164. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis (дата звернення 18.02.2024)

4. Технології управління персоналом [Електронний ресурс] : монографія / О. А. Гавриш та ін. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 528 с. URL: <https://ela.kpi.ua/items/f0834274-43e8-4a05-bd75-4a70c1ef0891> (дата звернення 18.02.2024)

Вивчення процесу формування цін на послуги з огляду на вплив лояльності споживачів

Формування потужного бренду на ринку потребує впровадження ефективних програм лояльності та системних підходів до їх реалізації. Недолік цілісних стратегій у створенні таких програм та хаотичне використання інструментів лояльності на підприємстві є проблемами, що часто ведуть до неуспіхів і втрат. Тому успіх підприємства залежить від уважного розроблення та реалізації програми лояльності.

Міжнародний досвід у сфері підприємницької діяльності підтверджує, що успішність компанії залежить від активної взаємодії на ринку та постійного контакту з потенційними та існуючими клієнтами. Дослідження показують, що 73% американських, 63% англійських і 85% японських керівників вважають, що залучення та утримання лояльних клієнтів є ключовим аспектом для успішної діяльності їхніх підприємств.

Найпоширеніші методи встановлення цін на послуги, такі як «витрати + прибуток», метод граничного ціноутворення та інші, не враховують несподівану природу споживацької поведінки, конкурентне середовище та зовнішні впливи. У сучасних умовах ринку ці методи можуть служити лише початковою точкою для розробки стратегій ціноутворення. Особливо велика невизначеність існує на ринку послуг через їх унікальність. Для врахування цієї невизначеності запропоновано модель ціноутворення, яка заснована на сприйнятій споживачем цінності послуги та його рівні лояльності до постачальника послуг.

Найсильніший вплив на рішення споживачів спостерігається на етапах другого та третього, таких як рекламні кампанії та презентації. Індикаторами ставлення споживачів до бренду є їхня лояльність до нього та рівень інформованості.

Лояльність споживачів – це позитивне ставлення цільової аудиторії або окремих осіб до певного бренду товару. В сучасних дослідженнях виділяють два типи лояльності:

а) поведінкову (транзакційну), яка виявляється через дії споживача під час здійснення покупки. Цей тип лояльності базується на аналізі кількісних ринкових показників, таких як кількість покупок, і передбачає вивчення поведінки споживачів та чинників, що на неї впливають.

б) сприймальну (перцептивну), яка формується завдяки перевагам та уявленням споживачів. Цей тип лояльності визначається комплексом факторів, які впливають на світогляд споживачів і включають діагностичну та прогнозну інформацію. Дослідження цих факторів зазвичай здійснюються шляхом опитувань споживачів, що дозволяє відповісти на різноманітні питання, спрямовані на розуміння причин лояльності, її будівництва та зміни попиту на продукцію в майбутньому.

Однак деякі експерти розрізняють три типи лояльності, і використання концепції комплексної лояльності вважається найбільш обґрунтованим у практичній розробці програм лояльності. Ця концепція ураховує обидва підходи до визначення лояльності споживачів, які були згадані раніше.

Задоволеність споживачів прямо залежить від якості продукту або послуги. Оцінка якості послуг є складною через їхні особливості, такі як нематеріальність і різноманітність. Ці особливості унеможливають встановлення чітких стандартів якості, які дозволили б виробникам повністю контролювати і відхиляти низькоякісні послуги перед їхнім потраплянням до рук споживача. Оскільки споживачі роблять свій особистий внесок у процес надання послуг, якість потрібно розглядати не як набір об'єктивних характеристик, що відповідають стандартам, а як якість, яку споживач сприймає.

Література

1. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 3. С. 62–72.
2. Брацлавська Є. Наукові записки: Роль лояльності в світовій практиці. *Аналітичний журнал*. 2006. №15. с13-14.
3. Соболева-Терещенко О. А., Жарнікова В. В. Теоретико-методологічні основи формування ефективних систем лояльності. *Менеджер*. 2017. № 2 (75). С. 82–91.

Валютний курс та його регулювання в період воєнних дій в Україні

Валютний курс України є важливим економічним показником, який визначає вартість національної валюти (гривні) відносно інших світових валют, таких як долар США, євро, фунт стерлінгів та інші. Валютний курс відображає стан економіки, зовнішню торгівлю та інвестиційний клімат. Українська економіка завжди була вразливою до коливань валютного курсу, що впливає на інфляцію. Валютний ринок вразливий в умовах конфліктів, оскільки спричинює паніку та зростання попиту на іноземну валюту. Центральний банк має виклик у забезпеченні стабільності обмінного курсу для фінансової системи. Вирішення цього завдання вимагає ефективних інструментів валютного регулювання, які враховують економічні, соціальні та політичні чинники. [1].

Україна використовує систему плаваючого валютного курсу, що означає, що вартість гривні визначається на валютному ринку шляхом взаємодії попиту та пропозиції на валюту. Національний банк України (НБУ) виступає регулятором валютного ринку та може втручатися, щоб зберегти стабільність курсу гривні. «Головною умовою повернення до режиму плаваючого обмінного курсу є стабілізація ринку. Наразі НБУ продає валюту щодня», – каже Олексій Лупін, директор департаменту відкритих ринків НБУ.

Валютні інтервенції НБУ були справді значними: у червні та у перші тижні липня з резервів щотижня продавався 1 млрд доларів США. Однак ситуація змінилась після того, як 21 липня НБУ підвищив офіційний обмінний курс [2]. Девальвація офіційного курсу призвела до значного покращення ситуації на валютному ринку. Проте в перших числах серпня НБУ знову продав близько 500 млн доларів США зі своїх валютних резервів. НБУ зазначає, що передумовами для повернення до режиму плаваючого курсу є зняття блокади портів, що забезпечить більше валюти, зниження попиту на імпорتنі товари, особливо з боку вітчизняних постачальників, а також

поява привабливих інвестиційних можливостей для гривні в результаті підвищення її конкурентоспроможності.

Зауважимо, у період воєнного конфлікту НБУ допомагав українським біженцям за кордоном, забезпечуючи обмін готівкової гривні на валюту країни перебування. Угоди були укладені з центральними банками Польщі, Італії, Швеції, Німеччини, Латвії, Швейцарії, Бельгії, Нідерландів та іншими фінансовими установами.

Загалом, першочергово НБУ пріоритетно дотримується своїх функцій, забезпечуючи інституційну, фінансову та операційну незалежність. Однак для ефективного функціонування важлива співпраця з урядом, особливо в умовах війни, для забезпечення зовнішнього фінансування від міжнародних організацій та країн-партнерів. Національний банк відкрив спеціальний рахунок для підтримки Збройних Сил України, перерахувавши їм 23,6 млрд грн у 2022 році та першому кварталі 2023 року, включаючи понад 9 мільярдів гривень у валютному еквіваленті. Це не лише забезпечило фінансування Збройних Сил, а й сприяло стабілізації валютного курсу та стримуванню інфляційних процесів [3].

Отже, обмінний курс в Україні впливає на економіку, зовнішню торгівлю, інвестиційний клімат і купівельну спроможність громадян. Хоча коливання обмінного курсу можуть створювати труднощі для підприємств і громадян, вони також пропонують певні переваги, такі як підвищення конкурентоспроможності експортованих товарів і залучення іноземних інвестицій.

Література

1. Деркач Ю. Б. Використання інструментів валютного регулювання в умовах воєнного стану. *Трансформаційна економіка*. 2023. №. 3 (03). С. 21-25. URL:

<https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/27/28>

2. Вінокуров Я. 29 за долар уже не буде? Що може статися з курсом гривні після війни. *Економічна правда*. 2022.11 серпня URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/08/11/690271/>

3. Белінська Я., Коваленко Ю. Регулювання валютного ринку України в умовах фінансової нестабільності воєнного часу. *Науковий вісник Полісся*. 2023. №. 1 (26). С. 121-140. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/286939/281838>

Особливості цифрової трансформації організацій

Цифрова трансформація є провідним трендом сучасності у всіх сферах розвитку суспільства та економіки на мікро- та макрорівнях. На її засадах формується цифрова економіка, проблематика якої досліджується у багатьох працях вітчизняних та іноземних науковців, таких як Бей Г., Гвеноле Н., Кеннеді Е., Куйбіда В., Краус Н., Середя Г., Січкаренко К., Семенчук О. та ін. Значної актуальності набувають питання цифрової трансформації організацій.

Велику кількість підходів до трактування цифрової економіки можна об'єднати в такі: ресурсорієнтований, який базовим елементом цифрової економіки називає технології та інформаційні ресурси; процесуальний – використання технологій при здійсненні господарських операцій; структурний – до компонентів цифрової економіки включається процес трансформації і розвиваючі структури на базі веб-технологій; бізнес-орієнтований – до складових цифрової економіки відносяться нові моделі бізнесу – мережевий бізнес та електронна торгівлі [1]. Враховуючи зазначене, цифрова трансформація на організаційному рівні – це інтеграція цифрових технологій у всі сфери бізнесу та його управлінські системи, що докорінно змінює організаційні принципи роботи та надання цінності клієнтам, підвищує конкурентоспроможність й інвестиційну привабливість.

Цифрова трансформація в організації передбачає фундаментальні зміни в таких сферах як бізнес-модель компанії, її ключові бізнес процеси, клієнтський досвід. Серед найбільш розповсюджених підходів до цифрової трансформації організації можна виділити наступні: *концепція 7S розроблена консалтинговою компанією McKinsey* – процес розбивається на сім ключових елементів: стратегію, структуру, системи, спільні

цінності, навички, стиль і персонал; *чотири стовпи цифрової трансформації*, розроблена професорами провідної бізнес-школи INSEAD –передбачає, що цифрова трансформація може сприяти розвитку ІТ, оцифруванню операцій, цифровому маркетингу та створенню нових підприємств, а вибір початкового етапу залежить від цифрової зрілості та ресурсів організації; *5 етапів цифрової трансформації* від цифрового футуролога Браян Соліса – процес цифрової трансформації розбивається на п'ять етапів: від прийняття єдиного мислення клієнта до прийняття робочого місця, орієнтованого на співробітників [2]. На успішність цифрової трансформації за будь-якого підходу впливає правильність вибору цифрових технологій, оптимізація операційної діяльності щодо складу й кількості операцій, консолідація даних, відповідні зміни в організаційній культурі та наявність чіткої дорожньої карти цифровізації.

Цифрова трансформація організацій має значні переваги (економія часу, зростання гнучкості бізнесу та продуктивності, скорочення трансакційних витрат та полегшення прийняття рішень та ін.), але й ризики та виклики (технічні, організаційні, культурні, безпекові), що потребує подальших досліджень.

Література

1. Вергал К. Загрози та ризики цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4, С. 295.
2. Digital Transformation 101: How to digitally transform your business. URL: <https://monday.com/blog/work-management/digital-transformation/>

CPA як метод залучення нових клієнтів

У сучасному конкурентному середовищі залучення нових клієнтів стає все більш складним завданням. Традиційні підходи, які передбачають використання телебачення, радіо, друкованих видань, втрачають свою ефективність, в той час, як актуальна для більшості компаній омніканальна стратегія потребує дієвих рішень із використанням широких можливостей для комунікації з клієнтом. Ефективним інструментом за даних умов виступають CPA-мережі, дозволяючи забезпечити стійке зростання кількості нових клієнтів та замовлень.

Абревіатура терміна CPA розшифровується, як Cost Per Action та перекладається, як «оплата за дію». Такими діями можуть бути завантаження додатка, реєстрація на сайті або ж здійснення замовлення. CPA-мережі слугують платформою, що об'єднує рекламодавців, зацікавлених у залученні нових клієнтів, та вебмайстрів, які володіють цільовою аудиторією [1, с. 158].

Модель CPA вигідна вебмайстрам, оскільки вони отримують прибуток від оплати за цільові дії на їх сайті. Рекламодавці ж отримують рекламний майданчик, який є кращим з погляду співвідношення витрат та отриманого результату, оскільки цільові дії легше відстежувати й, в кінцевому підсумку, вони приносять більший прибуток, ніж модель з оплатою за клік. Основу ефективності в CPA-мережах формує контент-стратегія, яка забезпечує привернення уваги та утримання аудиторії. Створення цікавого та виразного контенту сприяє підвищенню конверсії та покращенню репутації бренду.

