

Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Тернопільська міська рада

Корпорація «Науковий парк «Інноваційно-
інвестиційний кластер Тернопілля»

«Страхова компанія «ТАС»

Вроцлавський економічний університет
Університет «Опольська Політехніка»
Університет прикладних наук в Нисі

Індо-Європейська освітня фундація
(Республіка Польща)

Університет Дунареа де Йос м. Галац
(Румунія)

Ternopil Ivan Puluj National Technical
University

Ternopil City Council

Corporation «Science Park «Innovation-
Investment Cluster of the Ternopil Region»

Insurance company «TAS»

Wroclaw University of Economics
Opole University of Technology
University of Applied Sciences in Nysa

Indo-European Education Foundation
(the Republic of Poland)

University Dunarea de Jos of Galati
(Romania)

МАТЕРІАЛИ

*X Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»*

*Proceedings of the 10th International Scientific-Practical Conference
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”*

УДК 330:336:338
ББК 65

Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 31 березня 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. 147 с.

ISBN 978-617-7875-35-1

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова – Марущак П.О., проректор з наукової роботи ТНТУ, д.т.н., професор
Співголова – Ціх Г.В., декан факультету економіки та менеджменту ТНТУ, к.е.н., доцент
Співголова – Панухник О.В., завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

Члени:

Дейнека Ю.П. – начальник управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради (м. Тернопіль, Україна)

Демкура Т.В. – віце-президент з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine (м. Тернопіль, Україна)

Колос О.С. – директор ТОВ «Торговий дім «Інтеграл» (м. Тернопіль, Україна)

Тимошик М.М. – директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС» (м. Тернопіль, Україна)

Химич Г.П. – директор Корпорації «Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»» (м. Тернопіль, Україна)

Яцишин Н.З. – директор Тернопільського представництва Страхова компанія «ТАС-life» (м. Тернопіль, Україна)

Зелінська Анетта – професор, кафедра логістики, факультет управління, Вроцлавський економічний університет, Dr.Hab (м. Вроцлав, Республіка Польща)

Клеменс Бригіда – доцент кафедри регіональної політики та ринку праці, голова педагогічної ради з економіки Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополе, Республіка Польща)

Опалка Анна – керівник відділу з міжнародних зв'язків Університету прикладних наук в Нисі, PhD (м. Ниса, Республіка Польща)

Вілімовська Зоф'я – директор інституту фінансів Університету прикладних наук в Нисі, Dr.Hab. (м. Ниса, Республіка Польща)

Рокіта-Поскарт Діана – доцент кафедри регіональної політики та ринку праці Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополе, Республіка Польща)

Кумар Прадіп – голова Індо-Європейської освітньої фундації, PhD (м. Варшава, Республіка Польща)

Зека Єкатеріна Даніела – виконавчий директор Документаційного центру управління маркетингу в промисловості та сільському господарстві, Університет Дунареа де Йос м. Галац, PhD (м. Галац, Румунія)

Флоріна Оана Вірланута – професор, факультет економіки і бізнес-адміністрування, Університет Дунареа де Йос, PhD (м. Галац, Румунія)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова – Панухник О.В., завідувачка кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

Члени:

науково-педагогічні працівники кафедри економіки та фінансів ТНТУ:

Артеменко Л.Б., Дячун О.Д., Винник Т.М., Крамар І.Ю., Крупка А.Я., Мариненко Н.Ю., Левицький В.О., Радинський С.В., Тимошик Н.С.

Науковий секретар

Маркович І.Б. – доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ, к.е.н., доцент

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, протокол № 4 від 29 березня 2023 р.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

ISBN 978-617-7875-35-1

© ФОП Паляниця В.А., 2023

ЗМІСТ	
<u>СЕКЦІЯ 1</u>	
<u>Розвиток соціально-економічних систем мікро-, мезо- і макрорівня: конфлікт традиційних моделей та економічних реалій 21 століття</u>	
Курах Олександр НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА	7
Могильська Васирина ПОЛІТИЧНІ ВІДНОСИНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ КРАЇНИ	8
Стельмащук Юлія, Потюк Василь ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ	11
Ткачук Наталія ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	13
Янчинський Володимир, Панухник Олена ЕКОАКТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО УТИЛІЗАЦІЇ ВІДХОДІВ ВИРОБНИЦТВА	14
<u>СЕКЦІЯ 2</u>	
<u>Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства</u>	
Віцента Ольга СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ	18
Гарматій Сергій ДОСЛІДЖЕННЯ НОРМАТИВНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В НАУКОВОМУ ТА ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОМУ ПАРТНЕРСТВІ	20
Калішук Владислав ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ ТА ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	22
Лещинин Назарій, Складаров Руслан АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ СТОСОВНО ЗАХИСТУ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ ТА БАЗ ДАНИХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	24
Панухник Олена ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК РЕЗУЛЬТАТ НАВЧАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕНЬ: ПОТРЕБА ПОВЕРНЕННЯ СТУДЕНСТВА ДО ЧИТАННЯ КНИГ І ВІДВІДУВАННЯ БІБЛІОТЕКИ	26
<u>СЕКЦІЯ 3</u>	
<u>Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави</u>	
Білецька Олена ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВІЙНИ	30
Боднар Артур ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ЯК СПОСІБ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ПІДПРИЄМСТВ	31

Бойко Остап, Стойко Ігор ВИБІР ПІДПРИЄМСТВОМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ	33
Бучко Тарас МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	35
Вечірко Ольга, Кушнір Олена МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	38
Головата Юлія МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	39
Голойда Олександр РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ В ПИТАННЯХ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ	43
Горин Руслан, Грач Юрій ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЛОГІСТИКИ З ВОЛОНТЕРСЬКИМ РУХОМ	45
Данилків Тетяна ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	47
Зембала Юліта Кінга МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	48
Зяйлик Марія УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	50
Киндич Тетяна РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ	52
Лазарюк Валерій, Шанайда Володимир НОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	54
Левицький Віталій, Радинський Сергій ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В МЕЖАХ АСОЦІАЦІЇ З ЄС	56
Мариненко Наталія, Ерстенюк Тарас РОЛЬ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІКИ	61
Мариненко Наталія, Кутко Тарас РЕЛОКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: УСПІХИ ТА ВИКЛИКИ	63
Мейник Віталій МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	64
Петручок Юрій, Химич Ірина ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БАНКІНГУ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ КЛІЄНТІВ ТА ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ	67
Смачило Лілія ОЦІНКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ	69
Ткачук Емма СУЧАСНИЙ РИНОК ТОВАРІВ ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	72
Чуйко Віталій МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	75

Янчинський Ростислав, Панухник Олена ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	78
Mytsenko Valerii THE ROLE OF SERVICE SECTOR IN GLOBAL VALUE CHAINS	80
<u>СЕКЦІЯ 4</u> <u>Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози</u>	
Бейхор Василь ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ-НАДАВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	83
Маркович Ірина СУТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ФІНАНСАХ	85
Попович Ярослав ФІНАНСОВІ АНАЛІТИЧНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	86
Черкашин Інна БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ТА ВАЖЛИВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАРАДИ ВИЖИВАННЯ	87
<u>СЕКЦІЯ 5</u> <u>Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності</u>	
Галагань Юрій ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ ТА БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	91
Гладій Вероніка ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	92
Мартинюк Ірина ВПЛИВ ФІНТЕХ-ІННОВАЦІЙ НА БАНКІВСЬКУ СПРАВУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ	94
<u>СЕКЦІЯ 6</u> <u>Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?</u>	
Петрик Анастасія СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ЗМІНА ПРАВИЛ ГРИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	97
Пікус Руслана РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ З ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ	99
<u>СЕКЦІЯ 7</u> <u>Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення</u>	
Артеменко Людмила ЄВРОПЕЙСЬКІ СИСТЕМИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ПРО НЕБЕЗПЕЧНІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ НА РИНКУ УКРАЇНИ	102
Балабан Степан, Каспрук Володимир ПОВТОРНЕ ВИКОРИСТАННЯ ТЕПЛА ВІДПРАЦЬОВАНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ГАЗІВ ЯК ЗАСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКОЛОГО – ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ УСТАНОВОК	105

Бурліцька Оксана КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ІНСТРУМЕНТІВ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГУ	109
<u>СЕКЦІЯ 8</u>	
<u>Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес</u>	
Вознюк Віктор, Лазарюк Валерій ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ – КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР В ЕКОСИСТЕМІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО, РОЗУМНОГО СУСПІЛЬСТВА	112
Кондрацька Лілія ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ГАЛУЗІ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	114
Кондрацький Віталій РЕАЛІЗАЦІЯ МЕДИЧНОЇ РЕФОРМИ В УМОВАХ ВІЙНИ	116
Лаготюк Вікторія КОНЦЕПЦІЯ «ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ» – ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	118
Любінська Ольга ВПЛИВ РЕЛОКАЦІЇ НА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА	121
Наврот Пьотр ПРОБЛЕМА ПЛИННОСТІ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	122
Олійник Надія ОСОБИСТІ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ	124
Пришляк Данило НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ	128
<u>СЕКЦІЯ 9</u>	
<u>Трансформація бізнес-процесів у контексті сталого розвитку</u>	
Бурка Олександр ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	130
Галушак Ольга, Поливода Анастасія ВАЖЛИВІСТЬ РОЗРОБКИ КОНТЕНТ-ПЛАНУ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	133
Крамар Ірина, Лисий Володимир ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БІОЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	135
Поливода Анастасія, Галушак Ольга ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ	137
Радинський Сергій, Левицький Віталій ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ	140
Стручок Володимир ФІНАНСУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ	142
Фойт Сергій ОСНОВНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	143
Черній Ігор «ГНУЧКІСТЬ» ЯК ОБОВ'ЯЗКОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	146

СЕКЦІЯ 1
РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МІКРО-, МЕЗО- і
МАКРОРІВНЯ: КОНФЛІКТ ТРАДИЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ТА
ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЙ ХХІ СТОЛІТТЯ

УДК 338.49

Курах Олександр
аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oleksandr Kurah
Postgraduate Student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА
DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE HOUSING MARKET

Інноваційний розвиток є процесом впровадження нових технологій, ідей та підходів з метою покращення ефективності і результативності в галузі науки, технологій та бізнесу. Це поняття є ключовим у контексті сталих змін у глобальному бізнес-середовищі та вимагає постійного оновлення технологій, продуктів та послуг, що надаються.

Згідно з дослідженням «Global Innovation Index 2021» [1], інноваційний розвиток передбачає створення нових продуктів, процесів та послуг, що базуються на нових технологіях та ідеях. Дослідження показує, що інноваційний розвиток є ключовим фактором для забезпечення сталого економічного зростання та зміцнення конкурентоспроможності компаній.

Крім того, в статті «Innovation and its Importance for Business Success», опублікованій у журналі «International Journal of Economics, Commerce and Management» у 2018 році [2], автори підкреслюють, що інноваційний розвиток вимагає постійного пошуку нових можливостей та використання нових ідей для підвищення продуктивності та ефективності підприємств.

Тобто, інноваційний розвиток є ключовим фактором у підвищенні конкурентоспроможності та забезпеченні сталого економічного зростання. Для досягнення успіху в бізнесі необхідно постійно оновлюватись, шукати нові можливості та використовувати нові ідеї та технології.

Інноваційний розвиток ринку житлового будівництва може мати значний вплив на якість житла, енергоефективність та екологічність будівель, зниження вартості будівництва та підвищення його продуктивності.