До основних переваг CPA-мереж відносять забезпечення доступу до великої кількості партнерів, можливість отримання найбільшої кількості трафіка і лідів завдяки роботі партнерів, урахування усіх каналів та пристроїв переходу до мережі, економічна ефективність досягається при налаштуванні партнерської кампанії [2, с. 189]. Окрім того, суттєвою перевагою є, те що оплата за послуги CPA-мережі відбувається лише за вже чітко виконані дії, зокрема заповнення анкети, участь в опитуванні тощо [3], а не за покази або кліки, що дає

змогу максимально ефективно використовувати обмежений бюджет. Завдяки отриманій статистиці, кампанії можуть гнучко налаштуватися для охоплення лише цільової аудиторії.

Серед основних недоліків застосування CPA-мереж для омніканальних кампаній варто виділити складнощі налаштування з метою уникнення переплати або недоотримання цільових дій, адже визначення оптимальних ставок CPA потребує глибокого розуміння ринку, продукту, цільової аудиторії та інших факторів. Поряд з тим існує ймовірність шахрайства, реалізованого найнятими фрілансерами та створеними спеціальними ботами, які переходять на цільові сторінки та імітують дії реальної людини [4], тим самим завищуючи показники успішних дій.

До недоліків також відносять відсутність можливості прямої співпраці рекламодавців з вебмайстрами, оскільки в більшості випадків необхідно залучати підрядників для співпраці. Також наголосимо на проблемах інтеграції рекламодавця та вебмайстра через необхідність залучення ресурсу ІТ-програмістів.

Отже, CPA-мережі – це не просто метод привернення уваги нових клієнтів, а інструмент забезпечення динамічного зростання їх кількості. Завдяки широкому охопленню аудиторії, точному таргетуванню, прозорості та гнучкості, CPA-мережі дозволяють значно збільшити обсяги продажів, підвищити конверсію та оптимізувати рекламні витрати, забезпечуючи стійке закріплення та покращення конкурентних позицій.

Література

1. Височин Ю.В. Аналіз видів бізнесу в Інтернеті. *Вісник Університету «Україна»*. 2016. № 1 (18). С. 155-159.
2. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна, І.А. Педько, О.О. Фомін, О.І. Златова, М.П. Чайковська, О.П. Чукурна, О.О. Романенко, В.М. Неткова, Д.С. Яшкін. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.
3. Що таке CPA-мережі, як в них працювати. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/cpa-merezhi>
4. Що таке CPA-мережі? URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/chto-takoe-cpa-seti/#cpa-ta-shahrayi>

Поділ і кооперація праці та їх значення для підприємства

Поділ і кооперація праці є актуальною темою для підприємств у зв'язку з постійно зростаючою складністю виробничих процесів та потребою в ефективному використанні ресурсів. Застосування цих принципів дозволяє оптимізувати робочі процеси, підвищувати продуктивність та знижувати витрати на виробництво, що сприяє зростанню конкурентоспроможності підприємства.

Питання поділу і кооперації праці досліджували такі науковці, як А. Сміт, К. Маркс, Ф. Тейлор, В. Парето та інші. Кожен з них зробив свій внесок у розуміння та розвиток цих концепцій у контексті економіки та організації праці.

Поділ може мати різноманітні форми та виявлятися на різних рівнях – між галузями економіки, всередині галузей та в межах самого підприємства [1]. Наприклад, деякі працівники можуть бути спрямовані на виробництво основної продукції, тоді як інші забезпечують необхідні умови для безперебійної роботи цих працівників.

У практиці виділяють кілька основних видів поділу праці на підприємстві, включаючи технологічний, коопераційний, функціональний, професійний та кваліфікаційний поділ [2]. Кожен з цих видів має свої особливості та застосовується залежно від конкретних виробничих умов та потреб підприємства.

Технологічний поділ праці – розподіл виробничих операцій. Може охоплювати автоматизацію, спеціалізацію та координацію різних етапів виробництва.

Коопераційний поділ праці – співпраця та взаємодія між різними працівниками або групами людей. Дозволяє ефективно використовувати ресурси та збільшувати продуктивність.

Функціональний поділ праці – це організаційна структура, при якій різні функції або види робіт розділені між спеціалізованими підрозділами або відділами в організації.

Дозволяє забезпечити ефективну спеціалізацію, розподіл обов'язків та координацію в робочих процесах.

Основні робітники беруть участь у прямому виробництві, а допоміжні – створюють умови для них. Розвиток техніки, організація виробництва та спеціалізація впливають на кількість допоміжних робітників.

Професійний поділ праці – розподіл робочих обов'язків і функцій на основі професійних навичок та кваліфікації працівників. Сприяє ефективному використанню талантів і навичок працівників у виробничому процесі.

Кваліфікаційний поділ праці – розподіл завдань та обов'язків на основі рівня кваліфікації працівників. Дозволяє ефективно розподіляти [2].

Також, кооперація між працівниками на підприємстві є не менш важливою для забезпечення ефективності виробничих процесів. Кооперація передбачає організовану взаємодію між окремими працівниками, колективами та структурними підрозділами підприємства з метою досягнення спільної мети та оптимізації виробничих процесів [2]. Це може бути спільне планування та координація робіт, обмін досвідом та знаннями, а також взаємопідтримка між працівниками. Серед різних форм колективної організації праці найважливішими є групові форми, зокрема, виробничі бригади. Бригада являє собою об'єднання працівників з точки зору організаційно-технологічних та соціально-економічних аспектів.

Отже, поділ та кооперація праці на підприємстві сприяють оптимізації виробничих процесів, підвищенню продуктивності та якості виробництва, а також покращенню соціально-трудових відносин між працівниками.

Література

1. Будеев І.П. Суспільний поділ праці в сучасній економіці: стан та напрями розвитку. *Економічний вісник Донбасу*. № 1(67), 2022. С. 4-15.
2. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / Л.М. Ільїч, О.В. Акіліна К.: Київський ун-т ім. Бориса Грінченка, 2020. 952с.
[URL:https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33738/1/Akilina_L_Illich_EP_pi_druch_FITU.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33738/1/Akilina_L_Illich_EP_pi_druch_FITU.pdf)

Вплив війни на іноземне інвестування в економіку України

Розуміння інвестування, та його динаміки неможливе без визначення сутності інвестиційного ринку. У загальному інвестиційний ринок — це економічні відносини між покупцем і продавцем інвестиційних послуг. Ринок інвестицій функціонує виключно тоді, коли в економіці діють принципи вільної конкуренції [1]. Інвестування – важливий аспект економічного зростання будь-якої країни. Причому саме іноземні інвестиції є рушієм розвитку високотехнологічних і високопродуктивних видів підприємницької діяльності [2]. Також, завдяки створенню нових підприємств чи організацій, зростає кількість робочих місць, завдяки чому більша частка населення отримує роботу і, як наслідок, дохід від неї. А це забезпечує бюджет держави податковими надходженнями. Однак іноземні інвестиції можливі виключно тоді, коли в країні зберігається сприятливий інвестиційний клімат [2]. Показники інвестицій в економіку України є доволі незначними. Спричинено це, насамперед, активними військовими діями, які продовжуються вже понад два роки. Хоча в 2023 р. обсяг інвестицій становив 4,1 млрд дол. США, він не досяг довоєнного рівня (наприклад, у 2021 р. прямі іноземні інвестиції становили 6,7 млрд дол. США [3].

Наразі економічна ситуація в нашій державі неприваблива для іноземних інвесторів через ряд причин, перша з яких – війна. Через військові дії було сильно пошкоджено і знищено щонайменше 426 середніх і великих підприємств [4]. Саме знищення фірм та інфраструктури відлякує інвесторів у тому плані, що тепер немає джерел ресурсів для можливої виробничої діяльності. При цьому система страхування від воєнних ризиків на території України практично не розвинута.

Також через військові дії надзвичайно порушені логістичні можливості. Так, немає можливості здійснювати повноцінну торговельну діяльність через море. Ця обставина, на нашу думку, найбільше впливає на зменшення інвестицій. Адже, як відомо майже всі підприємства і організації, що були побудовані та ведуть

свою діяльність завдяки іноземним інвесторам були першопочатково спрямовані саме на експортну діяльність, а торгівля через море є найдешевшим видом торгової діяльності. Також через дії агресора знищено велику кількість доріг, які мали міжрегіональне значення. Оскільки ремонт таких доріг в даних умовах зробити дуже важко, а небезпека повторного пошкодження транспортних шляхів на суходолі зберігається, то транспортне забезпечення можливих підприємств буде дуже важко реалізувати.

Зауважимо, що більша частина привабливих джерел природних ресурсів, насамперед, корисних копалин у нашій державі розташована на території, яка є зоною військових дій, або ж розташована близько до неї. Через таке географічне розташування ресурсів, Західна Україна рідко цікавить іноземних інвесторів.

Отже, іноземні інвестиції дуже динамічні та залежать від певного ряду факторів. На жаль, в Україні домінантним фактором стала війна. Саме через військові дії відбувається значне зниження інвестиційної привабливості нашої держави. А це означає, що для успішної післявоєнної відбудови національної економіки необхідно розвивати внутрішнє інвестування. Необхідно забезпечити доцільне використання інвестиційних ресурсів і обмежити канали відтоку капіталу з держави. Такі заходи допоможуть повернути економіку України на шлях розвитку та дадуть можливість створити привабливий інвестиційний клімат.

Література

1. Камінський Л.Ю. Перспективи інвестування в Україну в період війни. 2024. С. 27. URL : <http://surl.li/qxglx> (дата звернення: 23.04.2024).

2. Сивик І.Р., Лакіза В.В. Масштаби, тенденції і проблеми іноземного інвестування в Україну. 2023. С. 140-141. URL : <http://surl.li/qxgmd> (дата звернення: 23.04.2024).

3. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну : *Мінфін*. URL: <http://surl.li/apzxp> (дата звернення: 23.04.2024).

4. Прямі збитки від агресії РФ за час повномасштабної війни сягнули \$150 млрд : *KSE Institute*. URL : <http://surl.li/qxgmi> (дата звернення: 23.04.2024).

Роль податкової політики в забезпеченні економічної безпеки держави

Економічна безпека важлива для функціонування держави. Актуальність її забезпечення зросла в умовах повномасштабної війни РФ проти України. Адже вона визначає такий стан «фінансової, податкової, грошово-кредитної, бюджетної та податкової систем, що характеризувався б збалансованістю, стійкістю до внутрішніх та зовнішніх чинників та спроможністю забезпечити ефективне функціонування економічної системи держави та її зростання» [1, с. 121].

В забезпеченні економічної безпеки важливою є податкова політика, а саме ті напрямки, які держава обирає ключовими на певному проміжку часу. При економічній нестабільності, яка пов'язана з військовими діями, вона набуває ще більшого значення. Здійснення податкової політики в умовах нестабільності – це «спроможність використовувати податки для досягнення балансу між виконанням завдань фінансової консолідації та створенням умов для економічного розвитку» [2, с. 44]. Дане трактування має сенс, адже з початку війни – 24 лютого 2022 року, держава намагається проявляти гнучкість у податкових відносинах, впроваджуючи різні преференції для роботи бізнесу в складних умовах. Це і є зв'язок між податковою політикою та економічною безпекою.

Через війну значно звузилася податкова база доходів держави, що негативно вплинуло на податкову та економічну безпеку в цілому. Так, у 2022 р. в порівнянні з 2021-м сума податкових надходжень до бюджету знизилася на 15%, що стало наслідком зовнішньої та внутрішньої міграції населення, яка супроводжувалася втратою робочих місць, закриттям бізнесів, наданням вагомих податкових пільг.

Для підвищення рівня податкової безпеки доцільно посилити функціональну спроможність для протидії ухиленню від оподаткування (через офшорні сфери, порушення митних правил, конвертаційні центри, незаконне виробництво та

зловживання спрощеною системою оподаткування). Важливо впорядкувати діючі й надати нові податкові пільги, які б сприяли становленню інвестиційно-інноваційної моделі національної економіки.

Дослідження ролі податків у забезпеченні економічної безпеки держави дозволяє виявити їхній як позитивний (зростання економічного потенціалу держави), так і негативний (недоотримання доходів бюджетами, криміналізація податкових відносин, зростання кризи податкової системи) вплив. Тобто різні умови оподаткування можуть сприяти чи перешкоджати економічному розвитку країни, що, якраз, і впливає на її економічну безпеку.

Податкова система займає провідне місце в системі економічної безпеки України, адже є ключовою у забезпеченні сфер суспільного життя (в т.ч. оборони країни). Роль податків найбільше відкривається через їх регулятивну функцію, що полягає в здатності оподаткування до координації, узгодження та організації соціальної взаємодії. Тому податки часто називають «вбудованим регулятором», і використовують для забезпечення економічної безпеки національної економіки. Саме податкове регулювання здатне прискорити або ж загальмувати економічний розвиток в окремих галузях, на територіях чи в країні в цілому.

Отже, податки займають вагоме місце в системі економічної безпеки, тому що вони є не тільки джерелом забезпечення більшості складових системи економічної безпеки, але й інструментом впливу на економічні, соціальні процеси та залежність функціонування держави від платників податків.

Література

1. Колісник А. С. Податкова безпека як складова економічної безпеки держави. *Економічна безпека: міжнародний на національний рівень*: матеріали I-ої науково-дослідної конференції (27 травня 2022 року). Харків: НДІ ПЗІР НАРрН України, 2022. С. 120-125.
2. Соколовська А. М. Формування податкової політики в умовах невизначеності. *Фінанси України*. 2012. № 11. С. 44–51.
3. Мінфін: офіційний сайт. URL: <https://minfin.com.ua> (дата звернення: 23.02.2024)

Вплив росії на економіку України

Протягом багатьох років Україна переживала вплив різних держав, але найбільш суттєвий вплив на економіку країни мала саме держава-агресор. З моменту набуття незалежності Україною у 1991 році, присутність російського фактору в економіці завжди відчувалася, а економічний вплив росії не тільки не зменшувався, а навіть зростав.

Мета роботи – розглянути шляхи, через які росія впливає на економіку України, та оцінити (наскільки це можливо) наслідки такого впливу.

До повномасштабного вторгнення економіки двох держав були тісно пов'язані багатьма чинниками, а саме: торговельними зв'язками, енергетичним сектором, інвестиціями та політичним тиском. росія була одним із найбільших торговельних партнерів України, але конфлікт на Сході України та анексія Криму призвели до зниження обсягів торгівлі між країнами. Це спричинило значні економічні втрати для України, зокрема в сфері експорту та імпорту товарів. У 2021 році Україна посідала 15-те місце у зовнішній торгівлі росії – її частка становила майже 2%, торговельний обіг між країнами перевищував 12 млрд доларів [1].

На жаль, наше суспільство, політика та економіка, після здобуття незалежності, орієнтувалась на покращення російського добробуту. Про це свідчать, як мінімум, Масандрівські угоди, тобто розподіл Чорноморського флоту, за яким лише 18,3% суден надходило до Військово-морських сил ЗСУ. Зрозуміло, що така залежність вигідна для російської влади, оскільки це є хорошим способом просувати проросійські політичні рішення.

Наступним етапом контролю економіки нашої держави стали газові конфлікти, які відбувались протягом довгого періоду. Газова війна, яку росія веде проти Європи, – це різновид терору, в першу чергу стосовно українців [2]. Залежність від російського газу створює економічні ризики і обмежує можливості для диверсифікації енергетичних джерел.

Окрім цього, неодноразово росія розпочинала торговельні війни, за допомогою яких накладали обмеження на українські товари. Ці війни нанесли тяж масового удару по економіці України, оскільки експорт є одним з основних чинників формування доходу. Хоча, поза сумнівом, були спроби відмовитись від російського впливу. Такі події, як: Помаранчева революція, Революція гідності, Майдан залишили вагомий слід і вплинули на історію та економіку України. Після цих подій втручання росії значно зменшилось. Так, обсяг російських активів в Україні скоротився з \$20,8 млрд у 2013-му до \$8,7 млрд у 2018-му, виручка російських компаній за цей час упала вдвічі до \$8,8 млрд, кількість українців, які працюють в російських компаніях, знизилася з майже 135 000 до 103 000 [3]. Обсяги торгівлі між країнами зменшилися, як мінімум, утричі.

Але чи правда це? Насправді частина російського капіталу в Україні прихована через офшорні схеми або шляхом використання підставних бенефіціарних власників. Приблизно половина всіх російських інвестицій в Україну була здійснена безпосередньо з росії.

Отже, вплив росії на економіку України – складне та суперечливе явище, яке потребує уважного аналізу та розуміння для розвитку ефективних стратегій управління економічними ризиками. Зараз у нас на меті створити нову Україну з власною культурою, суверенітетом, мовою, а головне – з окремою економікою, на яку ніхто не впливатиме.

Література

1. Які економічні відносини Україна і Росія зберегли після початку війни? Офіційний сайт BBC news. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65121121> (дата звернення: 17.02.2024р.)

2. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: <https://president.gov.ua/news/gazova-vijna-yaku-rosiya-vede-proti-yevropi-ce-riznovid-tero-76669> (дата звернення 20.02.2024р.)

3. Економічний вплив росії на Україну: зник чи заховався? Офіційний сайт центру економічної стратегії. URL: <https://ces.org.ua/russian-economic-influence-on-ukraine/> (дата звернення 21.02.2024р.)

Механізм забезпечення конкурентних переваг підприємства роздрібно́ї торгівлі

Роздрібна торгівля відіграє важливу роль у сучасній економіці, забезпечуючи споживачам доступ до різноманітних товарів та послуг. Роздрібна торгівля сприяє ефективній дистрибуції та забезпеченню зручностей для клієнтів. Однак для отримання успіху у цій сфері, підприємству недостатньо пропонувати товар з винятковими характеристиками за доступними цінами.

Важливим фактором успіху є конкурентні переваги. Забезпечення конкурентних переваг у сфері роздрібно́ї торгівлі може залежати від різноманітних чинників. Виділяють дев'ять основних таких чинників:

- розуміння споживачів;
- впровадження системи лояльності;
- ефективне управління запасами;
- технологічні інновації;
- ефективна логістика;
- висока якість обслуговування;
- цінова стратегія;
- ефективний маркетинг та брендинг;
- сучасний дизайн та ретельно підібраний асортимент;

Саме ці чинники визначають успіх підприємства та його позицію на ринку [1]. Загальний успіх підприємства в роздрібній торгівлі залежить від інтеграції цих чинників у єдину стратегію, яка враховує унікальні особливості ринку та потреби споживачів. Підтримання та адаптація до змін допоможуть забезпечити стійкість та конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі

Механізм забезпечення конкурентних переваг підприємства є багатостороннім процесом, що містить комплекс інструментів, за допомогою яких компанія може утримувати вищий рівень конкурентоспроможності на ринку. Механізм забезпечення конкурентних переваг включає декілька основних етапів [2]:

- ідентифікація потреб споживача, що може відбуватись шляхом проведення анкетування та опитувань для збору повної інформації про потреби та пріоритети споживачів;

- діагностика ринку, тобто аналіз діяльності конкурентів та визначення їх сильних та слабких сторін, виявлення зовнішніх можливостей та загроз;

- оцінка сильних сторін підприємства та виявлення конкурентних переваг (ними можуть бути унікальні продукти, новаторські технології, унікальні бонусні програми для споживачів);

- аналіз і розвиток компетенцій підприємства, тобто пошук висококваліфікованих працівників та удосконалення виробничих та управлінських процесів для підвищення ефективності діяльності підприємства;

- визначення потенціалу виробництва передбачає оцінку належного використання ресурсів та зменшення витрат, а також здатність швидко реагувати на зміни у попиті та технологічних трендах;

- вибір форми та способу забезпечення конкурентних переваг;

- досягнення конкурентної переваги передбачає реалізацію усіх планів та стратегій, їх постійну оцінку та аналіз, а також їх коригування за потребою.

З метою утримання конкурентної переваги необхідно постійно впроваджувати нововведення, щоб зберігати свою актуальність на ринку та оптимізувати процеси задля збереження ефективності.

Література

1. Гончаров Ю. В., Куппер О.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка». 2017. Т.27. № 1. С. 178-181.*

2. Іванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. 384 с.

ТНК та їхній вплив на глобальну економіку

Транснаціональні корпорації (ТНК) стали домінуючими гравцями у світовій економіці, отримавши значний вплив поза національними кордонами. Це зростання впливу пояснюється кількома факторами, зокрема глобалізацією, технологічним прогресом і зменшенням регуляції ринків. Із розширенням корпораціями своєї території, занепокоєння щодо їхнього впливу на міжнародну політику та встановлення монополій стають дедалі виразнішими.

Глобалізація сприяла розширенню ТНК, руйнуючи міжнародні бар'єри для торгівлі та інвестицій, дозволяючи корпораціям безперешкодно працювати в багатьох країнах. Технологічний прогрес, зокрема у сфері комунікацій та транспортування, ще більше прискорив цей процес, дозволивши ТНК відносно легко координувати складні операції в глобальному масштабі [1]. Крім того, зменшення регуляції ринків надала ТНК більшу гнучкість і автономію, дозволяючи їм проводити стратегії максимізації прибутку з мінімальним втручанням уряду. Зростання впливу ТНК у міжнародній політиці викликає занепокоєння багатьох науковців [2].

Оскільки корпорації накопичують багатство та владу, вони часто прагнуть впливати на політику та законодавство, щоб задовольнити власні фінансові інтереси. Цей вплив може проявлятися через лобіювання та внески в кампанії політичних партій і їхніх членів. Завдяки подібним заходам та можливостям, ТНК можуть використати зв'язки при владі та свої важелі впливу щоб добитися вигідних для корпорації рішень або умов діяльності. ТНК можуть підрвати демократичні процеси і віддати пріоритет прибутку над суспільним благом. Крім того, концентрація економічної влади в руках ТНК створює загрозу здоровій конкуренції та добробуту споживачів. Зі збільшенням ТНК своєї частки на ринку і придбанням менших конкурентів, вони можуть прагнути створити монополії або олігополії в ключових галузях. Така

концентрація влади дозволяє ТНК контролювати ціни, обмежувати вибір споживачів і пригнічувати інновації [2]. Крім того, монополістична практика може призвести до економічної нерівності, оскільки ТНК отримують ренту від споживачів і працівників, ухиляючись від конкуренції. Домінуючи в основних галузях економіки країн, таких як енергетика, фінанси та телекомунікації, ТНК можуть здійснювати непропорційний вплив на національну економіку та формувати свій курс глобального зростання. Така концентрація економічної влади посилює розбіжності між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, оскільки ТНК використовують лазівки в законодавстві та застосовують практики підкупу і лобіювання, щоб максимізувати прибутки за рахунок вразливих верств населення.

Отже, зростання транснаціональних корпорацій має глибокі наслідки для міжнародної політики та економічного управління. Хоча ТНК відіграють вирішальну роль у сучасній глобальній економіці та формують велику частину інновацій [3], їхній безконтрольний вплив може створити значні ризики для демократії, здорової конкуренції та сталого розвитку. Вирішення цих викликів потребує скоординованих дій урядів, громадянського суспільства та міжнародних організацій для забезпечення того, щоб ТНК працювали в етичних і нормативних рамках, які віддають перевагу інтересам суспільства в цілому.

Література

1. Хоменко І. Особливості впливу транснаціональних корпорацій на конкурентне середовище в економіці // Підприємництво, господарство і право. №2. 2008. С. 159-162.
2. Pike R. M., Stiglitz J. Globalization and Its Discontents. *Canadian Journal of Sociology / Cahiers canadiens de sociologie*. 2004. Vol. 29, no. 2. P. 321. URL: <https://doi.org/10.2307/3654702>.
3. Прохорова М.Е. Особливості та тенденції розвитку процесів транснаціоналізації в XXI столітті // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2015. № 2. С. 88–98.

Реінжиніринг як метод управління ризиками

Сьогодні реінжиніринг бізнес-процесів розглядається як один із методів інноваційного розвитку суб'єкта господарювання. Його впровадження має на меті підвищення ефективності ведення бізнесу.

Реінжиніринг бізнес-процесів розглядається як система ґрунтовних перетворень бізнес-процесів, які сприяють виходу організацій з кризової ситуації, прискоренню адаптації до зміни ринкових умов [1, с.65].

Реінжиніринг має широке поширення у зарубіжних страхових компаніях. Зазначимо, що у працях вчених реінжиніринговому підходу приділено недостатньо уваги, що може бути серйозною причиною не значного поширення даного методу у вітчизняній практиці.

Основною метою реінжинірингу бізнес-процесів є перехід від вузького поділу праці за операціями до виробничих процесів в цілому. Насамперед слід розглянути основні бізнес-процеси страхової компанії, а саме: маркетинг, розробка страхових продуктів, продаж страхових продуктів, андерайтинг, страхове обслуговування, урегулювання страхових випадків.

У результаті проведення реінжинірингу бізнес-процесів, зв'язок їх буде інноваційним, тобто підрозділи будуть ланками одного «ланцюжка». Тобто при реінжинірингу відбувається поділ функцій, створюються спеціальні підрозділи до виконання певних завдань, і навіть формуються горизонтальні зв'язки всередині страхових компаній. Все це дозволяє чітко розмежувати департаменти один від одного [2].