Використання нових технологій будівництва може мати наступні можливості:

- збільшення швидкості будівництва;
- підвищення якості будівництва (нові технології можуть забезпечити більш точне та надійне будівництво, зменшуючи ризик помилок та дефектів);

- зниження вартості будівництва (застосування нових технологій може дозволити знизити витрати на будівництво, наприклад, за рахунок використання більш ефективних матеріалів або роботизації процесів);

- покращення екологічної стійкості (використання нових технологій може сприяти зменшенню впливу будівництва на довкілля, наприклад, за рахунок використання більш енергоефективних технологій або застосування матеріалів, що зменшують викиди в атмосферу);

- поліпшення безпеки будівництва (нові технології можуть зменшити ризик нещасних випадків на будівництві, наприклад, за рахунок використання дронів для нагляду або автоматизованих систем безпеки);

- використання екологічно чистих матеріалів (використання матеріалів, таких як глина, солома, дерево, може знизити вплив будівельної промисловості на довкілля та знизити витрати на будівництво);

- розробка будівель, які використовують менше енергії для опалення, охолодження та освітлення, може допомогти знизити витрати на комунальні послуги та зменшити вплив будівельної промисловості на довкілля.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що використання нових технологій може дозволити зробити будівництво більш швидким, ефективним, екологічно стійким та безпечним, що може позитивно вплинути на розвиток ринку житлового будівництва.

Перелік використаних джерел:

1. Cornell University. INSEAD and WIPO. (2021)/ Global Innovation Index 2021. https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/
2. Hussein, A.S., Al-Mubarak, H.M., Al-Mutairi, A.M. (2018). Innovation and its Importance for Business Success. International Journal of Economics, Commerce and Management, 6 (9), 9-15
https://www.researchgate.net/publication/327411522_UEMS_The_Standardization_of_the_Medical_Specialties_and Modalities

УДК 339.9

Могильська Василина
студентка групи ППС-41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Крамар Ірина

доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Vasylyna Mohylska

student of the group PPs-41

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Kramar

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПОЛІТИЧНІ ВІДНОСИНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ КРАЇНИ

POLITICAL RELATIONS AND THEIR IMPACT ON COUNTRY'S FOREIGN ECONOMIC RELATIONS

В умовах кардинальних геополітичних змін у світі та ескалації глобальних проблем, які, якщо їх не вирішити, загрожують виживанню людства, актуальність питань міжнародної політики постійно зростає. Одним із ключових елементів міжнародних відносин є політичні, які мають безпосередній вплив на формування зовнішньоекономічних зв'язків між країнами в економічній, соціальній, науково-освітній, технологічній та інших сферах.

Після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну у лютому 2022 року, рф очолила список країн за кількістю санкцій, застосованих іншими країнами щодо неї. На сьогодні більше 40 держав впровадили санкції проти рф на різних рівнях: державному, корпоративному (щодо окремих компаній, банків тощо), особистому (щодо окремих осіб). Ще у перші 10 днів після повномасштабного вторгнення в Україну вона випередила такі країни як Іран, Сирія, Північна Корея і Венесуела, які десятки років знаходяться у санкційних списках.

Найбільш вагомими санкціями проти рф є санкції, запроваджені США та ЄС: станом на лютий 2023 р. Рада Європейського Союзу ухвалила 10 пакетів санкцій проти рф та її союзників, у той же час США – понад 30 [1]. Ці санкції стосуються експорту енергоносіїв, банківської діяльності, військово-промислового комплексу, персональних обмежень тощо.

Найвідчутнішими для рф в економічному плані стали відмови країн-членів ЄС та G7 від енергоресурсів країни-терориста. У довоєнні роки 60–70% експортних доходів рф припадали на торгівлю нафтою і газом та близько 40% федерального бюджету формувалися за кошти від нафтогазової експортної виручки [2]. Через впроваджені санкції рф довелося шукати нових покупців нафти у КНР, Індії та Туреччині.

Завдяки діям санкційних заходів валовий внутрішній продукт рф у 2022 р. знизився на 3,1%, а в 2023 р. накопичувальний ефект санкцій буде ще критичнішим, тому падіння ВВП (за прогнозами Київської школи економіки) прискориться до 8% (рис. 1).



Рисунок 1. Прогноз зниження ВВП рф, % [2]

В інтересах України та усього цивілізованого світу є повна ізоляція країни-терориста від технологій, інвестицій, фінансових та товарних ринків. Одним із важливих кроків у цьому напрямку є укладення нової угоди у 2023 році щодо зниження верхньої межі ціни на нафту їхнього виробництва. Встановлення ціни на рівні 30-35 доларів за барель дозволить завдати агресору значних економічних збитків, що у свою чергу, знизить можливість фінансування його ВПК.

Цікавим для аналізу є кейс міжнародних зв'язків рф-Польща у контексті впливу політичних взаємовідносин на інші сфери.

В першу чергу, варто зазначити, що, на думку багатьох міжнародних експертів, Польща є країною, перспективною для інвестування, так як її економіка вважається безпечною для ведення бізнесу та довгострокового планування, має низький рівень ризику у діяльності на фінансовому ринку, а модернізація інфраструктури та впровадження сучасних технологій на

підприємствах приваблюють іноземний капітал. Окрім цього, незважаючи на світову фінансову кризу 2008 року, Польща зміцнила свої позиції в Європі і, будучи шостою за чисельністю населення країною ЄС, є найбільшим ринком у Центральній та Східній Європі.

Протягом багатьох років російсько-польські відносини у сфері інвестицій не покращилися. Наприклад, станом на 2014 р. інвестори РФ вклали в економіку Польщі 2 млрд євро, що складало 0,33% обсягу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Польщу [3]. Для РФ це було найгіршим показником як в абсолютному, так і відсотковому значенні.

З 2014 року на усіх міжнародних майданчиках Республіка Польща рішуче відстоює необхідність посилення тиску на російську сторону з метою відновлення територіальної цілісності України у міжнародно визнаних кордонах. З початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, Польща одразу підтримала нашу державу і відреагувала на дії країни-терориста відповідними кроками, зокрема в економічній сфері. Спільно із західними союзниками вона впровадила фінансові обмеження щодо РФ.

Підсумовуючи вище зазначене, слід підкреслити, що економічні відносини між двома країнами безпосередньо залежать від зв'язків між ними на політичній арені. Відповідно, погіршення політичних має негативний вплив на економічні відносини. Ситуація ще більше ускладнюється, коли багатосторонні зобов'язання мають місце одночасно з погіршенням політичних відносин. Прикладом цього є політичне рішення ЄС та США запровадити економічні санкції проти РФ, підтримане польським урядом, та контрсанкції, запроваджені Росією.

Окрім того, варто сказати, що оскільки Польща є прикордонною державою ЄС, а також сусідом і справжнім другом України, прийнявши мільйони українських біженців, впровадивши санкції проти РФ тощо, продовження війни, яку розпочала РФ, має безпосередній вплив на економіку Польщі. Так, на міжнародній арені Польща наполягає на необхідності посилення тиску міжнародної спільноти на РФ з метою негайного припинення війни проти України та відновлення територіальної цілісності нашої держави в межах її міжнародно визнаних кордонів. Активно підтримуючи Україну у дво- та багатосторонніх зустрічах, в міжнародних організаціях, включаючи ЄС і НАТО, польські лідери закликають посилювати санкції проти країни-терориста, сприяють отриманню та надають військову, фінансову та гуманітарну допомогу нашій державі. Важливим меседжем з боку польської сторони світовій спільноті є активна підтримка України на шляху до набуття нею повноправного членства в ЄС.

Таким чином, бачимо, що інтенсивність та обсяги співпраці між країнами у сфері зовнішньоекономічних зв'язків, безпосередньо залежать від їхніх відносин на політичній арені. У свою чергу, співпраця між країнами у різних напрямках повинна базуватися на взаємній довірі, повазі до територіальної цілісності, незалежності країни-партнера, що є визначальними принципами побудови й розвитку міжнародних зв'язків й міжнародної політики.

Перелік використаних джерел:

1. \$10 млрд від США та 10-й пакет санкцій від ЄС: що надають Україні союзники через рік після російського вторгнення. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64769478> (дата звернення: 13.03.2023).

2. У 2023-му нафтогазові доходи РФ обваляться вдвічі, а ВВП впаде на 8%. Прогнози деградації російської економіки від KSE. URL: <https://forbes.ua/money/u-2023-naftogazovi-dokhodi-rf-obvalyatsya-vdvichi-a-vvp-vpade-na-8-prognozi-degradatsii-rosiyskoi-ekonomiki-vid-kse-03012023-10874> (дата звернення: 12.03.2023).

3. 38-й випуск щотижневого дайджесту про вплив виходу іноземних компаній на економіку РФ. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/38-y-vipusk-shhotizhnevogo-daydzhestu-pro-vpliv-vihodu-inozemnih-kompaniy-na-ekonomiku-rf/> (дата звернення: 13.03.2023).

Стельмашук Юлія
студентка групи ПФ-21
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Потюк Василь
студент групи ПКa-12
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Крамар Ірина
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Yulia Stelmashchuk
student of the group PF-21
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Potiuk Vasyl
student of the group PKa-12
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Kramar
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

SOME FEATURES OF THE UKRAINIAN ECONOMY POST-WAR RECOVERY

В умовах війни українська економіка зазнала значних змін, адже активні бойові дії у різних регіонах України суттєво впливають на роботу галузей економіки, стають на заваді введення бізнесу або навіть його повного знищення, руйнують інфраструктуру та сприяють міграції робочої сили як за кордон, так і всередині країни. Зважаючи на розмір збитків, завданих повномасштабною війною РФ проти України нашій державі у різних сферах, а також беручи до уваги той факт, що їх обсяг лише зростає, актуальним питанням сьогодення є реінжиніринг економіки вже сьогодні. Реінжиніринг економіки варто розглядати як є одним із способів її виживання у короткостроковій перспективі й показником успіху та процвітання у довгостроковій. Саме тому, одним із ключових завдань для влади є формування стратегії післявоєнної відбудови України. Для того, аби ця стратегія була ефективною, необхідно врахувати наступні чинники:

- зміну кількості людського капіталу, що характеризується еміграцією великої частини громадян, високим рівнем безробіття, ризиком того, що внаслідок переміщення значної кількості кваліфікованих кадрів за кордон, частина з них може не повернутись навіть після перемоги України у війні;
- масштаби фінансових, ресурсних, виробничих, інфраструктурних, людських втрат, зниження пропозиції вітчизняних товарів на ринку, призупинення певних інвестиційних проєктів;
- обмежені джерела для залучення фінансової допомоги у зв'язку із зниженням ділової активності банків, ліквідацією великої кількості підприємств, банкрутством, соціально-економічною кризою у різних країнах світу [1].

За даними Інфляційного звіту за січень 2023 р. можна стверджувати, що інфляція очікувано пришвидшилася переважно під впливом чинників пропозиції. Деякі країн оновили свої багаторічні інфляційні максимуми. За прогнозами, у 2024-2025 роках економіка відновлюватиметься завдяки зниженню ризиків безпеки та, як наслідок, покращенню

споживчих і ділових настроїв, активізації споживання та інвестиційної діяльності в умовах налагодження виробничих і логістичних процесів та збереження значних фіскальних стимулів. Утім, реальний ВВП перебуватиме значно нижче за свій потенційний рівень через значні втрати виробничого та людського потенціалу. За оцінками НБУ, у 2024 році економіка зросте на 4,1%, а у 2025 році – ще на 6,4% [2].

Варто зазначити, що базовий сценарій макроекономічного прогнозу НБУ не враховує можливість швидкої реалізації плану відновлення України з відповідним припливом інвестицій, що може суттєво пришвидшити економічне зростання. Паралельно аналізуючи попередні інформацію підрахунків Міністерства економіки України за 2022 рік, то він став найважчим для вітчизняної економічної системи. Очікувано, найбільший шок від повномасштабної війни припав на березень 2022 року. Мінекономіки з використанням непрямих методів розрахунку та інструментів моделювання оцінило падіння ВВП у березні 2022 року на рівні 47-50% [3], що спричинило падіння за I квартал на 15,1% [3].

Таблиця 1

Макроекономічні показники (фактичні та прогнозовані) упродовж 2021-2023 років

Показник	Роки			
	2021	2022	2023 (прогноз)	2024 (прогноз)
Реальний ВВП, зміна у %	3,4	-33,4	5,5	4,9
ІСЦ, зміна у %	10,0	31,0	20,7	9,4
Базовий ІСЦ, зміна у %	7,9	24,5	12,4	2,6
Сальдо поточного рахунку, млрд. дол	-3,2	6,4	-3,9	-8,8
Міжнародні резерви, млрд. дол	30,9	20,8	21,2	28,7

Джерело [3]

Основними цілями відновлення економіки України у післявоєнний період є [4]:

1. Швидкість: за 12 місяців з моменту завершення війни – відновити безпечне середовище для комфортного життя людей та ведення бізнесу в Україні.