Отже, за допомогою реінжинірингу страхові компанії можуть уникнути лінійної схеми управління процесами та оптимізувати їх структуру. При цьому реінжиніринг торкається не тільки внутрішнього вигляду компанії, але також і зовнішнього, змінюючи компанію в очах клієнтів. Реінжинірингова компанія дозволяє задовольнити потреби клієнтів, що призводить до стимулів потенційного страхувальника вибрати саме цю

компанію. Таким чином, реінжиніринг може підвищити якість обслуговування клієнтів, що призведе до підвищення обсягів продажу та, відповідно, доходів компанії.

Безперечно, реінжиніринг бізнес-процесів впливає і на ризик-менеджмент компанії. Висока схильність страховиків до ризиків вимагає постійного відстеження характеру та наслідків ризиків дедалі актуальнішим. Як відомо, проблеми управління ризиками у страховиків зводяться до управління фінансової стійкістю. У свою чергу, управління фінансовою стійкістю передбачає і вирішення завдань забезпечення конкурентоспроможності [3, с.45]. При цьому динамічний характер страхового ринку зумовлює розробку страховими компаніями ефективної стратегії ризик-менеджменту за допомогою концепції реінжинірингу.

Насамкінець зазначимо, що реінжиніринг страхової компанії – досить складний процес, який складається з багатьох етапів і, відповідно, призводить до кардинальних змін у діяльності всієї компанії. Цей інноваційний процес відображає реакцію компанії до змін у зовнішніх умовах ведення бізнесу і може зіграти першорядну роль у стратегічному управлінні організацією.

Література

1. Мельник А.О., Соловйова Т.М. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах. *Економічний форум*. 2020. №3. С.63-70
2. Реінжиніринг та комплексна автоматизація бізнес-процесів – шлях до підвищення інвестиційної привабливості та капіталізації страхової компанії. URL: <https://forinsurer.com/public/06/11/24/2805>
3. Бугров О.В., Бугрова О.О., Лук'янчук І.О. Страхування в системі управління ризиками компанії. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №1. С.41-47

Богдана Соловка
Науковий керівник – доц. Заволічна Т.Р.

Жіноче лідерство в сучасному менеджменті

У сучасному світі жіноче лідерство стає все більш актуальним і визнається важливим ресурсом для розвитку суспільства. Жінки-лідери роблять значний внесок у різних сферах, включаючи політику, бізнес, науку та громадську діяльність. Вони демонструють свою ефективність у вирішенні складних проблем та забезпеченні сталого розвитку, виступають за рівність і справедливість та демонструють, що жінки мають потенціал і здатність впливати та змінювати суспільство на краще.

Сьогодні про зростання суспільно-політичної активності жінок свідчить збільшення кількості жіночих політичних партій та неполітичних організацій, а також зростання жіночого руху в Україні. У цих процесах питання жіночого політичного лідерства набуває все більшого значення. Згідно з глобальним звітом про гендерний розрив, (англ. Global Gender Gap Report) у 2023 році Україна посіла 66-те місце зі 146 країн, що значно більше, ніж у 2022 р., коли вона була 81-шою [1].

Гендерній рівності сприяє розширення можливостей для створення бізнесу. За 2023 рік 56% новостворених бізнесів – підприємства, які започаткували жінки, і це рекордний показник за всю історію України. [2]. Навіть в умовах війни Україна працює над досягненням гендерної рівності та приведенням національних законодавчих норм у відповідність до європейських стандартів.

Українські жінки керують цілими галузями, волонтерять у гарячих точках, збирають кошти на зброю та спорядження, гідно представляють Україну на міжнародних майданчиках. Кожна з них робить більше, ніж могла собі уявити. Жіноче лідерство стало одним з найпотужніших інструментів для боротьби країни в цілому. Одним з безлічі прикладів жіночого лідерства є перша

леді України – Олена Зеленська, яка керує благодійним фондом «Фундація Олени Зеленської», що спрямований на гуманітарну допомогу українцям, відновлення шкіл і лікарень. Ще один приклад жіночого лідерства, більш локальний, це Катерина Пономарьова – керівниця громадської організації та благодійного фонду «Волонтерський рух Буковини». Ці два приклади несхожі один на одного та діють на різних рівнях, але їх об'єднує одна мета – сміливість та рішучість засновниць, які хочуть покращити життя інших і зробити свій внесок у розвиток держави. Згідно зі словами Юлії Жовтяк, директорки державної служби зайнятості – «культура лідерства – це завжди вибір діяти, а не проходити повз».

Тому жіноче лідерство в сучасному контексті є надзвичайно важливим і має значний вплив на розвиток суспільства та побудову гармонійних. Це особливо важливо для України в контексті викликів, таких як війна, політична та економічна нестабільність.

Література

1. Досягнення й проблеми гендерної рівності в Україні. URL: <https://www.eop.org.ua/dosyagnennya-j-problemi-gendernoyi-rivnosti-v-ukrayini/> (дата звернення – 8.03.2024 р.)

2. Не «берегиня», а воїнка й творчиня: що обговорювали на жіночому конгресі. URL: <https://50vidotkiv.org.ua/ne-beregynya-a-voyinka-j-tvorchynya-shho-obgovoryuvaly-na-zhinochomu-kongresi/> (дата звернення – 9.03.2024 р.)

3. Жіноче лідерство: на шляху відновлення України". URL: <https://50vidotkiv.org.ua/ne-beregynya-a-voyinka-j-tvorchynya-shho-obgovoryuvaly-na-zhinochomu-kongresi/> (дата звернення – 9.03.2024 р.)

Конкуренція та її вплив на розвиток підприємницької діяльності

Умови жорсткої конкуренції визначають хід діяльності підприємств як активних учасників ринкових відносин. Саме на конкурентному ринковому полі підприємства стикаються з викликами, що стимулюють їх економічний розвиток. Це конкурентне середовище виступає каталізатором як для індивідуального зростання окремого підприємства, так і для загального прогресу суспільства.

Конкуренція є динамічною силою, що визначає та підтримує соціальний та економічний прогрес. Економічною теорією конкуренція визначається як «економічне змагання за досягнення вищих результатів у галузі будь-якої діяльності, боротьба товаровиробників за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів, одержання максимального прибутку» [1, с. 88]. У ході еволюції теоретичних уявлень про конкуренцію стало очевидним, що це поняття досить складне і багатогранне. Ця складність визначення конкуренції пояснюється наявністю різних тлумачень та визначень даного терміна.

Конкуренція виступає ключовим елементом будь-якої ринкової системи господарювання. Для ефективного розвитку підприємницького сектору надзвичайно важливо мати значну кількість підприємств, які виявляють інноваційний підхід у своїй діяльності, а також наявність різноманітних ринків для товарів та послуг. Розвиток підприємництва стає успішним, коли відбувається активна конкуренція, сприяючи створенню умов для новаторства та різноманітності на ринку. Постійний розвиток конкурентного оточення, в якому підприємництво є необхідною складовою, став ключовим фактором для економічного зростання держави та раціонального використання її ресурсів. Узагальнено підприємництво можна визначити як унікальну форму економічної діяльності, орієнтовану на виконання конкретних видів діяльності з метою отримання

найвищого можливого прибутку при мінімізації виробничих витрат. Конкуренція спонукає виробників впроваджувати новаторські процеси та технології виробництва для зниження витрат. Це призводить до підвищення якості продукції та привертає увагу нових клієнтів, що в результаті сприяє зростанню їхніх прибутків. У конкурентному середовищі завжди виявляється конкурентоспроможність на різних рівнях, що треба враховувати при реалізації стратегій управління.

Конкурентна перевага представляє собою ключовий елемент конкурентоспроможності компанії, що дозволяє ефективно та результативно здійснювати підприємницьку діяльність. Ця перевага виявляється у тому, наскільки ліпше компанія може виробляти товари чи надавати послуги, ніж її конкуренти, що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню прибутковості, створенню цінності та забезпеченню стійкості підприємства, навіть у складних умовах економічних криз [2].

Підбиваючи підсумок вищесказаного, відзначимо, що підприємництво і конкуренція є складними та багатограними явищами, які виступають ключовими рушійними силами в ринковій економіці. Проблеми, пов'язані із розвитком конкуренції, вивчаються економістами як на міжнародному рівні, так і в нашій країні. Однак на сучасному етапі еволюції економічних систем важливо не лише правильно оцінювати взаємодію конкуренції та підприємництва, а й ефективно впроваджувати отримані знання на практиці в усіх сферах господарювання. Великою проблемою багатьох країн сьогодні є вибір найбільш прийнятної форми конкуренції для своїх підприємств і в цілому для держави.

Література

1. Економічна теорія: навчальний посібник. Укл. М. І. Колосінська, С. І. Белей, С. В. Бойда. Чернівці: Чернівець. нац. унів-т., 2021. 200 с..
2. Kyle Peterdy. What is Competitive Advantage? URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/competitive-advantage/> (дата звернення: 28.02.2024).

Вплив війни на міграційні процеси та робочу силу

Масова міграція українців внаслідок російської агресії стала серйозним викликом як для України, так і для країн-партнерів, які прийняли мільйони біженців. Ця ситуація породжує економічні та гуманітарні проблеми, які потребують негайного розв'язання. Незважаючи на велику кількість даних, точно визначити кількість українців, які зараз перебувають за кордоном, неможливо. Проте очевидно, що ця кількість невпинно зростає через постійний терор з боку агресора. Це може призвести до того, що чисельність населення України скоротиться до 35 млн. осіб.

Уже на початку 2022 року, за оцінками Євростату, населення України складало 41 млн. осіб, а за даними Світового банку у 2021 році в країні проживало 43,8 млн. осіб. ООН також наводила приблизно такі ж цифри. Це означає, що протягом останніх 30 років населення України зменшилося на понад 8 млн. осіб. Вторгнення РФ спричинило серйозну депопуляцію та демографічну катастрофу, призвівши до тисяч загиблих та поранених, зниклих безвісти, мільйонів ВПО та мігрантів.

Більш як половина українців, які перебувають за кордоном, знаходяться у трьох основних країнах: Польщі, Німеччині та США. Також значна кількість українців перебуває у Чехії, Італії, Канаді, Іспанії, Англії та Ізраїлі. Близько 63% українців за кордоном є повнолітніми, 22 % – діти до 18 років, а вік 15 % осіб не вказаний. Тільки 1 з 16 українців за кордоном зареєстрований на консульському обліку. На 21 червня 2023 року таких громадян було трохи більше 493 тис. і 88% з них є повнолітніми. Ця інформація свідчить про те, що понад 20% населення України станом на 24.02.2022 року перебуває за кордоном через воєнний конфлікт. Також, один з трьох респондентів (32%), які були змушені залишити Україну через війну, виразили свій намір повернутися додому, як тільки з'явиться така можливість. 10% зовнішніх мігрантів вважають, що їхня мандрівка за кордон була назавжди. Більшість із них – молоді люди віком від 25 до 34 років,

які походять з західних областей України. Тим часом, 47% ще не вирішили, чи повернуться вони назад в Україну. Ця кількість зросла удвічі порівняно з попередніми дослідженнями у липні 2022 року (24%).

Найбільший вплив міграція має на економіку України: з одного боку, це дефіцит робочої сили в деяких галузях економіки (наприклад, будівництво, сфера послуг, аграрна промисловість та інші галузі), які можуть стикатися з відсутністю кваліфікованих працівників. З іншого боку, є й позитивні аспекти, такі як, можливість мігрантам набути нові навички та досвід, які вони можуть принести назад в Україну. Це може сприяти розвитку робочої сили та підвищенню конкурентоспроможності національної економіки. Окрім того, українці, які працюють за кордоном, надсилають гроші родині в Україні, що забезпечує зростання особистого споживання та інвестицій, а це сприяє економічному розвитку країни. Проте ключовим є повернення вимушених мігрантів додому, для заохочення чого потрібно: створити безпечні та сприятливі умови для працевлаштування, державна підтримка у розвитку власного бізнесу, проведення інформаційних кампаній та заходів з просування повернення мігрантів, щоб показати їм переваги роботи в Україні та можливості для розвитку тут, підвищення заробітної плати, надання можливості кар'єрного зростання та саморозвитку працівників, забезпечення гнучкого графіку роботи на випадок екстрених ситуацій.

Література

1. Кожен третій українець став мігрантом за 11 місяців війни, - дослідження Gradus Research. URL: https://lb.ua/society/2023/02/02/544550_kozhen_tretiy_ukrainets_stav.html

2. Кількість українців та їх міграція за кордон через війну. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3732355-kilkist-ukrainciv-ta-ih-migracia-za-kordon-cerez-vijnu.html>.

3. Вимушена міграція і війна в Україні. URL: <https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-24-bereznia-2022/>

4. Як повернути працівників в Україну з-за кордону. URL: <https://www.work.ua/articles/work-in-team/3083/>.

Вікторія Тарасюк

Науковий керівник – проф. Філіпішина Л.М.
*Первомайський навчально-науковий інститут
Національного університету кораблебудування
ім. адмірала Макарова*

Процес розробки фінансової стратегії в сучасних умовах ринкової економіки

В умовах мінливого зовнішнього середовища вирішення завдань, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності компанії та зміцненням її ринкових позицій, нерозривно пов'язане з активною реалізацією наступних заходів елементів стратегічного планування. Застосування стратегічного планування призводить до реальних результатів у вигляді збільшення прибутку і частки ринку, а в кінцевому підсумку - до зростання вартості компанії.

В економічній літературі під стратегією розуміють загальний, комплексний план розвитку організації для забезпечення реалізації її місії та стратегічних цілей [1].

Фінансова стратегія підприємства відіграє центральну роль у системі стратегічного планування. Необхідність і важливість її розробки зумовлена зростаючим впливом зовнішнього середовища на характер і ефективність бізнесу, що в поєднанні з певними негативними внутрішніми факторами впливає на розвиток українських підприємств.

Фінансова стратегія є однією з операційних стратегій і визначає загальний напрямок фінансового розвитку, торкаючись найважливіших аспектів фінансової діяльності компанії: формування та використання прибутку, рішень щодо структури капіталу та дивідендних виплат, вибору форм і методів інвестування, оптимізації податкових платежів. Потреба у фінансовій стратегії зумовлена реаліями ринкової економіки, які вимагають чітких орієнтирів для економічного розвитку компаній у конкурентному середовищі.

Процес розробки фінансової стратегії - це сукупність цілеспрямованих управлінських рішень, які забезпечують підготовку, оцінку та реалізацію стратегічної програми

фінансового розвитку компанії. Етапи процесу розробки фінансової стратегії такі:

- 1) встановлення загальних часових рамок для розробки фінансової стратегії;
- 2) вивчення зовнішнього фінансового середовища та кон'юнктури фінансового ринку;
- 3) аналіз та оцінка внутрішнього середовища (визначення сильних та слабких сторін);
- 4) формулювання стратегічних фінансових цілей;
- 5) формулювання фінансових стратегій;
- 6) вибір стратегії;
- 7) розробка фінансової політики в наступних сферах операційна діяльність;
- 8) створення системи заходів для забезпечення реалізації фінансової стратегії;
- 9) оцінка ефективності розробленої стратегії за такими параметрами: узгодженість фінансової стратегії із загальною стратегією розвитку підприємства; узгодженість фінансової стратегії зі змінами у зовнішньому економічному середовищі; ресурсне забезпечення фінансової стратегії; ресурсне забезпечення фінансової стратегії та ін [2].

Отже, можна зробити висновок, що фінансова стратегія підприємства це один із важливих видів операційної стратегії підприємства, який передбачає всі основні напрями розвитку його господарської діяльності та економічних відносин, формування довгострокових фінансових цілей, вибір найбільш ефективних методів їх досягнення, достатніх для адаптації напрямів створення та використання фінансових ресурсів до змін у зовнішньому середовищі.

Література

1. Сумець, О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. – Харків : ХНУВС, 2021. – 208 с.
2. Василига С. М. Особливості формування стратегій розвитку для малих підприємств *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7611>.

Тетяна Ташук
Науковий керівник – доц. Марич М. Г.

Управління капіталом банку

Управління капіталом – важлива складова фінансової діяльності банку. Основна мета управління капіталом полягає в забезпеченні ефективного використання капіталу для забезпечення стійкості та прибутковості банку, збільшення його вартості для акціонерів і мінімізації ризиків [1].

Банк повинен оцінювати потреби у капіталі та приймати рішення про те, скільки капіталу виділити на різні види активів та операції. Управління ризиками є ключовою частиною управління капіталом [2]. Банк має розглядати різні можливості для інвестування капіталу з метою отримання максимального прибутку при прийнятному ризику. Також є важливим процес оцінки впливу негативних подій або стрес-сценаріїв на фінансову стійкість банку. Це допомагає зрозуміти, як банк витримає стресові умови та які заходи можуть бути прийняті для зменшення ризиків. Банк повинен розробляти стратегії та плани для ефективного використання капіталу в середньо- та довгостроковій перспективі [2].

Додатково, важливим аспектом управління капіталом банку є забезпечення відповідності регуляторним вимогам щодо капіталовкладень. Регуляторні органи встановлюють мінімальні вимоги до капіталу для банків з метою забезпечення їхньої стійкості та надійності. Банк повинен ретельно дотримуватися цих вимог і, за необхідності, підтримувати додатковий капітал для відповідності нормативам [3, с. 112].

Управління капіталом також включає аналіз рентабельності та ефективності капіталовкладень. Банк повинен оцінювати доходи, які генеруються з різних джерел капіталу, і визначати, які з них є найбільш прибутковими. Крім того, банк повинен оцінювати вартість ризикованих активів та операцій, щоб забезпечити адекватну компенсацію за ризики, пов'язані з ними [4].

Управління капіталом також може включати диверсифікацію портфеля активів та операцій, щоб зменшити загальний ризик та підвищити стабільність капіталу. Це може включати кредити, інвестиції в різні ринки та географічні області, а також розподіл капіталу між різними фінансовими інструментами та класами активів [4].

Успішне управління капіталом допомагає банку забезпечити стійкість у складних умовах ринку, збільшити свою конкурентоспроможність і залучати нових інвесторів.

Також, ефективне управління капіталом є ключовим для успішної діяльності банку і забезпечення прибутковості в довгостроковій перспективі.

Література

1. Банківський капітал: види та характеристика. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/bank/20089/> (дата звернення 04.03.2024).

2. Методи управління капіталом банку URL: <https://buklib.net/books/31346/> (дата звернення 04.03.2024).

3. Третяк Д. Д., Трубнікова Д. О. Напрями підвищення ефективності управління власним капіталом банку. *Економіка та держава*. 2022. № 6. С. 107-114.

4. Актуальні аспекти управління капіталом комерційного банку. Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/91500> (дата звернення 04.03.2024).

Стан ринку праці у воєнний час

Ринок праці – це певна система суспільних відносин, які пов'язані із купівлею і продажем послуг «робочої сили». Також «ринок праці є сферою працевлаштування, формування попиту і пропозиції на робочу силу» [1].

Стан ринку праці у воєнний час дуже суттєво залежить від конкретних обставин, таких як масштаби конфлікту, його тривалість, вплив на економіку та інші соціально-економічні фактори. Нижче розглянуті деякі загальні аспекти стану ринку праці в умовах воєнного конфлікту: втрати робочих місць, евакуація та переміщення робочої сили, зміни у виробництві та сферах зайнятості, соціальна нестабільність та невизначеність, потреба в спеціалізованих фахівцях.

За дослідженнями групи GradusResearch, з початку повномасштабного вторгнення до 22 березня 2022 року в Україні зупинили, уповільнили чи обмежили свою діяльність 86% компаній, з яких 48% працювали частково або майже зупинилися. Тільки 13% компаній працювали, як і раніше, і невелика частка українського бізнесу (6%) збільшилася, порівняно з довоєнним часом, обсяги. За період 2 років війни відбулася галузева трансформація економіки як можливість забезпечення її стійкості функціонування: 16% досліджуваних підприємств повністю або частково трансформувалися, 21% знаходяться у процесі галузевої трансформації, 16% долучилися до цих процесів трансформації.

Воєнні дії на території України змусили близько 27% населення залишити своє постійне місце проживання, з них 36% віком 18-24 роки та 34% віком 25-34 роки. Ситуація з зайнятістю та доходами зайнятих погіршилася через обмежені можливості працевлаштування та зміну місця проживання. Станом на березень 2023 року 38% респондентів були безробітними, а 57% працювали, з них 45% працювали, маючи роботу, а решта не працювали, маючи роботу. Станом на березень 2022 року лише 17% компаній повідомили, що у них

зайнято понад 100% працівників порівняно з довоєнним рівнем, тоді як у 19% компаній зайняті приблизно 10% працівників. [2]

З 24 лютого 2022 року Держслужба зайнятості влаштувала на роботу 93 тисячі громадян. За словами директора Державного центру зайнятості Юлії Жовтяк, наразі 262 тисячі українців отримують допомогу по безробіттю. «Немає у нас офіційної статистики, скільки на сьогодні людей знаходиться в простой на підприємствах і скільки працює дистанційно. Річ у тому, що досить багато людей переїхали за кордон або зараз працюють на західній Україні, і вони працюють дистанційно. І тому є така велика розбіжність в тому, що мільйони людей отримали статус внутрішньо переміщеної особи, але їх немає на обліку у службі зайнятості», – пояснила Жовтяк [1]. З її слів можна зрозуміти, що в Україні росте попит на будівельні професії, робітників комунальних підприємств та водіїв. Також багато вакансій у переробній промисловості. Крім того, починає оживати галузь торгівлі.

У кожному випадку ситуація може бути унікальною, і важко передбачити всі аспекти її впливу на ринок праці. Важливо, щоб влада та громадські організації вживали заходів для забезпечення соціальної захищеності населення та відновлення економіки після закінчення війни.

Література

1. Ринок праці під час війни: чи є у українців шанси знайти собі нову роботу. Державний центр зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikaciya/rynok-praci-pid-chas-vivny-chy-ve-u-ukrayinciv-shansy-znayty-sobi-novu-robotu>.

2. Ринок праці України в умовах воєнного стану: деякі аналітичні оцінки. Національний інститут стратегічних досліджень. Квітень 2022 р. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-04/oglyad_rinokpraci_0.pdf.

3. Поняття ринку праці, його елементи і функції. Новоушицький фаховий коледж. URL: <http://ntpu.org.ua/DustanzijneNavtsanna/A14OPDAF9.pdf>.

Сучасні тренди в дизайні упаковки

Дизайн упаковки – це комплекс візуальних та функціональних елементів, що використовуються для оформлення та захисту товару. Це потужний маркетинговий інструмент, який може значно вплинути на успіх продукту на ринку. У новому 2024 році з'являться тенденції дизайну упаковки, які незабаром можна буде побачити в інтернет-магазинах і на полицях магазинів.

Ці тенденції відображають смаки споживачів, що постійно змінюються. Бренди розповідають свої історії у візуально привабливий спосіб. Для малого бізнесу, зокрема, вони є не просто засобом для досягнення мети, а каналом для спілкування на емоційному рівні та виокремлення серед конкурентів на переповненому ринку.

Компанії хочуть не лише продавати свої продукти окремо, але й створювати комплексні враження від користування продуктом. Це відображається в тенденції до інтерактивної упаковки, також відомої як "розумна упаковка". Суто функціональне пакування вже відійшло у минуле. Основна увага приділяється пробудженню цікавості та створенню прямого зв'язку зі споживачем.

Родзинкою інтерактивної упаковки є її універсальність. Їх можна модифікувати або використовувати повторно. Коробку з-під пластівців можна перетворити на настільну гру за допомогою кількох трюків, а етикетку від винної пляшки використати як елемент пазлу.

Упаковка з доповненою реальністю пропонує навіть мультисенсорний досвід. QR-коди та чіпи NFC забезпечують цифровий досвід, який надає персоналізовані повідомлення, ексклюзивні знижки або розважальний контент. Інтерактивний зв'язок між фізичним і цифровим світом поглиблює взаємовідносини з клієнтами і створює розширений всесвіт бренду, в який клієнти можуть увійти за допомогою смартфона і відсканувати. Інтерактивні етикетки на пляшках вина,

наприклад, супроводжуються атмосферою музикою, що відповідає напою.

Захоплюючі дизайни з кутастими формами та яскравими кольорами характеризують тренд гіперконтрастності. Дисгармонія кольорів – це не помилка, а навмисне. Цей тип упаковки має на меті привернути увагу та поширити гарний настрій. Використання інтенсивних кольорів підкреслює максималістський стиль і гарантує, що продукція запам'ятається. Повернення до 1950-х років приносить ретро-шарм і унікальну мову дизайну, яка використовується для все більшої кількості упаковок. Повернення до ефектних лінійних малюнків забирає частину суворості нашого сучасного світу і замінює її графічно знайомою легкістю. Відповідно, затишна ретро-естетика має майже заспокійливий ефект. Звичне поєднується з перевагами сучасного дизайну і «ретро» переосмислюється абсолютно по-новому.