2. Розвиток: забезпечити зростання ВВП України з \$200 млрд у 2021 році до \$500 млрд у 2032 році та подальшу здатність економіки генерувати високі темпи економічного зростання.

3. Цілеспрямований, чіткий та міцний зв'язок із ЄС: досягти повної відповідності економічному критерію членства в Європейському Союзі та стати повноправним членом ЄС. Максимально поглибити економічні відносини з державами «Великої сімки» поза межами ЄС.

Таким чином, пріоритетним завданням для української влади та бізнесу є спільна робота над розробкою найкращих стратегій і тактик для післявоєнного відновлення економіки. З метою досягнення стабільності національної економіки та створення умов, що сприятимуть відновленню ділової активності, зростанню кількості суб'єктів господарської діяльності, довірі суспільства до органів державної адміністрації, подоланню корупції популярними стають проекти реформування [4], до яких належать: перебудова структури економіки, реформування механізмів регулювання малого та середнього бізнесу, ринків праці, реформа управління державною власністю, реформа правоохоронних органів.

Перелік використаних джерел:

1. Що відбувається в українській економіці? URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/prosto-pro-ekonomiku-na-osnovi-materialiv-inflyatsiy-nogo-zvitu-za-sichen-2023-roku> (дата звернення: 10.03.2023 р.)

2. Інфляційний звіт за січень 2023. НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiy-niy-zvit-sichen-2023-roku> (дата звернення: 11.03.2023 р.)

3. Державна служба статистики України. Оцінка макроекономічних показників. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.03.2023 р.)

4. Проект плану відновлення України. Робоча група з відновлення та розвитку економіки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf> (дата звернення: 13.03.2023 р.)

УДК 336.1: 351

Ткачук Наталія
кандидат економічних наук
старший викладач кафедри фінансів
Волинський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Natalia Tkachuk
PhD in Economics
Senior Lecturer of the Department of Finance
Lesya Ukrainka Volyn National University
Lutsk, Ukraine

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ PROBLEMS OF USING PUBLIC PROCUREMENTS DURING MARTIAL LAW IN UKRAINE

В останні десятиліття у всіх розвинутих країнах посилюється контроль за доходами малозабезпечених верств населення, частина з яких отримує допомогу від держави незаконно. Подібні явища дуже поширені й в Україні, тому владі треба більш прискіпливіше перевіряти отримувачів соціальної та інших форм допомоги у нашій країні під час війни Росії проти України та після її завершення.

В цьому плані важливо активніше використовувати механізм державних закупівель насамперед для придбання будівельних матеріалів для домогосподарств, постраждалих від російської агресії. Це необхідно робити щодо тих, хто претендує на державну допомогу на відновлення житла, дачних будівель, гаражів, приміщень для домашніх тварин та інших будівель, які були знищені російськими окупантами в 2022-2023 рр. Не секрет, що у селах біля великих міст, насамперед під Києвом, великі маєтки мали високозабезпечені верстви населення, які тепер претендують на певне відшкодування державою втрачених статків. Те саме стосується власників знищених дорогих квартир у будинках в Ірпені, Бучі, Гостомелі тощо. Крім того, частина власників втраченого житла мала по кілька та житлових будинків, які здавалися в оренду, щоб уберегти кошти від інфляції. Тому було б соціально справедливим відшкодувати вартість втраченого житла насамперед тільки тим сім'ям, для яких це житло було єдиним місцем проживання, а будівельні матеріали для цього придбавати тільки через механізм державних закупівель. Інакше можна очікувати надання цих матеріалів за завищеними цінами. Це також стосується проведення тендерних закупівель щодо надання державою будівельних матеріалів для відновлення виробничих приміщень для бізнесменів, які втратили повністю або частково свій бізнес.

Дуже серйозною проблемою в Україні є розкрадання державних коштів, виділених на відбудову об'єктів, які знищили російські окупанти, оскільки вони не проходять через систему державних закупівель. Тим більше, якщо ці кошти надаються іноземними кредиторами, що може призупинити надання іноземної допомоги нашій країні. Про це вже відкрито говорять провідні представники Республіканської партії США і не тільки. Якщо на майбутніх президентських виборах у США переможе представник цієї партії, то нашу країну, як стверджують більшість експертів, очікує суттєве скорочення американської допомоги у зв'язку з недостатньою боротьбою з корупцією. А таких прикладів навіть в умовах війни Росії проти України не меншає.

Так, в кінці січня 2023 р. СБУ викрила керівництво Сумської ОВА на розкраданні коштів, призначених на відбудову інфраструктури, зокрема на відбудову міста Охтирки. За даними досудового слідства, у квітні 2022 р. заступник голови Сумської ОВА спільно з керівником Департаменту капітального будівництва, призначення якого він пролобіював, організували відповідну корупційну схему. Для цього зловмисники уклали договори на проведення відновлювально-будівельних робіт з п'ятьма афілійованими комерційними структурами. Слідством встановлено, що вони свідомо внесли в кошторисну документацію ціни на будматеріали, які в 2-3 рази перевищували ринкові. Їхнє придбання відбувалося через спеціально створені цими ділками «фірми-прокладки». Зокрема, під час ремонту лише одного об'єкту зловмисники привласнили 1,4 млн грн. Наразі тривають експертизи щодо 80 подібних об'єктів.

Тому все більше експертів звертаються до влади з клопотанням щодо повернення публічних закупівель на вказані роботи навіть не дивлячись на періодичні відключення світла у тих чи інших регіонах. Тільки таким чином можна буде суттєво зменшити корупційні діяння при проведенні відновлювальних робіт в Україні, вартість яких складає сотні мільярдів гривень.

Не дивлячись на те, що до війни Росії проти України ми займали непогані місця у міжнародному рейтингу бюджетної прозорості (у 2017 р. – 39 місце серед 115 країн, а в 2019 р. – 26 місце серед 117 країн) нашій країні треба ще багато зробити для оптимізації бюджетних витрат, в тому числі за допомогою публічних закупівель.

Насамперед потрібно підвищити рівень прозорості щодо використання бюджетних коштів на всіх рівнях управління, покращити інформованість суспільства про фінансові ресурси держави, про обґрунтованість публічних видатків та їх ефективність тощо. На це нашу країну націлюють угоди, підписані з ЄС, МВФ та іншими міжнародними структурами і провідними демократичними країнами світу. Під час війни Росії проти України ці проблеми ще більше загострилися, оскільки прозорість публічних витрат суттєво зменшилася в силу об'єктивних причин (війна), а також через зменшення контролю суспільства за багатьма видами публічних витрат, про які багато владних структур повинні були б інформувати суспільство, але не роблять цього, використовуючи війну як спосіб незаконного збагачення. Як свідчить історія, всі війни вели до збагачення за рахунок держави невеликої групи осіб, допущених до військових закупівель. Тому в Україні необхідно максимально використовувати удосконалений механізм публічних закупівель навіть під час війни (з невеликими винятками), а не обмежувати їх.

Перелік використаних джерел:

1. Бігун Н. Як Prozorro адаптується до умов воєнного часу. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2022/10/27/693107/>
2. Давиденко А. Як підвищити ефективність контролю закупівель. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/11/6/666985/>
3. Карлін М. І. Комплексне забезпечення фінансово-економічної безпеки держави. Київ. Кондор, 2020. 416 с.
4. Кириленко О., Русін В. Напрями мінімізації фінансових шахрайств у сфері публічних закупівель. Світ фінансів. 2020. № 2(63). С. 62-76. (група Б). URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1320/1324>

УДК 504.054:504.062

Янчинський Володимир
аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Volodymyr Yanchynskyi
Postgraduate student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЕКОАКТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО УТИЛІЗАЦІЇ ВІДХОДІВ ВИРОБНИЦТВА ECO-ACTIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES REGARDING PRODUCTION WASTE DISPOSAL

Сьогодні однією з найбільш глобальних екологічних проблем є накопичення відходів життєдіяльності людини, які отруюють землю, воду, повітря, погіршуючи тим самим стан здоров'я населення. Відходи, їх захоронення та накопичення чинять шкоду довкіллю не лише в момент їх звалення та видалення, але й протягом дуже тривалого часу, адже деякі матеріали розкладаються сотні років, є небезпечними та токсичними [1]. Однак, як показує практика Європейських країн, вміле поводження з відходами та їх раціональна утилізація може стати ще одним джерелом доходу для держави чи окремих підприємств.

Утилізація, як одна з найважливіших складових поводжень з відходами, являє собою окрему ланку зниження рівня забруднення довкілля побутовими та промисловими відходами. Варто зазначити, що одним з сучасних можливих варіантів утилізації відходів є використання замкнутого циклу виробництва на підприємствах. Насьогодні більшість вітчизняних промислових підприємств не мають відповідних технологій використання відходів у своєму технологічному процесі, тому переробка власних відходів в секторі виробництва є нерентабельною та неефективною [1].

Вивчаючи офіційні дані Державної служби статистики України [2], протягом 2020 року на підприємствах України було накопичено 456 423,8 тис. тонн небезпечних виробничих відходів (рис. 1) та 12 634,9 тис. тонн побутових та подібних відходів, що разом становило близько 469 058,7 тис. тонн. Станом на 2020 рік у спеціально відведених місцях, об'єктах та на території підприємств країни було накопичено 15,6 млрд тонн відходів. Дані оприлюднені ще до війни в країні та розуміємо, що і цього вже було достатньо для катастрофічної екологічної ситуації в державі [3]. Тому необхідність розробки та впровадження активно діючих методів утилізації відходів в Україні стала очевидною і вкрай необхідною.



Рисунок 1. Структура утворення відходів від економічної діяльності в Україні станом на 2020 рік, тис. тонн

Примітка: складено автором на основі [2]

Сьогодні в Україні немає достатніх потужностей для переробки відходів, немає жодного полігону для їхнього розміщення, який би відповідав європейським вимогам для захоронення відходів, а із 6 000 наявних полігонів і звалищ обладнання для дегазації є лише на 26 полігонах, установки для очищення фільтрату – лише на 2. Більшість полігонів експлуатуються понаднормово з численними порушеннями природоохоронного законодавства [4]. Екологічна ситуація є катастрофічною, а вплив, який був завданий довкіллю за останній рік російського вторгнення важко й уявити. З початком повномасштабної війни проблема відходів постала ще більш гостро. Багато з діючих підприємств постраждали, порушено логістичні зв'язки, зруйновано житлові будинки, об'єкти інфраструктури, підприємства, тисячі автомобілів спалено та понівечено [4]. Зараз повністю неможливо оцінити масштаби руйнувань та утворення відходів через бойові дії, які ще досі тривають та згідно з прорахунками Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України разом із Державною екологічною інспекцією вже задокументовано понад 2 300 злочинів проти природи, а попередні підрахунки показують, що розмір збитків завданих навколишньому середовищу уже сягає понад 2 трильйони гривень. Тобто розуміємо, що обсяги відходів від руйнацій по всій Україні є колосальними.

Довкілля потребує відновлення й турботи на рівні держави та світу вже зараз. Війна змусила нас визначати та ставити пріоритети: обираючи між людським життям та природними і матеріальними благами, ми завжди намагаємось зберегти життя, адже це – найвища цінність. Але після перемоги ми можемо прокинутись в країні, де є мир, люди та немає умов для безпечного життя – чистого повітря, води та ґрунту [5]. Сподіваємося, що прийнятий Закон України № 2320-IX «Про управління відходами» від 20 червня 2022 року [6], набрання чинності якого відбудеться 9 липня 2023 року, створить підґрунтя для запровадження розширеної відповідальності виробника – системи, у якій виробник відповідає за збір, повторне використання та перероблення продукції після того, як вона відслужила свій термін, тим самим поклавши початок кругової економіки України – країни, єдиної в Європі, де розширеної відповідальності виробника й досі немає.