У світі, де всі діляться один з одним інформацією, стримана розкіш схожа на шепіт, який обіцяє особливе задоволення, коли відкривається упаковка. У той час як відео з розпакування в соціальних мережах перевершують одне одного грандіозними жестами та ретельно продуманими презентаціями, стримана розкіш являє собою контр рух. Вона приваблює тих, для кого очікування – найбільша радість. Вони віддано святкують момент відкриття. Тенденція надає перевагу цупкому паперу та унікальній обробці поверхні. Навіть високоякісна обкладинка передає відчуття розкоші, прихованої всередині. Справжня розкіш – у дрібних деталях, які з першої ж миті створюють особливе відчуття.

Отже, тенденції дизайну упаковки у 2024 році пропонують брендам безліч можливостей для творчого самовираження. Вони можуть відрізнити себе від конкурентів на ринку та надихнути своїх клієнтів захоплюючим стилем. Однак недостатньо просто говорити про естетичні рішення. Йдеться про створення точок дотику для поглиблення лояльності клієнтів і розповіді унікальних історій. Покупці можуть бути цілеспрямованими, а бренди залишати незабутнє враження від першої взаємодії на полиці.

Інна Українець
Науковий керівник – доц. Гладчук О.М

Функціонування Фонду гарантування вкладів в умовах війни

Фонд гарантування вкладів в Україні – це ключовий елемент фінансової системи, призначений для захисту інтересів вкладників та забезпечення стійкості банківського сектору. «Фонд є економічно самостійною установою, що не має на меті отримання прибутку. Його роль та значення виявляються в різних аспектах економічного життя країни» [1].

На сьогодні у зв'язку з вторгненням росії на територію незалежної суверенної України та початком повномасштабної війни, Україна знаходиться в стані гострої необхідності реформування в усіх секторах економіки, включаючи банківську сферу та систему гарантування вкладів фізичних осіб, що, власне, й було закріплено Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення стабільності системи гарантування вкладів фізичних осіб» від 1 квітня 2022 року.

По-перше, важливо розглядати роль Фонду гарантування вкладів як одного з основних методів збереження та підвищення довіри до банківської системи під час війни. Гарантування вкладів фізичних осіб надає громадянам впевненість у тому, що їхні фінансові заощадження залишаться невразливими та в певній мірі захищеними в умовах кризи, а це у свою чергу, може позитивно впливати на психологічний клімат в суспільстві та сприяти збереженню економічної стійкості. «Саме тому, за ініціативою президента України, було прийнято закон про збільшення суми граничного розміру відшкодування коштів за вкладами до 600 000 гривень, а на період дії воєнного стану та упродовж трьох місяців після його завершення, запроваджено норму про повне відшкодування коштів за вкладами фізичних осіб у банках» [2].

«Забезпечення 100% гарантії на депозити фізичних осіб під час війни надає українцям впевненість у збереженні своїх

заощаджень, оскільки держава у такий спосіб гарантуватиме повернення коштів у повному обсязі кожному громадянину» [3].

По-друге, фінансовий аспект функціонування Фонду гарантування вкладів набуває особливого значення. Умови воєнного стану можуть призвести до великих економічних труднощів, втрат та дисбалансів, тому саме у цей час важливо забезпечити стійку фінансову підтримку громадян. Вона повинна включати в себе ефективні та відпрацьовані механізми виплат, щоб гарантувати оперативний доступ до коштів та надавати необхідну допомогу тим, хто постраждав внаслідок російської агресії. Також необхідна розробка так званого «іммунітету» до викликів, пов'язаних із воєнним станом, яка передбачатиме аналіз можливих «сценаріїв» та вдосконалення діючих систем гарантування для ефективного функціонування у непередбачуваних умовах.

Отож Фонд гарантування вкладів в Україні в період воєнного стану і не тільки відіграє критичну роль у збереженні фінансової стабільності та довіри громадян до банківської системи в цілому. Забезпечення ефективного функціонування Фонду є ключовим елементом гармонійного розвитку економіки та соціуму в умовах воєнного конфлікту.

Література

1. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. URL: <https://www.fg.gov.ua/>

2. Річний звіт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб за 2022 рік. URL: <https://www.fg.gov.ua/storage/files/proyekt-richnij-zvit-fgvfo-za-2022-rik-zatverdzenij-arf.pdf>

3. Національний банк та Фонд гарантування вкладів фізичних осіб підтримують ініціативу Президента України щодо запровадження 100% гарантії держави на депозити населення на період дії воєнного стану. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ta-fond-garantuvannya-vkladiv-fizichnih-osib-pidtrimuyut-initsiativu-prezidenta-ukrayini-schodo-zaprovadjeniya-100-garantiyi-derjavi-na-depoziti-naselennya>

Роман Федірчик
Науковий керівник – доц. Заволічна Т.Р.

Комунікаційні технології як чинник ефективного розвитку організації

Ефективність управління організацією на сучасному етапі розвитку економіки неможливо досягти без використання комунікаційних технологій. Комунікацію, в широкому значенні, визначають як механізм, що використовується для обміну інформацією між усіма учасниками трудового процесу. На думку Н. Германюка, саме комунікаційна взаємодія дозволяє забезпечити оптимальні умови, що є запорукою для ефективної діяльності колективу організації [1, С.50-55].

Аналіз наукових публікацій дозволяє стверджувати, що питання комунікацій в організаціях та використання комунікаційних технологій у менеджменті досліджені у працях вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: Дж. Бернет, Н. Германюк, Е. Гріффін, Ю. Горбань, П. Друкер, В. Орел та ін.

Дослідження учених та управлінська практика засвідчують, що конкурентоспроможність організації в умовах сучасного ринку залежить від використання як внутрішніх, так і зовнішніх комунікаційних систем. Комунікація, будучи складовою організаційної поведінки, виступає своєрідним алгоритмом передавання інформації та обміну нею через вербальні й невербальні засоби. Теорія і практика менеджменту розглядає комунікацію як комплекс різних психологічних і технічних можливостей в управлінні, які забезпечують обслуговування механізмів обміну визначеними даними, оскільки повідомлення у процесі комунікації виступають базовими чинниками адміністрування. Ю. Горбань вважає, що через внутрішню комунікацію менеджер може не лише вивчати, а й транслювати інформацію, отримувати зворотний зв'язок, стимулювати якість діяльності підлеглих в організації. Комунікація зовнішня, яку здійснює організація в цілому, дозволяє презентувати себе на ринку та отримувати прибутки [2, с. 202-205].

Ефективно налагоджені комунікації дозволяють забезпечити досягнення ефективності у діяльності організації та її

прибутках. Як зазначає Є. Івченко, комунікація, шляхом внутрішніх та зовнішніх організаційних інформаційно-комунікаційних потоків, позитивно впливає на саму організацію, а її відсутність спричиняє загрози не лише в її функціонуванні, а й розвитку [3, С.80-91].

Поняття «комунікації в менеджменті» можна трактувати з позиції основних підходів: управлінського, де комунікація виступає інструментом управління організацією за допомогою впливу та отримання інформації у процесі реалізації управлінських рішень; функціонального, де комунікація являє собою систему компонентів, які впливають на якість функціонування організації; ціннісного, де комунікація визначається як фактор формування корпоративної культури організації; маркетингового, де комунікація розглядається як налагодження зовнішньо-внутрішніх зв'язків з середовищем [2].

Використання комунікаційних технологій в менеджменті для розвитку організації є багатоаспектним, а ефективність його залежить від різних чинників (соціальна взаємодія, міжособистісний характер, моделі комунікаційних мереж тощо). А їх наявність і якість, у свою чергу, визначають: види комунікаційної діяльності, надійність при комунікаційному обміні інформацією, результати організації тощо.

Отже, комунікаційні технології в менеджменті організації є чинником забезпечення її конкурентоспроможності.

Література

1. Германюк Н. В. Трудовий потенціал як фактор інноваційного розвитку підприємства. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. № 4. С. 50-55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2015_4_7
2. Горбань Ю.І. Бізнес-комунікації - рушійна сила конкурентоспроможності. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2019. № 19. С. 202-205. <http://surl.li/qyzuo>
3. Івченко Є. І. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор управління інноваційним розвитком підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2008. № 4. С. 80–91. <http://surl.li/qyzwb>

Обґрунтування ініціації інноваційного проєкту постачання чистої питної води у м. Чернівці

Проблема питної води, зокрема якісної та здорової, з кожним днем все гостріше постає у сучасному світі і чи не найбільше хвилює людство в грядущому. Дослідження цієї проблеми, пошук рішень, альтернатив і управління ними – вкрай важливі та потрібні для існування майбутнього людства і Землі в цілому [1, с.26].

Актуальність проблеми чистої та здорової води в Чернівцях не така важлива, як в деяких інших регіонах нашої країни, але дуже висока в своїй потребі й увазі до неї, оскільки якість більшої частини питної води чернівчан бажала би бути значно кращою, зважаючи на її якісні й кількісні показники та щорічну тенденцію їх погіршення, зокрема, включаючи погіршення екологічного стану навколишнього середовища внаслідок неефективного екологічного способу життя. Ця проблема потребує значної уваги, дослідження та прийняття правильних управлінських рішень для її покращення або вирішення, як такої, і чимшвидше, щоб не дійти до точки неповернення, опісля якої наслідки стануть жахливими або й фатальними в окремих проявах для життя й здоров'я чернівчан.

Кожну глобальну велику проблему не можливо вирішити якимось одним глобальним великим рішенням, а тільки сумою ефективних маленьких локальних рішень, що в підсумку забезпечать її глобальне вирішення. Тільки, після оцінки всіх причин проблеми та проробленого глибокого аналізу ситуації, ми можемо й маємо шукати можливості та шляхи до її подолання.

У Чернівцях одним із шляхів вирішення проблеми кількості та якості здорової питної води буде схвалена місцевою владою політична воля, відповідні управлінські рішення та створення умов для розвитку місцевого (важливо й бажаного саме місцевого, бо це на порядок пришвидшить і поліпшить якість вирішення проблеми) мікро- й малого бізнесу, забезпечивши

здорову конкуренцію. Його представники локально зможуть вивчити дану проблему в кожному районі регіону та знайти ефективні локальні рішення для швидкого ефективного розв'язання цієї проблеми. Саме мікро і малий бізнес найкреативніший, наймобільніший, найменш затратний та найбільш ефективний в умовах BANI-середовища, однак складною проблемою виступають якраз політична воля, захист, допомога та створення відповідних умов місцевою владою. Це забезпечує застереження перешкоджанню нездоровій конкуренції зі сторони середнього й великого бізнесу в даній сфері, який може намагатися протистояти цьому з причин особистих інтересів.

Прикладом ефективного локального розв'язання проблеми якості й кількості здорової питної води – є створення та установлення в потрібних місцях і у потрібній кількості водоматів з високоякісними інноваційними системами очистки, фільтрації та штучного збагачення окремим якісними компонентами й елементами таблиці Менделєєва в конкретній потрібній кількості. Мережа водоматів CrystalWave являється саме такою по характеристиках всіх параметрів, а продукт її – високоякісний та здоровий, завдяки чому CrystalWave – є джерелом здоров'я та довголіття. Фундаментально важливим елементом є саме безпосередній процес очистки, фільтрації та збагачення води в момент подачі її споживачу, оскільки це забезпечує найвищий рівень чистоти, якості та свіжості продукту, адже тільки свіжа вода володіє найкращими показниками її здоров'я, що в свою чергу забезпечить здоров'я людини. Така ідея може претендувати на розробку проєкту та його реалізацію за рахунок коштів місцевого бюджету, приватних інвесторів або грантодавців.

Література

1. Шевчук Ю.Ф. Аналіз водних ресурсів Чернівецької області та оцінка їх якості : монографія. Чернівці, 2019. 144 с.
2. Водопостачання та водовідведення міста Чернівці : монографія / Ю.Ф. Шевчук, Ю.С. Ющенко, В.К. Сівак, А. Ю. Шевчук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 156 с.

Особливості економіко-правового регулювання ринку криптовалюти в світі та Україні

Сучасна економіка характеризується швидким розвитком віртуальної сфери та підвищенням ролі цифрових технологій у реальній сфері. Розвиток цифрових технологій призвів до появи нової групи об'єктів, яку можна назвати "віртуальні активи". Ці об'єкти не мають матеріальної форми, створюються за допомогою сучасних інформаційних технологій та мають самостійну майнову цінність, що задовольняє потреби учасників ринку. Криптоактиви - це один з видів віртуальних активів [1].

У Японії, Швеції та Німеччині криптовалюта визнана легальним платіжним засобом. При цьому в Японії компанії повинні сплачувати податок з продажу криптовалюти, а в Німеччині покупки, оплачені віртуальною валютою, звільнені від оподаткування. У Швеції також існують спеціальні правила щодо оподаткування операцій з криптовалютою, що сприяє розвитку цього ринку в країні. У Канаді уряд також активно працює над створенням відповідного законодавства, щоб забезпечити безпеку та стабільність ринку криптовалют. Крім того, в Швейцарії криптовалюта вже давно визнана як легальний платіжний засіб, що сприяє розвитку фінансового сектору.