Перелік використаних джерел:

1. Чигрин О.Ю., Скотникова В.В. Еколого-економічні передумови утилізації відходів. Видавництво СумДУ, 2012. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/26520>

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Савицький О. Україна зможе подолати сміттєву кризу. Що передбачає ухвалений Радою закон? / Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/20/688345/>
4. Бондаренко О. Вікно реформ : як впровадити європейський підхід до поводження з відходами / Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/20/688323/>
5. Пампуряк К. Небезпечні відходи як один із викликів для екологічної критичної інфраструктури / GreenPost. URL: <https://greenpost.ua/blogs/nebezpechni-vidhody-yak-odyn-z-vyklykiv-dlya-ekologichnoyi-krytychnoyi-infrastruktury-i52125>
6. Про управління відходами : Закон України від 20.06.2022 р. № 2320- IX. Законодавство України : сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2320-20#Text>

СЕКЦІЯ 2
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ,
ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

УДК 338.28

Віцента Ольга
студентка групи ППМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Мариненко Наталія
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки на фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olha Vitsenta
student of the group PPM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Nataliia Marynenko
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ
MODERN FEATURES OF EDUCATION DIGITALIZATION

У сучасному світі технологічний прогрес розвивається із неймовірною швидкістю та впливає на різні аспекти нашого життя, включаючи економіку, культуру, освіту та науку. У зв'язку з цим відбувається цифровізація суспільства, зокрема, цифрова трансформація освіти є головним завданням ефективного розвитку інформаційного суспільства в Україні. Поява цифрових технологій призводить до зміни принципів функціонування діяльності закладів освіти, передбачає залучення електронно-цифрових пристроїв і створення кіберфізичного освітнього середовища.

Умови цифровізації суспільства поставили перед системою освіти ряд викликів, серед яких, зокрема, знання у сфері інформаційних технологій, розуміння їх впливу на різні сфери життя та практичне використання цих знань у процесі навчання підростаючого покоління. Інтеграція освіти в умовах цифрової екосистеми означає поєднання традиційних методів і форм освіти з новими технологіями та методиками, що ґрунтуються на використанні інформаційних та комунікаційних технологій (далі – ІКТ). Це дає змогу покращити якість освіти, забезпечити доступ до навчання та створити нові можливості для саморозвитку.

Цифровізація освіти залежить від багатьох чинників і новітніх тенденцій розвитку інформаційного суспільства, основними з яких є розвиток штучного інтелекту (Artificial intelligence), створення нейромережі (Artificial Neural Networks), удосконалення мобільних засобів та ІКТ доступу до електронних даних, розвиток технології хмарних обчислень та впровадження технології туманних обчислень (Cloud Computing and Fog Computing), запровадження чат-ботів (Chat Bots), упровадження технологій блокчейн (Blockchain), генерування та використання електронних інформаційних баз і систем (Big Data, Data Mining, Data Bases), розвиток робототехніки (Robotics), розвиток систем захисту даних в інформаційних системах та протидія кіберзлочинності (Data Security and Counteraction of Cybercriminality) [1].

Першочерговим при побудові інформаційно-освітнього середовища мають бути: удосконалення технологій дистанційного навчання, використання комп'ютерно-орієнтованих засобів у навчальному процесі, забезпечення підтримки науково-дослідної роботи за допомогою ІКТ, запровадження ІКТ в управлінні освітою на всіх рівнях, використання технологій хмарних обчислень, забезпечення мобільності інформаційно-комунікаційної діяльності користувачів в інформаційному просторі (Mobility), впровадження ІКТ у навчання та викладання усіх дисциплін освітніх закладів.

Для підтримки та удосконалення науково-технічного потенціалу в Україні було ухвалено «Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року» [2], яка передбачає комерціалізацію наукових розробок і технологій, створення умов для розвитку наукового-технічного прогресу, зокрема шляхом розвитку науково-дослідних інститутів та науково-технічних парків. Крім того, стратегія передбачає розвиток національної системи кваліфікацій, яка має забезпечити належну якість підготовки фахівців в галузі науки, техніки та інновацій відповідно до інноваційного розвитку країни.

«Цифрова адженда України – 2020» розглядає основні завдання щодо цифрової грамотності населення, основні з них: розробка та реалізація програм навчання цифрової грамотності для різних категорій населення; впровадження електронної системи навчання, яка дозволить забезпечити доступ до навчальних матеріалів та підвищити ефективність процесу навчання; впровадження уроків цифрової грамотності в шкільну та вищу освіту; забезпечення доступу населення до інтернету та технологій нового покоління; розвиток електронної комерції та онлайн-сервісів; впровадження механізмів кібербезпеки на державному та корпоративному рівнях, забезпечення захисту від кібератак, крадіжок даних та інших загроз; підвищення рівня кваліфікації фахівців у галузі цифрових технологій; створення сприятливих умов для розвитку та працевлаштування молодих інженерів і розробників; забезпечення стабільної макроекономічної ситуації та розвиток інфраструктури зв'язку та інтернету для залучення іноземних інвестицій у галузь цифрових технологій [3].

Реалізація цих завдань передбачає розвиток національної програми «Цифрова освіта», створення центрів навчання та підвищення кваліфікації, а також співпрацю з міжнародними організаціями, які займаються розвитком цифрової грамотності [3].

Цифровізація освіти є важливим елементом реформування освітньої сфери та рушійною силою ефективного розвитку інформаційного суспільства України. Також, цифровізація освіти неможлива без урахування світових трендів, зокрема, таких як штучний інтелект, блокчейн, інтернет речей, роботизація, медіаосвіта тощо. Епідемія COVID-19, воєнний стан в Україні вплинули на функціонування традиційної освітньої сфери, як з точки зору управління, організації освітніх процесів, комунікації, оцінювання результатів освіти, так і стосовно використання цифрового освітнього контенту.

Загалом, цифрова трансформація освіти допоможе забезпечити високу якість навчання і розвиток компетентної, грамотної та креативної молоді, яка зможе успішно конкурувати на ринку праці.

Перелік використаних джерел:

1. Биков В. Ю., Спірін О. М., Пінчук О. П. Проблеми та завдання сучасного етапу інформатизації освіти. Наукове забезпечення розвитку освіти в Україні: актуальні проблеми теорії і практики (до 25-річчя НАПН України). 2017. С. 191-198. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/709026>.
2. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text>.
3. Цифрова адженда України – 2020. («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

Гарматій Сергій
аспірант 3-го року навчання
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Науковий керівник: Крамар Ірина
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Serhii Harmatii
post-graduate student of the 3rd year of study
Scientific supervisor: Iryna Kramar
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ДОСЛІДЖЕННЯ НОРМАТИВНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ЕКОНОМІКИ В НАУКОВОМУ ТА ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОМУ
ПАРТНЕРСТВІ**

**STUDY OF REGULATORY AND ECONOMIC ASPECTS OF EUROPEAN
INTEGRATION PROCESSES OF MODERN ENTERPRISES OF THE NATIONAL
ECONOMY IN SCIENTIFIC, INNOVATIVE AND TECHNOLOGICAL COOPERATION**

Вектор економічного та інноваційно-технологічного співробітництва, обраний ще до військового вторгнення 2022 року, чітко направлений на розширення та прискорення співробітництва всіх інституцій і підприємств національної економіки з Європейським співпростором.

Відповідно до Глави 9 Розділу V Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, розвивають і посилюють наукове та технологічне співробітництво з метою як наукового розвитку як такого, так і зміцнення свого наукового потенціалу для вирішення національних та глобальних викликів наступні відповідальні органи в Україні:

- Державне космічне агентство;
- Міністерство освіти і науки України;
- Міністерство економічного розвитку і торгівлі України;
- Державна регуляторна служба;
- Міністерство фінансів України.

Держані інституції України розробили спеціальну платформу, де українські підприємства або компанії зможуть шукати собі партнерів в європейському просторі.

Enterprise Europe Enterprise network (EEN) – найбільша підпрограма COSME – Європейська мережа підприємств. Мережа EEN створена у 2008 та працює за підтримки проекту COSME. Мережа EEN є віртуальним торговельним майданчиком та охоплює 65 країн, де працює понад 600 бізнес-асоціацій. Це також понад 2,5 млн. компаній-учасниць, понад 16 000 технологічних розробок та бізнес-пропозицій. Протягом року EEN проводить близько 100 великих заходів для бізнесу, на яких понад 18 000 компаній-учасниць (b2b зустрічей) шукають партнерів.

За допомогою EEN українські підприємці можуть:

- шукати потенційних покупців продукції в ЄС та інших країнах - учасницях EEN;
- розміщувати комерційні замовлення, поширювати/відстежувати комерційні пропозиції;
- шукати та залучати новітні технології з-за кордону;
- шукати інвесторів та партнерів у ЄС та інших країнах-учасницях EEN, у т.ч. для створення спільних підприємств.

Консорціум EEN має своїм обов'язком максимально інформувати щодо можливостей програм COSME, [HORIZON 2020](#) та усіх інших програм та проектів фінансової підтримки ЄС, доступних для України. Учасники Консорціуму відповідають на запити європейських учасників EEN, роблять вибірково оцінку проектів комерційних та технологічних профілів, що розміщуються учасниками в системі EEN, а також навчають, як користуватися усіма можливостями системи. Вони надають підтримку потенційним учасникам у пошуку партнерів у ЄС для участі у проектах (багато проектів COSME передбачають формування міжнародного Консорціуму учасників, як правило, це не менше чотирьох організацій й не менш, як з трьох різних країн).

Також важливим моментом організаційно-економічного механізму євроінтеграційних процесів є наукове та інноваційно-технологічне співробітництво, та обмін напрацюваннями в цій сфері.

Відповідальні органи в Україні:

- Державне космічне агентство;
- Міністерство освіти і науки України;
- Міністерство економічного розвитку і торгівлі України;
- Державна регуляторна служба;
- Міністерство фінансів України [1].

На рисунку 1. представимо очікувані результати від реалізації організаційно-економічного механізму євроінтеграції вітчизняних підприємств у напрямку наукових технологій.

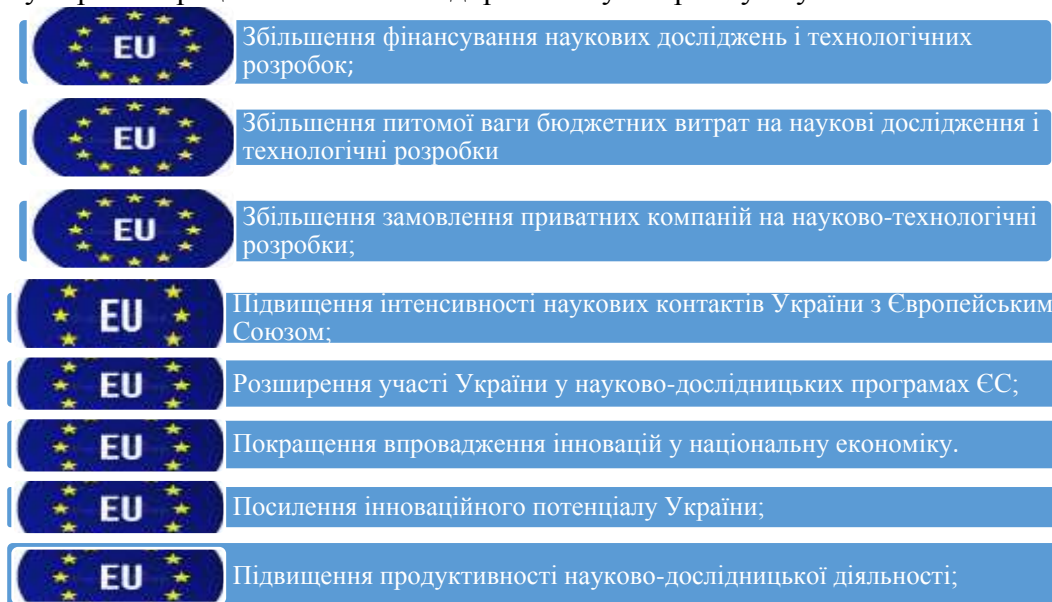


Рисунок 1. Очікування від реалізації механізму організаційно-економічних євроінтеграційних процесів вітчизняних підприємств

Аналізуючи дані, представлені на рис. 1., можна прослідкувати актуальність обміну науковими та технологічними напрацюваннями європейських фондів, як в теоретичному, науковому, інноваційному так і практичних аспектах реалізації на сучасних вітчизняних підприємствах та компаніях. Хоча зараз і відбуваються військові події на території України, але на нашу думку в плані технологій, особливо у військовій галузі, та машинобудуванні військової техніки вже відбуваються обміни технологіями та науковому напрацюваннями зі всіма країнами Євросоюзу, Сполученими Штатами Америки, Великобританією.

Перелік використаних джерел:

1. Євроінтеграційний портал. Електронний ресурс доступу URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/>

Каліщук Владислав
студент групи ПМ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Семенюк Світлана
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Vladuslav Kalishchuk
student of the group PM-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Svitlana Semeniuk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Industrial Marketing Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ ТА ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА PECULIARITIES OF THE INTEGRATION OF THE STATE, BUSINESS, SCIENCE AND EDUCATION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF SOCIETY

У сучасному світі цифрові технології входять у всі сфери життя людей і їх вплив на суспільство стає все більш очевидним. Цифровізація суспільства змінює економіку, політику, науку, освіту, а також спосіб життя людей. Одним із найбільш важливих аспектів цифрової трансформації є інтеграція держави, бізнесу, науки та освіти. Ці сфери повинні працювати разом, щоб забезпечити розвиток суспільства та підвищити якість життя людей. Цифровізація суспільства надає нові можливості для інтеграції держави, бізнесу, науки та освіти. В цьому контексті ми розглянемо особливості цієї інтеграції та її вплив на розвиток суспільства.

У дослідженні розглянуто особливості цієї інтеграції та визначено основні виклики, з якими стикаються держава, бізнес, наука та освіта при цифровізації суспільства. Цифрова трансформація відкриває нові можливості для інтеграції держави, бізнесу, науки та освіти. Однак, для успішної інтеграції цих сфер, необхідно враховувати особливості кожної з них. Держава має забезпечити правову базу для цифрової трансформації та розвитку цифрових інфраструктур, що включають в себе електронну ідентифікацію, електронну пошту, електронний підпис та інші інструменти.

Варто зазначити, що бізнес повинен забезпечити високу якість продукції та послуг, які відповідають вимогам цифрової економіки, впроваджувати інноваційні технології та створювати нові бізнес-моделі. Наука повинна вивчати та розробляти нові технології та рішення, які б допомогли вирішувати складні проблеми цифрового суспільства. Освіта повинна підготувати молоде покоління до роботи в умовах цифрової економіки, забезпечити високий рівень професійної компетентності та підвищувати кваліфікацію фахівців.

Перш за все, зауважимо, що цифрові технології змінюють спосіб функціонування бізнесу та економіки в цілому. Вони дозволяють розширювати ринки збуту, зменшувати витрати на виробництво та збільшувати ефективність бізнес-процесів.

Цифровізація суспільства надає державам нові можливості для забезпечення більш ефективного та транспарентного управління. Держава може використовувати цифрові технології для збору та обробки даних про свої громадян, що дозволяє покращити якість послуг та забезпечити більш точне планування бюджету. Крім того, цифрові технології

надають державі можливість співпраці з приватним сектором та залучати інвестиції в економіку.

Бізнес може використовувати цифрові технології для покращення своєї продуктивності та ефективності. Наприклад, використання хмарних технологій дозволяє компаніям працювати з даними та програмними засобами в онлайн-режимі, що підвищує продуктивність роботи та знижує витрати на інфраструктуру. Крім того, цифрові технології надають бізнесу можливість залучати більше клієнтів та розширювати свої ринки завдяки онлайн-маркетингу та електронній комерції.

Цифрові технології змінюють підхід до науки та освіти, роблять їх більш доступними та ефективними. Однією з головних переваг цифровізації науки є можливість обміну даними та інформацією між науковцями з різних країн, що сприяє зростанню наукових досліджень та відкриттів. Крім того, цифрові технології дозволяють науковцям використовувати більш розширені методи дослідження, що дозволяє отримувати більш точні результати та покращувати якість наукових робіт.

Освіта також зазнає значних змін завдяки цифровізації. Цифрові технології надають можливість створювати інтерактивні та ефективні методи навчання, зокрема, за допомогою відеоуроків, онлайн-курсів та мобільних додатків. Крім того, цифрові технології дозволяють створювати більш персоналізовані програми навчання, що забезпечує більш ефективну передачу знань та навичок студентам. Інтеграція науки та освіти може допомогти розв'язати багато сучасних проблем. Наприклад, співпраця між науковими установами та освітніми інституціями може допомогти розв'язати проблему відсутності кадрів у сфері нових технологій.

Головна перевага цифровізації в бізнесі – це підвищення ефективності. Цифрові інструменти дозволяють автоматизувати багато процесів, що знижує ризик помилок та збільшує швидкість виконання. Наприклад, електронна система управління запасами може відслідковувати кількість товарів та автоматично оновлювати запаси. Це дозволяє уникнути надмірного зберігання товарів та зменшує ризик втрати товарів через неправильне управління запасами. Якщо підприємство проводить грамотну політику цифровізації, то всі робочі місця залишаться за працівниками попри створення онлайн магазинів для охоплення більшої аудиторії та збільшення продаж. Інша перевага цифровізації - це контроль. Цифрові інструменти дозволяють отримати повний контроль над бізнес-процесами та швидко реагувати на потреби ринку. Наприклад, система управління продажами може допомогти відслідковувати продажі та передбачати попит на товари, що дозволяє компанії зробити правильні рішення та забезпечити необхідну кількість товарів на складі.

Перевагами цифровізації в державі є забезпечення більшої доступності та якості державних послуг. Цифрові інструменти дозволяють забезпечити швидкий та зручний доступ до державних послуг, що знижує час та витрати на їх отримання. Наприклад, електронна система подачі декларацій дозволяє громадянам подати декларації в онлайн-режимі та отримати відповідні рішення швидко та без зайвих зусиль.

Незважаючи на те, що цифровізація може забезпечити безліч переваг для бізнесу, є деякі недоліки, які можуть виникнути при її впровадженні. Деякі з найбільш поширених недоліків цифровізації бізнесу включають наступне:

1. Високі витрати, адже впровадження цифрових технологій вимагає значних витрат на закупівлю обладнання, програмного забезпечення, навчання персоналу і забезпечення безпеки даних.

2. Страх перед змінами, оскільки деякі люди можуть стати осторонь від впровадження нових технологій через страх перед змінами. Це може бути особливо проблематичним в компаніях зі старими культурами, де працівники можуть бути боязкими змін.

3. Надмірна залежність від технології, адже цифрові технології можуть зробити бізнес більш ефективним, але вони також можуть створювати надмірну залежність від них. Якщо технологія відмовить, це може призвести до великих проблем для бізнесу.

4. Потрібність у навчанні персоналу. Використання нових технологій може вимагати навчання персоналу, що може забрати значну кількість часу і коштів. Крім того, не всі працівники можуть бути готові до навчання.

5. Проблеми з безпекою даних: Зростаюча кількість цифрових даних може ставити бізнес під загрозу кібератак та інших безпекових проблем. Підвищення ризику порушення безпеки даних може призвести до витрат на захист від цих загроз.

Отже, умови цифровізації суспільства вимагають нових способів співпраці держави, бізнесу, науки та освіти. Інтеграція цих сфер є ключовим елементом успішної цифрової трансформації.

Перелік використаних джерел:

1. Цифровізація як етап становлення цифрового суспільства знань. URL: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/tsyvrovizatsiya-yak-etap-stanovlennya-tsyfrovogo-suspilstva-znan/>
2. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyvrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv>
3. Ж.В. Дерій Стратегічні напрямки цифровізації АПК Україна/ Ж.В. Дерій URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/760>
4. Цифрова трансформація: переваги та основні напрямки. URL: <https://www.xerox.com/uk-ua/services/insights/shcho-take-tsyfrov-zats-ya-nav-shcho-vona-potr-bna>
5. Воржакова Ю. П. Сутність цифрової трансформації з різних позицій підприємців та науковців / Ю. П. Воржакова, О. І. Хлебінська // Економіка та держава. – 2021. – № 9. – С. 107-111

УДК 608.1/3 (075.347.77)

Лецишин Назарій

студент групи МВм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Склярів Руслан

кандидат технічних наук, доцент

доцент кафедри конструювання верстатів, інструментів та машин
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Nazarii Leshchyshyn

Student of the group MVm-51

Ternopil Ivan Pulyu National Technical University

Ternopil, Ukraine

Ruslan Skliarov

PhD (Engineering), Associate Professor

Associate Professor of the Design of Machine Tools, Instruments and Machines Department

Ternopil Ivan Pulyu National Technical University

Ternopil, Ukraine

АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ СТОСОВНО ЗАХИСТУ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ ТА БАЗ ДАНИХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ANALYSIS OF THE LEGISLATION OF UKRAINE REGARDING THE PROTECTION OF COMPUTER PROGRAMS AND DATABASES AT THE CURRENT STAGE

На сьогоднішній день важко знайти галузь, де б не використовувались комп'ютерні програми (КП) та бази даних (БД), вони стали невід'ємною частиною нашого повсякденного

життя. На ринку програмного забезпечення існує велика конкуренція, тому захист прав авторів на розроблені ними об'єкти інтелектуальної власності (ІВ) є важливим завданням. Багато компаній та індивідуальних розробників програмного забезпечення (ПЗ) несуть збитки через їх неналежний захист. Такий стан речей часто є причиною зниження, зі сторони останніх, мотивації до розробки нового, сучаснішого ПЗ.

Створення нових програм та БД, сучасного ПЗ є однією із складових, яка сприяє інноваційному розвитку ІТ-сфери, що в свою чергу буде мати позитивний ефект для розвитку різних галузей економіки, а також сприятиме цифровізації суспільства.

Захист КП та БД в Україні можливий як зі сторони авторського права, так і зі сторони дизайну, а також за допомогою засобів індивідуалізації товарів та послуг (рис. 1).

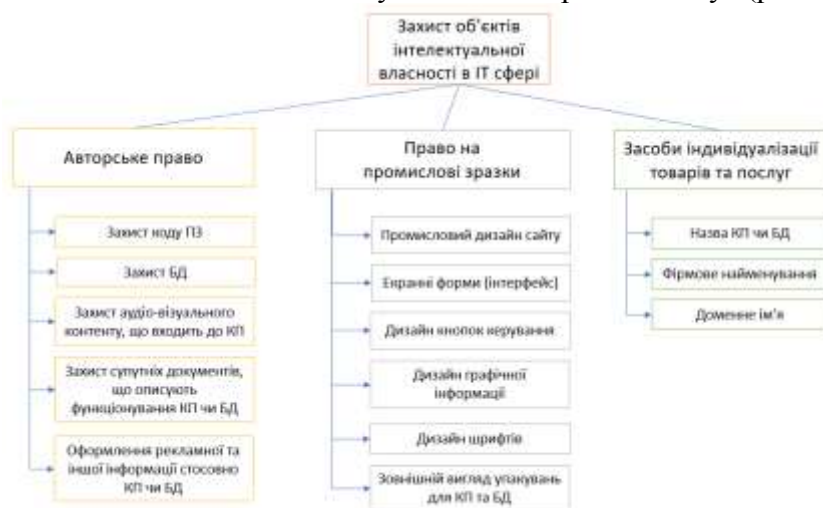


Рисунок 1. Реалізація захисту об'єктів інтелектуальної власності в ІТ- рішеннях

Законодавчі норми, в яких регулюються питання захисту КП та БД були прийняті в Україні ще в 1993 році, коли Верховна Рада ратифікувала Закон України «Про авторське право та суміжні права» №3792-ХІІ. За майже 30 років в даний закон були внесені різноманітні доповнення та нові норми. Так закон був змінений в 1994, 1997, 2003, 2010, 2019 та 2022 роках. Дані зміни мали під собою різне підґрунтя, так редакції Закону 1997 та 2010 були спричинені підписанням Україною міжнародних угод, а нововведення в редакціях Закону 2003, 2019 та 2022 року були спричинені розвитком нових інформаційних та цифрових технологій, та прийняттям Директив ЄС 91/250/ЕЕС та 96/9/ЕС.