Зауважимо, що в Хорватії, Киргизстані, Індонезії та Литві криптовалюта не визнана легальним засобом платежу, а в Болівії та Республіці Бангладеш її обіг взагалі заборонений [2]. У 2021 році Україна досягла значного позитиву Верховна Рада ухвалила законопроект «Про віртуальні активи». Цей законодавчий акт створює основу для правового регулювання віртуальних активів та легалізації ринку криптовалют. Варто зазначити, що Закон України «Про віртуальні активи» напряду не регулює питання оподаткування бізнесу, який використовує віртуальні активи. Механізм оподаткування суб'єктів господарювання, які використовують віртуальні активи, визначено Законопроектом від 15 листопада 2019 року № 2461 «Про внесення змін до Закону України «Про порядок

оподаткування суб'єктів господарювання, які використовують віртуальні активи», яким визначено, які суб'єкти господарювання підлягають податок. Віртуальні активи не підлягають ПДВ. Корпоративна діяльність оподатковується податком на прибуток за ставкою 18% (5% до 31 грудня 2024 року). Податок на прибуток фізичних осіб становить 5%. На думку влади, легалізація ринку криптовалют залучить іноземні інвестиції та розвине галузь. Регулювання ринку сприятиме боротьбі з фінансуванням тероризму та відмиванням грошей.

Закон «Про віртуальні активи» встановлює чіткі правила для постачальників послуг, пов'язаних з обігом віртуальних активів, а також передбачає покарання за порушення цих правил. Проте, цей закон не надає додаткових пільг для бізнесу і не забезпечує особливого захисту економічних інтересів учасників криптоіндустрії. Виходячи з цього доцільно буде внести зміни не лише до Податкового кодексу, але й до фінансового моніторингу та закону про Національний банк України. Крім того, коли криптовалютою можна буде розраховуватися, буде необхідно внести зміни до закону про права споживачів.

Отже, незважаючи на певні перешкоди на шляху розвитку криптовалют, спостерігається тенденція до поступового її впровадження в Україні. Затверджений закон відкриває нові можливості для української економіки, визначає правовий статус криптовалют та надає юридичний захист учасникам ринку. Це означає, що бізнес зможе працювати офіційно й захищати свої права. Держава, з свого боку, зможе отримувати надходження до бюджету від оподаткування такої діяльності.

Література

1. Ерастов В, Гудзь Г. Ринок криптоактивів в Україні: тенденції сучасності. *Економіка і суспільство*. 2023. № 50.
2. Кривенко К. Криптоактивність. Протиправне заволодіння криптоактивами. *Юридична практика*. 2021. № 35-36. URL: <https://pravo.ua/articles/kryptoaktyvnist/> (дата звернення: 28.02.2024)
3. Про віртуальні активи : Закон України № 2074-IX від 17.02.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text> (дата звернення: 28.02.2024)

Співпраця держави та громадянського суспільства у протидії дезінформації

Розвиток інформаційних технологій хоч і дає нові можливості у розвитку державного управління, інформування населення, залученості громадян у розбудову держави, проте підвищує ризики дезінформації.

Дослідники міжнародних відносин і національної безпеки Р. Шультц і Р. Годсон визначають дезінформацію як «хибну, неповну чи оманливу інформацію, яка спрямована на конкретного індивіда, групу, країну» [1]. Схоже сучасне узагальнене визначення пропонує Oxford English Dictionary. За цим словником, дезінформація – це свідоме поширення хибної інформації. Формулювання має дві ключові характеристики: усвідомлення обману і поширення неправдивої інформації [2].

Є сфери, для яких дезінформація є особливо небезпечною: охорона здоров'я, політичне життя і демократичні вибори, оборонна сфера і національна безпека. Упродовж десяти років Україна протистойть дезінформаційним кампаніям росії в умовах гібридної, а після 24 лютого – повномасштабної війни.

Форми поширення дезінформації залишаються незмінними: текст, аудіо- чи відеоконтент. Однією з найсучасніших форм дезінформації є так звані діпфейки. Це підроблені аудіовізуальні записи, створені за допомогою штучного інтелекту, в яких заміна візуального і звукового контенту створює ілюзію реальності.

На думку науковців К. Бйоли і Дж. Пеммента, ефективність російської дезінформації зумовлена використанням великого пулу інструментів і методів, які можна поділити на три категорії: використання відмінностей у ЗМІ, спрямованість на безправну чи вразливу категорію, можливість приховувати джерело дезінформації [3].

Будь-яка відсутність інформації завжди компенсується чутками, це називають «ситуацією чуток», коли відсутність офіційної інформації компенсується неофіційними даними – зокрема локальні телеграм-канали здобули велику популярність

як джерело новин. Так, аналітики видання *texty.org.ua* виявили мережу невеликих телеграм-каналів [4], які поширюють російську дезінформацію на окупованих територіях, публікуючи локальний контент. Часто канали ретранслюють заяви представників колабораційної влади. Упродовж останніх років українці більше навчилися протидіяти дезінформації і продовжують напрацьовувати механізми. Серед основних способів протидії варто виокремити: розвиток медіаграмотності суспільства, критичне ставлення до будь-якої інформації, впровадження заходів проти дезінформації у прифронтових зонах та біля кордонів з РФ, фактчекінг.

Центр протидії дезінформації, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки активно використовують свої Telegram-канали для протидії дезінформації. Перший публікує розвінчання фейків та веде роз'яснювальну роботу, а другий зосередився на оперативних новинах, просуванні українських культурних здобутків та позитивних наративів.

З'явилась велика кількість проєктів з медіаграмотності: курси на Prometheus, EdEra, гра «Маніпулятор» від Texty.org.ua, «StopFake Bingo» від ГО «StopFake, студентська олімпіада «Фейкотроші» від фактчекінгового проєкту «БезБрехні», серія відеороликів «Break the Fake» від ЮНІСЕФ, антифейкова інтелектуальна гра «НотаЄнота» від фактчекерки. Отже, боротьба з дезінформацією нині є однією з пріоритетних у російсько-українській інформаційній війні.

Література

1. Shultz R. H., Godson R. *Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy*. Pergamon-Brassey's, 1984. Pp. 37-38.
2. Oxford English Dictionary [Електронний ресурс]. URL: <http://www.oed.com/view/Entry/54579?redirectedFrom=disinformation>
3. Bjola C., Pamment J. *Digital Containment: Revisiting Containment Strategy in the Digital Age* // *Global Affairs*. 2016. № 2 (2). Pp. 131-142.
4. Як телеграм-канали з окупованих територій готують воз'єднання з РФ [Електронний ресурс] // TEXTY.ORG.UA. 2022. URL: <https://texty.org.ua/articles/106823/yak-telehram-kanaly-z-okupovanyh-terytorij-hotuyut-vozyednannya-z-rf/>

Станіслав Цуркан
Науковий керівник – проф. Нікіфоров П.О.

Грошовий ринок України: сучасний стан і напрямки розвитку

Протягом останніх двох років грошовий ринок України відчував значні труднощі, які виникли внаслідок російсько-української війни. Цей період був відзначений серйозними змінами в економіці та суттєвим впливом на функціонування фінансового ринку. Розглянемо ключові аспекти сучасного стану грошового ринку України, зокрема враховуючи вплив військових дій та заходи Національного банку України для стабілізації ситуації

Одна з головних характеристик – скорочення грошової маси на 10,5% протягом періоду з січня по грудень 2023 року. Це вказує на негативний вплив військових дій на економіку та спад ділової активності. Високі процентні ставки, включаючи підвищення облікової ставки Національного банку України до 25% річних, були вжиті для стримування інфляції. Проте рівень інфляції залишається на високому рівні, досягаючи 3,8% у січні 2024 року, що негативно впливає на купівельну спроможність населення та призводить до девальвації гривні, яка станом на лютий 2024 року досягла 40,00 грн/дол.США.

Воєнні дії спричинили значне зростання безробіття та зниження рівня доходів населення, що впливає на споживчий попит та створює інфляційний тиск. Крім того, девальвація гривні є наслідком військових дій та економічної нестабільності.

НБУ регулярно проводить валютні інтервенції на міжбанківському валютному ринку, щоб згладити коливання курсу гривні та стримати інфляційний імпорт, також встановлені обмеження на готівкові виплати з рахунків для запобігання надмірному ажіотажу на валютному ринку. Підтримка банківського сектору залишається на стабільно високому рівні. Національний банк України запустив ряд програм рефінансування для підтримки ліквідності банків та стимулювання кредитування, були знижені резервні вимоги для банків, щоб звільнити більше коштів для кредитування

економіки. Моніторинг та нагляд за комерційними банками посилились для забезпечення їх стійкості та стабільності [1].

Дії Національного банку України спрямовані на стабілізацію фінансового ринку, включаючи підвищення облікової ставки, проведення валютних інтервенцій та рефінансування банків. Проте подальший розвиток грошового ринку України буде залежати від тривалості та інтенсивності військових дій, а також від швидкості відновлення економіки після завершення війни.

У 2023 році банківський сектор України продемонстрував значне покращення у фінансових показниках. За перше півріччя зазначеного року відзначено надзвичайно позитивну динаміку у сфері прибутковості. Чистий прибуток сягнув 67,6 млрд грн. Продовжується позитивна тенденція у фондуванні, де спостерігається стабільний ріст депозитів як від населення, так і від бізнесу. Незважаючи на те, що темпи зростання строкових гривневих депозитів населення трохи сповільнилися, цей процес продовжує відбуватися. У сфері кредитування помітне відновлення, проте на невисокому рівні, значно нижчому, ніж перед війною [2].

Показник достатності капіталу залишається на задовільному рівні, що вище регулятивних норм, які є додатковим стимулом для стабільності фінансової системи.

Окрім того, варто врахувати вплив війни на фінансовий сектор, зокрема можливість банкрутства банків через збитки від війни, а також втрату довіри до економіки, що може призвести до відтоку капіталу з країни.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України: <https://bank.gov.ua/ua>
2. Огляд банківського сектору. Листопад 2023 року. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2023-11.pdf

Анастасія Черней
Науковий керівник – доц. Водянка Л.Д.

Розвиток стартапів в умовах війни

Економіка України перебуває в переломному стані. Підприємницький сектор економіки зазнав внаслідок військової агресії росії значних економічних збитків. Значна частина підприємств великого та дрібного бізнесу припинили свою діяльність через війну, а як наслідок надходження до державного бюджету скоротилися, та і для суспільства в цілому це завдало шкоди.

Стартапи – це новий, інноваційний підхід до створення бізнесу. Тому зараз просто необхідно підтримка зі сторони держави, нових перспективних ідей. Отже, стартап містить у собі ті характеристики, які сьогодні дозволяють безпосередньо функціонувати у складних умовах сучасного ринку. Перетин інтересів учасників забезпечує розвиток даної форми інноваційної діяльності та підприємництва. Тож можна зробити висновок, дивлячись на різноманітність сфер, в яких може функціонувати стартап, що це – перспективний, новий шлях створення успішного бізнесу.

За даними опитування TechUkraine, «більшість українських стартапів виявилися достатньо стійкими, щоб працювати під час війни. Зокрема, ІТ-сектор показав нереальне зростання: у лютому 2022 р. - показник експорту за один місяць склав 839 млн. дол. США. Звичайно компанії, які мали малий інвестиційний фонд, були змушені поставити діяльність на паузу або взагалі перестати працювати. Для компаній, що працювали в офісах постало питання з безпеки працівників та переведення роботи в онлайн формат» [1].

Станом на червень 2022 р. в Україні зареєстровано понад 4,5 тисячі нових підприємств, за даними онлайн-дослідження Українського фонду стартапів було зафіксовано рекорд реєстрації ФОПів. Підприємства, які реєстрували свою діяльність, мали вже певну адаптованість до роботи в період воєнного стану. Деякі, зокрема 138 діючих стартапів для виживання були змушені змінити свій напрямок [2].

Через проблему нестачі інвестицій у воєнний час, компанія Google створила фонд підтримки українських стартапів від Google. У рамках цього фонду виділено грант у 5 млн. дол. США для близько 50 компаній, які засновані в Україні протягом 2022 року. Такі фінансові інвестиції будують фундамент для післявоєнного відновлення української економіки. Навіть у важкі часи, Україна піклується про розвиток держави, і тому з'явилася грошова підтримка стартапів «єРобота», програма містить «Гранд на стартап» - від 750 тис. до 8 млн грн. Це є перспективне рішення щодо розвитку економіки [3].