З 01 січня 2023 року набрав чинності Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 01.12.2022 № 2811-ІХ [1]. Даний Закон повинен забезпечити ефективну охорону та захист прав авторів КП, БД та інтернет сайтів у відповідності до норм авторського права. Прийнятий Закон повністю скасував дію попередньої версії Закону «Про авторське право та суміжні права» № 3792-ХІІ.

Нова редакція суттєво розширила термінологію, особливу ту, яка стосується сфери інформаційних технологій. Ці Зміни знайшли відображення в Статті 1 даного Закону.

Слід відзначити, що питанням охорони комп'ютерних програм присвячена Стаття 20 даного Закону. В ній викладені цивільно-правові норми щодо захисту КП, а також наведені виключення з правил, щодо їх правового захисту.

Даний Закон в Статті 21 дає пояснення, які стосуються захисту баз даних. Дана стаття має 8 пунктів, в них зазначені умови надання правової охорони, а також вказані виключення з правил, крім того багато норм права викладені з позицій права особливого роду (*sui generis*). Також в даній Статті в п.7 вказано термін правової охорони БД, він може становити 15 років від дати її створення.

Вільному використанню КП та БД присвячені відповідно Статті 25 та 26 даного Закону, дано перелік дій, які можна здійснювати по відношенню до них, а також перелік того, що робити заборонено.

Закон визначає терміни правової охорони стосовно об'єктів авторського права. Дана норма викладена в Статті 31, вона не змінилась в порівнянні з попередньою версією закону. Захист об'єктів ІВ з точки зору авторського права відбувається за життя автора / останнього співавтора та триває 70 років від дати його смерті.

Однією із новацій даного Закону є Стаття 33, яка стосується норм захисту авторського права на об'єкти ІВ створені за допомогою комп'ютерних програм (штучного інтелекту). В п.б. даної Статті вказано, що такі об'єкти можуть охоронятися терміном до 25 років.

Заслуговують на увагу законодавчі норми, що стосуються захисту авторського права в мережі Internet, цим питанням присвячені Статті 55-58.

Також згідно чинного законодавства, а саме Закону «Про охорону прав на промислові зразки» від 23.12.93 року № 3770-ХІІ [2], можна здійснювати захист окремих елементів КП та БД (їх перелік приведений на рис. 1).

Для захисту КП, БД та інтернет-сайтів можна застосовувати норми Закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 року № 3689-ХІІ [3]. Це можна здійснити за рахунок реєстрації їх назв в якості торговельних марок, також можна здійснити реєстрацію доменного імені, ці норми викладені в Статті 5 даного Закону.

Перелік використаних джерел:

1. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 01.12.2022 року № 2811-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
2. Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» від 23.12.1993 року № 3770-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3688-12#Text>
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 року № 3689-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/3689-12#Text>

УДК 027.7:378

Панухник Олена

доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК РЕЗУЛЬТАТ НАВЧАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕНЬ: ПОТРЕБА ПОВЕРНЕННЯ СТУДЕНТСТВА ДО ЧИТАННЯ КНИГ І ВІДВІДУВАННЯ БІБЛІОТЕКИ FORMATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION COMPETENCES AS A RESULT OF STUDY AND RESEARCH: THE NEED FOR STUDENTS TO START READING BOOKS AND VISIT LIBRARIES

*Людина перестає мислити, коли перестає читати
Дені Дідро*

У зв'язку з інтеграцією технологій у всі сфери життя людини, зокрема, в освітню та наукову, особливого значення набувають комунікативні компетенції та можливості студентів

вищої освіти. Важливою формою підвищення якості підготовки студентів та основою їхньої майбутньої самостійної освіти є культура читання.

це особливий елемент комунікації людства із наявністю низки перемінних – актуальне сьогодні впливає на зміст подальшого;

Читання: *це вміння правильно декодувати прочитаний текст для власних цілей;*

це інструмент підвищення інтелектуального і духовного потенціалу країни;

це невіддільна складова навчально-професійної діяльності студентів.

Сьогодні науковці й дослідники стурбовані проблемою співіснування книг і електронних засобів масової інформації, роздумуючи над тим, що читання втрачає свій первісний статус естетичного задоволення й використовується все частіше лише як засіб отримання інформації. Не зрозумілою для них є також закономірність формування низького і недостатнього рівня читацької діяльності серед молоді, а також відсутність мотивації відвідування ними бібліотек.

На сьогодні в Україні склалася тривожна ситуація щодо читання, а особливо критичною вона є з найбільш активною та прогресивною частиною населення – це юнацтвом та молоддю [1]. Серед причин, що спричинили розвиток негативної тенденції розвитку читання, можна виділити такі чинники об'єктивного та суб'єктивного характеру, як зниження економічного та морально-культурного рівня життя нашого суспільства; засилля мас-медійної культури; захоплення сучасної молоді комп'ютерними технологіями та Інтернетом; перевантаження навчальних програм, а звідси брак в студентів вільного часу для читання; відсутність комплексної програми розвитку читацької культури особистості.

Зокрема, за даними одного із найбільших і найпотужніших міжнародних досліджень у галузі освіти Programme for International Student Assessment (PISA), запровадженого й підтримуваного Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), на початку ХХІ століття, в Україні 26,4 % дітей не досягають навіть базового рівня з природничо-наукової грамотності, 36 % – з математичної компетентності та 29,5 % – з читання. У глобальному проєкті вибірку складають 15-18-річні молоді громадяни – учні та студенти, успішність яких визначається за 6-бальною шкалою, де 1 бал – це дуже низькі результати, а 5-6 – дуже високий рівень. Так, за результатами PISA-2018, де акцент ставився саме на читацькій грамотності, середній бал українських студентів із читання становив 466 балів (у країні-лідера – 555 балів та у середньому в країнах ОЕСР – 487 бали). При цьому, **74 % українських студентів досягнули другого рівня сформованості читацької компетентності** (у країнах ОЕСР – 77 %), тобто 26 % не мають базового рівня в читанні (у країнах ОЕСР – 23 %). Водночас, **5-6 рівня досягнули лише 3 % студентів** при показнику 9 % у країнах ОЕСР. Як висновок, *студенти можуть формувати повне і детальне розуміння тексту з незнайомим змістом чи формою, а також розбиратися з поняттями, які суперечать очікуванням* [2].

Сучасна людина живе у світі, де все змінюється з блискавичною швидкістю, зростає як кількість, так і різноманітність писемних текстів, де все більшій кількості людей доводиться використовувати їх по-новому й у набагато складніших ситуаціях. Сьогодні загально визнаним є той факт, що наше розуміння поняття читацької грамотності змінюється залежно від змін у суспільстві й культурі. Навички читання, які вважалися потрібними для розвитку особистості, успіхів у навчанні, участі в економічному й громадському житті 20 років тому, відрізняються від тих, які потрібні сьогодні. Імовірно, що й через наступні 20 років вони також зміняться [3].

Під час формування комунікативно-пізнавальної діяльності кожен студент повинен вміти опрацювати, аналізувати, відбирати й аргументувати інформацію, котра є важливою для реалізації поставленого перед ним завдання (до прикладу, написання курсових чи кваліфікаційних робіт), виражати нові ідеї та думки власними словами, самостійно будуючи при цьому причинно-наслідкові зв'язки. Читання дає змогу розширити світогляд молоді, розвиває логіку, інтелект, пізнавальні інтереси, а також вчить бачити стильову різноманітність текстів, досліджень чи додаткового матеріалу, спонукаючи при цьому їх до формування суб'єктивних поглядів і життєвої позиції за допомогою паперового матеріалу.

На даний час основними факторами впливу на процес читання студентства можна виділити економічну ситуацію в країні, яка вплинула на соціальне розшарування в суспільстві; реформування системи освіти, перебудову навчальних програм та збільшення навчального навантаження; низький рівень усвідомлення молодим поколінням важливості процесу читання; розвиток нових моделей і напрямів застосування засобів масової інформації та способів електронної комунікації, а також стан бібліотечної справи в державі, оскільки одним із основних джерел отримання інформації все ж таки залишаються саме бібліотеки [4]. На жаль, у зв'язку з наявністю стереотипів, молодь ставиться до бібліотеки як до нудного, старого закладу, а читання як засіб отримання інформації та передумова інтелектуального розвитку поступово втрачає свою актуальність поряд із діджиталізацією, телебаченням та електронними комунікаціями. Це зовсім і не дивно, адже на превеликий жаль, сьогодні більшість бібліотек України внаслідок недостатнього фінансування державою бібліотечної справи є не сучасними для людини ХХІ століття. Нині мотивами студентів повинні стати:

- 1) бібліотека – це територія для наукової роботи;
- 2) бібліотека – це вільний доступ до рідкісних документів;
- 3) бібліотека – це допомога в самореалізації особистості;
- 4) бібліотека – це вільний доступ до інформації;
- 5) бібліотека – це реалізація комунікативних потреб з людьми різних поколінь.

Заохочуючи студентів до читання і відвідування бібліотек, викладачі повинні поряд із традиційними формами роботи активно використовувати новітні інформаційні технології, проводити різноманітні цікаві заходи, спрямовані на залучення до читання, займатися самоосвітою. Теперішні реалії диктують процес самореалізації кожної людини, інтеграцію особистості в багатонаціональну культуру за замовчуванням. Від рівня культурної компетентності громадян великою мірою залежать економіка, політика, національна безпека і конкурентоспроможність. Тому сучасна бібліотека – це не тільки фундамент освіти і самоосвіти, скарбниця людського знання, вона не тільки забезпечує потреби навчально-виховного процесу в усіх його ланках, а й надає систематичну, цілеспрямовану допомогу студентам в опануванні знаннями, виховує бажання розширювати обсяг знань, знайомить із різноманітними джерелами інформації, навчає розуміти їх, користуватися ними, виховує творчого читача [5].

Таким чином, сучасність диктує нові вимоги до шкіл і ЗВО для підвищення показників читання книг і відвідування бібліотек школярами та студентством. З метою повернення молоді до формування ефективних навичок читання й залучення їх до відвідування бібліотеки, сьогодні необхідно регулярно порушувати літературне питання й знаходити нові способи заохочення до читання через тематичні фестивалі, креативні дописи в соціальних мережах літературних діячів і блогерів соціальних мереж. Треба пам'ятати, що підвищити інтерес до книги може лише сама книга!

Підтримка читання та відвідування бібліотеки – це стратегічно важливий елемент культури, інструмент підвищення інтелектуального потенціалу нації, творчого розвитку особистостей та соціальної активності українського суспільства.

Перелік використаних джерел:

1. Воюта О.О., Макарова М.В. Креативні підходи в організації простору сучасної бібліотеки: світовий досвід. Бібліотека і книга у цифровому медіасвіті : матеріали ІІІ Всеукр. студ. наук.-практ. конф., 29 верес. 2017 р. Електрон. вид. Київ, 2018. С. 22-25
2. Does the digital world open up an increasing divide in access to print books? *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*, PISA, OECD Publishing, Paris. URL: <https://www.oecd.org/publications/21st-century-readers-a83d84cb-en.htm>
3. PISA : читацька грамотність / уклад. Т.С. Вакуленко, С.В. Ломакович, В.М. Терещенко. К. : УЦОЯО, 2017. 123 с.
4. Афонін О.В. Проблеми розвитку українського книговидання і перспективи підтримки книги та читання в Україні. Бібліотека: місце традицій, простір інновацій :

матеріали круглого столу, присвяч. 55-річчю наук. б-ки Київ. нац. ун-ту культури і мистецтв, Київ, 30 листоп. 2018 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 11-17

5. Мельничук Г.-А.Б. Нові форми та методи розвитку інтересу до читання у студентів медичного університету. Бібліотеки ВНЗ України у процесі імплементації Закону «Про вищу освіту» та інформатизації суспільства : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 16-19 черв. 2015 р., м. Івано-Франківськ / Наук. б-ка ім. М. Максимовича Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, Наук. б-ка Львів. нац. ун-ту ім. Івана Франка, Наук.-техн. б-ка Івано-Франків. нац. техн. ун-ту нафти і газу. Електрон. дані. Івано-Франківськ : [НТБ ІФНТУНГ], 2015. С. 194-202

СЕКЦІЯ 3
РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ

УДК 338

Білецька Олена
студентка групи ППМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Мариненко Наталія
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olena Biletska
student of the group PPM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Marynenko
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД
ЧАС ВІЙНИ**
**MAIN ASPECTS OF THE DOMESTIC ENTERPRISES FUNCTIONING DURING THE
WAR**

В умовах воєнного стану виникає необхідність дослідження показників активності підприємницької діяльності в Україні.

Розвиток підприємницької діяльності є однією з головних передумов формування та реалізації експортного потенціалу держави, матеріального збагачення та зростання рівня життя населення [1].

За останній рік – рік повномасштабної воєнної агресії російської федерації проти України, було проведено декілька досліджень щодо стану і потреб бізнесу України у цей складний період. Результати досліджень [2; 3] свідчать про те, що за період війни підприємства активно допомагають своїй країні, стараються підтримувати українську економіку та демонструють позитивну динаміку щодо відновлення. Майже 90% вітчизняних підприємств займаються волонтерською діяльністю та активно допомагають ЗСУ. Варто відзначити, що малий і середній бізнес відновлюється, продовжує створювати робочі місця, що є особливо важливим для економіки країни під час війни та перемоги над ворогом.

Варто відзначити, що українські підприємства все частіше взаємодіють з обласними військовими адміністраціями та територіальними громадами. Проте обізнаність бізнесу про державні та регіональні програми підтримки є низькою. Тому варто скористатись актуальними програмами та знати всі нюанси, які можуть допомогти бізнесу під час війни [4].

Під час опитування [2] респонденти відзначили, що під час війни перед вітчизняним бізнесом постає ряд перешкод, основними з яких є: відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку (50,5%), непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку (48,4%), відсутність достатнього капіталу (40,4%), непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу (26%), недоступність

кредитних коштів (25,8%), недоступність грантових програм, які оголошені Урядом (20,7%) та перешкоди з боку регуляторних та/чи фіскальних органів (27%).

Отже, під час повномасштабної війни бізнес активно допомагає країні боротися за свою незалежність. Підприємства створюють робочі місця, займаються волонтерством. Війна внесла свої корективи у їхню діяльність, адже бізнес відчуває нестачу фінансових ресурсів, недоступність кредитних коштів тощо. Проте, незважаючи на труднощі, у країні продовжують успішно діяти підприємства, які розвиваються та сприяють зростанню національної економіки.

Перелік використаних джерел:

1. Сучасний стан підприємницької активності в Україні. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4818>.

2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року. URL: https://business.dii.gov.ua/uploads/5/28594-stan_ta_potrebi_biznesu_v_umovah_vijni_rezul_tati_opituvanna_v_sicni_2023_roku.pdf.

3. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року. URL: <https://cid.center/the-state-and-needs-of-business-at-war-results-of-the-january-2023-survey/>.

4. Підтримка бізнесу в умовах війни. URL: <https://business.dii.gov.ua/wartime>.

УДК 005.915

Боднар Артур

студент групи ПФМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Радинський Сергій

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Artur Bodnar

student of the group PFm-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Sergii Radynskyi

PhD (Economics)

Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ЯК СПОСІБ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ПІДПРИЄМСТВ FINANCIAL RECOVERY AS A WAY OF PREVENTING BUSINESS BANKRUPTCY

Санації відводиться важлива роль у системі стабілізаційних заходів, що спрямовані на виведення підприємства із фінансової кризи. Як показує практика зарубіжних країн, саме санація підприємств має значний потенціал та належить до найбільш дієвих механізмів фінансового оздоровлення суб'єктів господарювання.

У спеціальній літературі є різні підходи до визначення економічної сутності поняття «санація». Термін походить від латинського «sanare» і перекладається як оздоровлення. Найбільш поширеним серед дослідників є визначення, що санація – це заходи щодо фінансового оздоровлення підприємства, які реалізуються з допомогою сторонніх юридичних

чи фізичних осіб і спрямовані на запобігання оголошенню підприємства-боржника банкрутом і його ліквідації [2].

Т.Л. Мостенська, Е.О. Юрій зауважують, що поняття «санація» означає «систему заходів, проведених для поліпшення фінансового стану підприємства з метою запобігання їх банкрутства та підвищення конкурентоспроможності, особливо в періоди економічних криз» [5]. У [1] це поняття трактується як «процедура, що передбачає заходи щодо фінансового оздоровлення боржника, тобто відновлення платоспроможності».

У [3] під санацією розуміється оздоровлення неспроможного боржника, надання йому фінансової допомоги з боку власника майна, кредиторів та інших юридичних та фізичних осіб, спрямовані на підтримку діяльності боржника і запобігання його банкрутства.

Л.А. Чвертко характеризує санацію як «сукупність заходів для усунення збитків, фінансової стабілізації підприємства та покращення його фінансового стану за рахунок зовнішніх та внутрішніх джерел фінансування» [7].

Найбільш змістовне визначення санації дається в праці М.В. Хацер: «систему фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових, соціальних заходів, спрямованих на відновлення платоспроможності, ліквідності та прибутковості підприємства-боржника» [6]. Отже, санація підприємств є складним процесом, для реалізації якого потрібні ґрунтовні дослідження діяльності господарюючих суб'єктів та розроблення ефективних механізмів оздоровлення їх фінансово-господарського стану. Подібні дослідження можуть дати змогу зробити обґрунтовані висновки щодо напрямів та перспектив видужання підприємств та їх подальшого розвитку.

Успішність запропонованих та реалізованих санаційних заходів підтверджують такі економічні показники як рентабельність, ліквідність і платоспроможність, а також конкурентоспроможність, переваги перед конкурентами, позитивна репутація.

Детальна характеристика процедури санації наведена на рис. 1.

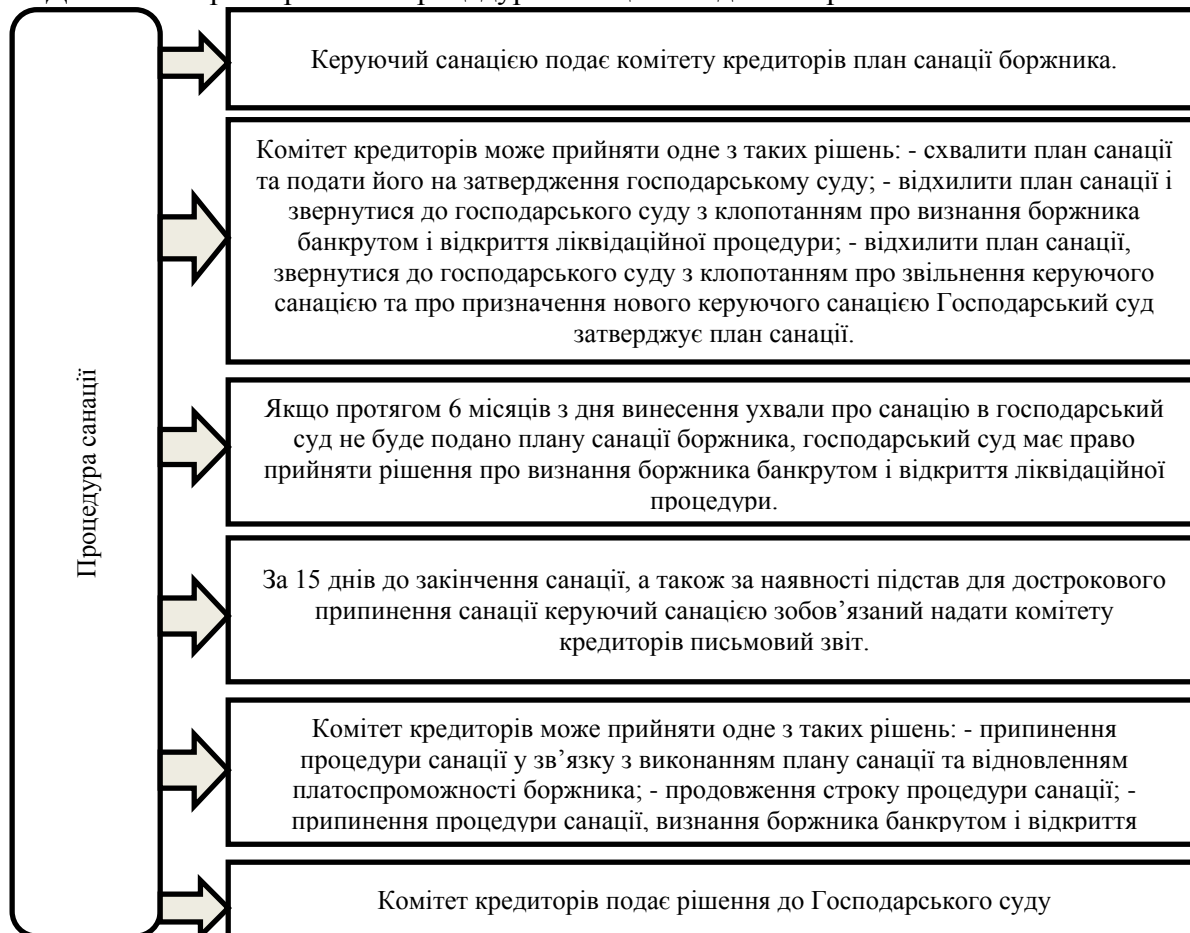


Рисунок 1. Характеристика процедури санації підприємства [4]

При визначенні переваг застосування санації для відновлення платоспроможності сучасних підприємств можна зазначити наступне: санація є простішою процедурою, ніж ліквідація; суб'єкт господарювання має можливість відновити свою роботу; більш короткий термін її проведення в порівнянні з ліквідацією, а у разі неможливості відновлення фінансової стійкості та платоспроможності залишається ще один вихід – ліквідація.

Перелік використаних джерел:

1. Білоконь Т.М., Несен Л.М. Санація підприємств: організаційно-економічний механізм. Вінниця, 2020. С. 7-20.
2. Боронос В.Г., Плікус І.Й. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник. Суми : Вид-во СумДУ, 2014. 437 с.
3. Кодекс України з процедур банкрутства від 18 жовтня 2018 року № 2597-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19>.
4. Константиновський С. Кодекс України з процедур банкрутства: новели та перспективи. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. №5. С. 88–92.
5. Мостенська Т.Л., Юрій Е.О. Роль реструктуризації та санації в антикризовому управлінні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2019/19.pdf.
6. Хацер М.В. Антикризове фінансове управління на підприємстві: сутність, характеристика та механізм здійснення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69), № 1. С. 71–77.
7. Чвортко Л.А. Фінансова санація як інструмент анти- кризового управління. URL: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/2821/1/finansova%20sanatsiia.pdf>

УДК 65.011.56

Бойко Остап

кандидат економічних наук, докторант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Стойко Ігор

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю і сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Ostap Boyko

PhD (Economics), Doctoral Student
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Igor Stoyko

PhD (Engineering), Associate Professor
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВИБІР ПІДПРИЄМСТВОМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ THE ENTERPRISE'S CHOICE OF MANAGEMENT INFORMATION TECHNOLOGIES

*«Кожний новий крок на шляху прогресу дає нову надію
і пов'язаний із подоланням нових труднощів»*

Клод Леві-Стросс

Сьогодні розвиток інформатизації та інформаційного суспільства є одним із пріоритетних напрямів функціонування держави та має загальнодержавне значення. Інформаційним технологіям (ІТ) відводиться роль засобу забезпечення відкритості публічної інформації, ефективної взаємодії між суб'єктами господарювання, оптимізації витрат та оперативності прийняття рішень. Останніми роками ІТ розвиваються швидкими темпами у всіх секторах національної економіки. Сьогодні завоювання підприємством гідного місця на регіональному та світовому ринку, досягнення високих результатів діяльності значною мірою залежить від використання сучасних інформаційних технологій, а також ролі цих технологій у процесі управління.