Підтримка України багатьма країнами та відомими людьми призвели до того, що продукція «Made in Ukraine» стає з кожним днем все більш популярною. Також тепер перспективний час просувати український продукт, як на українському ринку, так і на світовому.

Тому, враховуючи одночасну підтримку уряду та іноземних інвесторів, потрібно активізувати процес генерування нових ідей, спрямованих на відновлення економіки та інфраструктури України у найближчій перспективі.

Отже, подальший ефективний розвиток стартап-індустрії в Україні потребує забезпечення відповідної інфраструктурної стабільності та чіткої правової взаємодії зі споживачами, що можливо тільки при злагодженій співпраці уряду та бізнесу.

Література

1. Стартапи залишаються в Україні, але потребують додаткових коштів, - опитування TechUkraine URL: <https://dev.ua/news/startapy-zalyshaiutsia-v-ukrainiale-potrebuiut-dodatkovykh-koshtiv-opytuvannia-techukraine-1660663663>.

2. Водянка Л.Д., Ксьондз С.В., Сенюк А.І. Патентно-ліцензійне забезпечення технологічної політики України. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка*. 2014. Вип. 694–695. С. 67–77.

3. Лопатинський Ю.М., Водянка Л.Д., Хіль Р.В. Розвиток екосистеми стартапів в Україні на прикладі Чернівецької області. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 3. С. 37-42.

Розробка модуля для інтеграції сервісу доставки Нова Пошта та Odoo

Odoo – це потужна система управління ресурсами підприємства (ERP), що включає в себе модулі для управління продажами, купівлями, складським господарством, проєктами, виробництвом, бухгалтерією та багато іншого.

Одна з основних переваг Odoo – це її модульність, що дозволяє легко доповнювати та розширювати функціонал системи. Модулі створюються з використанням Python та XML і можуть містити моделі даних, вікна інтерфейсу, звіти, бізнес-логіку та інші компоненти.

На сьогодні служба доставки «Нова Пошта» стала однією з найбільш популярних українських послуг цього типу. Багато компаній використовують її для відправлення товарів покупцям та співпраці з постачальниками. Платформа Odoo, незалежно від галузі, дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, зокрема підвищує ефективність управління доставкою замовлень завдяки модулю «Нова Пошта», тому інтеграція «Нової Пошти» в цю систему є дуже вдалим рішенням для бізнесу [1].

Модуль інтеграції “Нова пошта” дає змогу синхронізувати роботу особистого кабінету клієнта Нової пошти з CRM системою Odoo. Поетапне завантаження основних довідників, переліку відділень, переліку існуючих контактів, а також наявних документів, дає змогу створювати ТТН відправника безпосередньо під час оформлення замовлень на продаж товарів. Використовуючи шаблони ТТН, є змога значно економити час на їх оформлення і заповнення однотипних даних про відправника, а налаштувавши відповідні дані в картках клієнтів, ще й і про отримувачів [2].

На базі Odoo розроблений модуль для інтеграції з сервісом доставки Нова Пошта.

Функціонал модуля реалізує наступний функціонал: автоматичне створення ТТН під час затвердження документа відвантаження на складі, робота з кількома акаунтами Нової

Пошти, введення та обробка кількох адрес доставки для клієнтів (на адресу / на відділення), друк документів та етикеток ТТН.

The screenshot displays the Odoo shipping module configuration interface. It is organized into several sections:

- Найменування** (Name): A dropdown menu with "Основний" (Main) selected.
- Ключ API** (API Key): A text field containing a masked key.
- Адреса API** (API Address): A text field containing "https://api.nova-poshta.ua/v2.0/json/".
- Дані відправника** (Sender Data):
 - Відправник** (Sender): A dropdown menu with "Приватна особа (Основний)" (Private person (Main)) selected.
 - Контакт відправника** (Sender Contact): A text field.
 - Адреса відправника** (Sender Address): A dropdown menu with "(Харків) Відділення №1: вул. Польова, 67" (Kyiv) Branch #1: Polova St, 67) selected.
- За замовчуванням** (By default):
 - Загальні дані** (General data):
 - Одержувач** (Recipient): "Приватна особа (Основний)".
 - Тип послуги** (Service type): "Відділення-Відділення".
 - Тип вантажу** (Cargo type): "Посилка" (Parcel).
 - Опис вантажу** (Cargo description): "Кажетовари".
 - Тип платника** (Payer type): "Одержувач".
 - Форма платежу** (Payment form): "Готівка".
 - Мінімальна вартість** (Minimum value): "300.00".
 - Мінімальна вага** (Minimum weight): "6.10".
 - Зворотня доставка** (Return shipping):
 - Тип вантажу** (Cargo type): "Грошовий переказ" (Cash transfer).
 - Тип платника** (Payer type): "Одержувач".

Рис 1. Інтерфейс модуля в Odoo

Отже, розроблений модуль є корисним доповненням до системи Odoo, що дозволяє підвищити ефективність управління процесом доставки замовлень та забезпечити тісну інтеграцію з сервісом Нова Пошта.

Література

1. Product shipping in Odoo - integration with the delivery service Nova Poshta. URL: <https://garazd.biz/blog/odoo-integration/odoo-nova-poshta-integration> (дата звернення 06.03.2024)
2. Модуль інтеграції з Новою Поштою. URL: <https://e-bonsens.com/shop/modul-integratsiyi-z-novoju-poshtoju-vprovadzhenia-30#attr=> (дата звернення 06.03.2024)

Цифрові валюти центральних банків: необхідність та характеристика впровадження

Сучасний світ перебуває у стані сталих змін, які потребують об'єктивного розгляду. Традиційні інститути, які раніше вважались символами стабільності і надійності, такі як банківська система, поступаються своїми позиціями під тиском інноваційних технологічних рішень. Це явище свідчить про закономірний прогрес, під час якого сучасні системи змінюють колишні, відповідаючи поточним вимогам суспільства.

Криза, спричинена пандемією COVID-19 у 2020 році, викликала несподіваний розвиток цифрових технологій, що сприяло прискоренню переходу до більш ефективного та оперативного обміну інформацією та грошима [1].

За даними журналу Форбс, «У 2020 році спостерігалось значне зростання капіталізації ринку криптовалют. Це пов'язано з інтересом великих інституційних інвесторів, які виявили високий рівень зацікавленості до зазначених тенденцій [2]».

Традиційна банківська система має ряд недоліків, включаючи високу ступінь бюрократизації, високі комісії, відсутність гарантій банківської таємниці та повний контроль над фінансами клієнтів. Значний обсяг емісії доларів спричинив зростання інфляції в світі, що стимулює розгляд нових рішень для збереження реальної вартості грошей.

Криза виявилася стимулом для виявлення слабких місць і спонукала бізнес до пошуку новаторських рішень. У цьому контексті одним із важливих рішень стало використання потенціалу цифрових грошей та технології розподіленого реєстру, більш відомого як блокчейн.

Раніше центробанки лише спостерігали за розвитком криптовалютної галузі, але зараз їхня увага до цього напрямку різко зросла, так само змінився підхід до розгляду можливості їх впровадження. Головна причина полягає у тому, що недостатня увага до новітніх технологій може призвести до втрати традиційної позиції центробанків як інституцій із макрофінансовою

владою [3]. У липні 2020 року, в своєму звіті міжнародна організація G30 визнала, що «Цифрові валюти мають важливий вплив на формування глобальної фінансової системи у наступних десятиліттях». Цей висновок вказує на необхідність активного втручання держав та фінансових органів у ці процеси. У своєму звіті G30 рекомендує «Не боротися із тенденціями, а бути лідером в процесі трансформації та врахувати соціальні вимоги, розробивши централізовані цифрові валюти» [4].

Отже, перелічимо вигоди, які можна отримати при впровадженні власних цифрових валют центральними банками:

- цифрові валюти центральних банків компенсують недоліки еластичності готівкового обігу та усувають відмінності у доступності платіжних сервісів. Це особливо актуально для країн з виразною географічною та ландшафтною неоднорідністю, а також різноманітним розташуванням економічної активності;

- центробанківські цифрові валюти забезпечують можливість здійснювати трансакції без необхідності наявності достатньої ліквідності для компенсації різноманітних багатосторонніх зобов'язань;

- впровадження цифрових валют центральних банків також призводить до прискорення швидкості проведення платежів і покращення можливостей ефективного управління касовими залишками.

Література

1. Криптовалюти як нова фінансова реальність. URL: https://lb.ua/economics/2021/10/21/496735_kriptovalyuti_yak_nova_finansova.html (дата звернення: 20.02.2024)

2. Ринкова капіталізація криптовалют зростає до рекордних \$2 трлн. URL: <https://forbes.ua/ru/news/rinkova-kapitalizatsiya-kriptovalyut-zroslo-do-rekordnikh-2-trln-tsomu-spriyae-popit-z-boku-institutsiy-nikh-i-rozdribnikh-investoriiv-06042021-1305> (дата звернення: 20.02.2024)

3. Перспективи і ризики «блокчейнізації» макрофінансів. URL: <https://zn.ua/ukr/amp/macrolevel/tsifrovi-valjuti-analohovikh-tsentrobankiv.html> (дата звернення: 20.02.2024)

4. Digital currencies and stablecoins. URL: https://group30.org/images/uploads/publications/G30_Digital_Currencies.pdf (дата звернення: 20.02.2024)

Удосконалення методики аналізу фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану

Фінансовий стан підприємства став центральним об'єктом управління в умовах складного економічного середовища. Відповідне управління цим об'єктом стає критично важливим для забезпечення стійкості, конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства. Аналіз та ефективне управління фінансовим станом є ключовими елементами стратегічного планування, спрямованого на досягнення фінансових та бізнес-цілей.

В умовах війни більшість підприємств втратили ринки збуту, робочу силу, клієнтів, фінансування. Фінансовий стан фірм похитнувся, а в багатьох випадках дійшло й до банкрутства та припинення діяльності. В умовах кризи діяльність підприємств об'єктивно погіршується, як наслідок, знижується фінансова стійкість, ліквідність, платоспроможність та ділова активність. Проте це стало своєрідною «нормою» в даній ситуації. Тому варто розмежовувати аналіз фінансової стійкості під час воєнного стану та довоєнного, оскільки цілі, завдання та мета підприємств дещо змінились. Суб'єкти господарювання зіткнулися з проблемами та ризиками, до яких не були готові, основною їх метою стало залишатись хоча б у стані безбитковості та забезпечити життєздатність підприємства.

В умовах війни зростають ризики несплати зобов'язань, як зі сторони самого суб'єкта господарювання, так і зі сторони покупців і замовників; зменшується доступ до кредитів через великі економічні та політичні турбулентності; зростає потреба у збереженні ліквідності – підприємства намагаються зосередити кошти лише у своєму виробництві та не випускати їх на зовні через великі ризики їх неповернення. Оскільки зовнішні фактори суттєво вплинули тією чи іншою мірою на діяльність більшості підприємств, складно оцінювати фінансовий стан під час війни за стандартними нормативними значення. Навіть фінансово стійкі підприємства зазнали фінансових проблем та

зниження показників. Тому пропонується обґрунтувати нормативні значення показників фінансового стану в умовах війни.

У ході даного дослідження розглянуто два можливі варіанти аналізу показників фінансового стану за таких умов: під час обґрунтування розрахованих показників та їх порівняння з нормативними значеннями враховувати погіршення фінансового стану всіх підприємств; запропонувати зміни нормативних значень показників фінансового стану. Використовуючи другий підхід, необхідно проаналізувати показники в динаміці, а саме за допомогою середньої динаміки змін показників, темпів приросту, росту та лінії тренду за період 2016-2021 роки визначити прогнозовані показники балансу станом на 2022 рік та порівняти їх з фактичними. Прогнозоване значення знайдене за допомогою поліноміальної лінії тренду та сформованого на її основі рівняння тренду. Для порівняльного аналізу сформовано узагальнений баланс по всіх підприємствах на основі даних статистики Державної служби статистики України за 2016 - 2022 роки [1], проведено аналіз узагальнених показників фінансового стану у довоєнний та воєнний періоди у. Це дало змогу відкоригувати нормативні значення в умовах війни та визначити причини змін показників фінансового стану за допомогою розрахунку темпу приросту статей складеного балансу.

За результатами проведеного дослідження для якісної та об'єктивної оцінки фінансового стану в умовах війни запропоновано пом'якшити нормативні значення досліджуваних показників фінансової стійкості: коефіцієнт автономії до $>0,4$; коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу до $>0,3$, коефіцієнт фінансової стабільності до $>0,9$.

Література

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>