Аналіз наукових досліджень дозволяє констатувати, що увага багатьох науковців приділяється функціонуванню та реалізації інформаційних систем. Розвиток ринку інформаційних технологій, його проблеми та перспективи розглядали вітчизняні вчені в наступних напрямках: В.В. Сопко та Н.Н. Бенько досліджували системно-технічні аспекти автоматизації бухгалтерського обліку; Маркова Т.Д., Г.Б. Пчелянський дослідили особливості використання комп'ютерних інформаційних технологій у системі обліку та контролю підприємницької діяльності; В.А. Осмятченко дослідив економічну ефективність впровадження інформаційних технологій в бухгалтерський облік, розглянув пов'язані з цим ризики підприємства; Н.І. Скрипник та Н.Н. Матюха досліджували шляхи формування та використання інформації для забезпечення прийняття управлінських рішень та інші вчені.

Впровадження електронних форм документообігу та звітності, електронного адміністрування ПДВ призвело до появи та розвитку програм, які забезпечують електронну передачу даних діловим партнерам, контролюючим та фіскальним органам. Лідерами українського ринку систем електронного документообігу є «М.Е.Дос», «1С: Звіт». Вони забезпечують введення та виведення первинних документів, обмін інформацією, підготовку звітів та їх автоматизовану перевірку, завантаження у формат (*.dbf) та відправлення до контролюючих органів. Такі системи використовують технології електронного цифрового підпису та криптографічного захисту даних. Сучасні інформаційні технології управління підприємством розвиваються в напрямку комплексної автоматизації обробки інформації.

Автоматизація бухгалтерського обліку в таких програмах є лише їх невід'ємною частиною. Водночас облікова інформація в таких технологіях є основою функціонування та обробки даних у них. Лідерами українського ринку програм автоматизації для малого та середнього бізнесу є «1С:Підприємство», «Парус-Підприємство».

Проблема вибору інформаційної технології, що відповідає вимогам підприємства, є актуальною на сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності в Україні. Запропоновані етапи роботи, які повинна виконати організація при виборі програмного забезпечення, яке максимально враховує специфіку діяльності фірми. При впровадженні інформаційних технологій в організаціях необхідно виконувати певний перелік робіт, дотримуючись їх послідовності.

Вибір інформаційних технологій підприємством є відповідальним завданням. Оскільки він встановлюється на тривалий термін, він повинен бути економічно ефективним і відповідати потребам підприємства. Ми рекомендуємо вибір інформаційної технології компанією в такій послідовності:

- 1) оцінити готовність підприємства до автоматизації;
- 2) оцінити вартість витрат;
- 3) проаналізувати функціональність інформаційних технологій;
- 4) оцінити економічну ефективність інформаційної системи;
- 5) оцінити можливості підприємства щодо завершення впровадження технології;
- 6) аналізувати надійність інформаційної системи;
- 7) аналізувати рівень забезпечення, підтримки та перспективи розвитку інформаційних технологій.

Після вибору та придбання інформаційної технології підприємство стикається з проблемами її впровадження, для уникнення яких рекомендується виконувати роботи в наступній послідовності:

- 1) реєстрація загальних налаштувань програми;
- 2) заповнення інформації про власну організацію;
- 3) реєстрація користувачів і налаштування принципів їх роботи;
- 4) заповнення основної довідкової літератури;
- 5) введення залишків на початок періоду.

Впровадження хмарних технологій, розширення використання мобільних технічних засобів зумовили необхідність розробки для мобільних інформаційних систем підприємства мобільних платформ і додатків, які забезпечують доступ до бази даних підприємства незалежно від місцезнаходження користувача за допомогою мобільних телефонів, планшетів тощо. Отже, розробники «ІС:Підприємство» впроваджують мобільну платформу на базі операційних систем iOS і Android. Таким чином, користувачами інформаційних систем, крім обліково-управлінського персоналу, є працівники служби маркетингу, постачання, збуту та інших підрозділів підприємства. Розширення кола користувачів інформаційних технологій підприємства в свою чергу вимагає від розробників створення максимально спрощеного та зрозумілого інтерфейсу.

Управління сучасним підприємством характеризується збільшенням обсягів електронного обміну даними, що зумовлює розвиток інформаційних технологій. Сучасні програмні продукти електронного документообігу дозволяють виконувати весь комплекс робіт з підготовки, перевірки та відправлення електронних документів. Розвиток інформаційних систем підприємства відбувається в напрямку комплексної автоматизації обробки інформації.

Висновки. Функціонування інформаційної системи обліку характеризується взаємозв'язком різних об'єктів. Для отримання інформації з метою своєчасного прийняття управлінських рішень важливе значення має налагодження аналітичного обліку господарської діяльності підприємств. Сучасні тенденції розвитку інформаційних систем підприємства характеризуються комплексною автоматизацією та можливістю функціонування в глобальному інформаційному просторі. Впровадження хмарних технологій в обробку економічних даних фірми надає управлінському персоналу практично необмежений доступ до інформаційних ресурсів, забезпечує оперативне та своєчасне прийняття рішень. Але використання підприємством таких технологій пов'язане з ризиками.

Перелік використаних джерел:

1. Alla Sirotnska, Oleksandr Sirotnsky Information technologies in enterprise management. International journal of new economics and social sciences. 2017. 6(2). URL: <https://ijoness.com/resources/html/article/details?id=158234&language=en>.
2. Шерстюк Р. Організаційна культура управління: адхократія, компетентність і лідерство / Роман Шерстюк, Ігор Стойко, Віктор Паляниця // Соціально- економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 37-45. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22srpkil.pdf>.
3. Деякі питання електронного адміністрування податку на додану вартість (2014). Кабінет Міністрів України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

УДК 330.341

Бучко Тарас
студент групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна Ternopil, Ukraine

Taras Buchcko
Student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Sergii Radynskyi
PhD (Economics)
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

MECHANISM OF MANAGEMENT OF INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства виступає одним із ключових факторів суспільного розвитку, оскільки забезпечує весь відтворювальний процес в економіці. Інтенсивність та ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності – запорука модернізації та сталого економічного розвитку будь-якої держави. Важливе значення має управління інвестиційно-інноваційною діяльністю на різноманітних рівнях функціонування суб'єктів ринку.

Управління інвестиційно-інноваційними процесами підприємства (на мікрорівні) у загальному менеджменті соціально-економічних систем мікрорівня є складним й досить неоднозначним процесом, що безпосередньо впливає на ефективність економіко-господарської діяльності суб'єктів господарювання в довгостроковій пролонгованій перспективі.

Незважаючи на зростання інвестицій, організаційні структури управління підприємствами зазвичай не пристосовані до вирішення завдань інноваційно-інвестиційної діяльності. У більшості випадків – це застарілі лінійно-функціональні структури, які не відповідають складним сучасним умовам господарювання. Підсумком цього є зниження ефективності управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства. Оскільки інноваційна діяльність підприємств є прогресивною формою їх розвитку, яка дозволяє досягти довгострокових конкурентних переваг, підвищити науково-технічний рівень виробництва й ефективність використання ресурсів підприємства, вважаємо за доцільне запропонувати комплекс заходів, спрямованих на активізацію та більш ефективне управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств:

I. Основним із ключових заходів при цьому можна вважати пошук та оцінку можливостей інвестиційної підтримки інновацій. Наявність власних коштів підприємства, доступ до джерел інвестиційних ресурсів для фінансування інновацій, наявність і зацікавленість інвесторів у реалізації інновацій є найважливішими факторами успіху в інноваційному розвитку підприємства.

Інвестиційна підтримка інноваційної діяльності підприємств залежить від специфіки об'єкта інвестування – інновації. За оцінками фахівців, норма прибутку для підприємств, що виконують дослідження і наукові розробки, становить у середньому 20-30 %. Норма прибутку від інвестицій в інновації для всього суспільства в цілому значно вище завдяки зовнішнім ефектам і складає в середньому від 30 до 80 %, а може досягти і 400 % для окремих інвестицій, що характеризує інвестиції в інновації як високоприбуткові [1, С. 111-112].

II. Надзвичайно важливим є побудова раціональної системи управління в контексті залучення інвестицій та реалізації інноваційного розвитку підприємства. В науковій літературі розрізняють три структури управління інноваційним розвитком, які адаптовані: під

комплексні інноваційні зміни та інноваційні процеси; під одноразовий інноваційний проект; під реалізацію декількох суміжних інноваційних проектів.

Управління інноваційним розвитком адаптоване під комплексні інноваційні зміни та інноваційні процеси. В цій структурі управління інноваційним розвитком підприємства важливим є компактність її побудови, тісна взаємодія та висока функціональність структурних підрозділів для виконання різноманітних програм у інноваційній сфері.

Зазначена структура управління передбачає реалізацію повного циклу інноваційного управління від формування інноваційних ідей, науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок до виробництва та реалізації інноваційної продукції. Взаємодія функціональних підрозділів різноманітна і залежить від обраного типу інноваційного розвитку, при цьому тісний зв'язок обумовлюється спільними завданнями та напрямком діяльності, помірний зв'язок обумовлюється низькою взаємодією в силу необхідних для реалізації інноваційної діяльності вимог до відділів.

Для розробки даного проекту на підприємстві створюється тимчасова проектна група, якою керує керівник проекту. В організаційно-функціональну структуру входять фахівці з відповідних відділів, зокрема працівники науково-технічного і економічного відділів, відділу маркетингу, виробничого відділу. Організатор проекту – проект-менеджер з інновацій, а керівник проекту – технічний директор визначає, напрями здійснення робіт із реалізації інноваційних проектів, визначає витрати інноваційного виробництва, затрачений час і якість проекту.

Управління інноваційним розвитком, які адаптоване під одноразовий інноваційний проект. Технічний директор вимагає від відділів, що беруть участь в інноваційному проекті, виконання їх завдань реалізації проекту, інформує про хід виконання проекту генерального директора. Група працівників, яка займається організацією проекту випуску інноваційної продукції подає звіти про хід його виконання технічному директору. Обговорення здійснення проекту проводиться щотижня на нарадах, де присутній керівник проектної групи.

Реалізація бюджетування, розробка кошторисів та планування результатів впровадження здійснюється планово-економічним відділом. Виробництвом та реалізацією інноваційної продукції займаються виробничий відділ та відділ маркетингу. В процесі реалізації одного проекту функціональний зв'язок є тісним, оскільки мета та завдання структурних відділів мають єдине спрямування.

Управління інноваційним розвитком, які адаптовані під реалізацію декількох суміжних інноваційних проектів. Для реалізації декількох суміжних інноваційних проектів одного підприємства, нами пропонується створити окремі проект-групи під кожний із проектів. Функціональність структурних відділів залежить від комплексу завдань поставлених в процесі реалізації проекту. Взаємодія паралельних проект-груп відбувається на рівні проект-менеджерів під керівництвом менеджера з інновацій, а функціональних підрозділів через інформаційний центр, який накопичує необхідну інформацію по проектах і сприяє найбільш ефективній їх реалізації.

III. Можливості підприємств у здійсненні інноваційної діяльності істотно розрізняються, оскільки вони залежать від кількісних та якісних характеристик інноваційного потенціалу підприємства, його відповідності обраному стратегічному напрямку інноваційного розвитку, перспектив реалізації інновацій у конкретних економічних умовах. Тому одним із пріоритетних заходів, спрямованих на активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, є оцінка реальної спроможності, можливості та готовності підприємства до інвестування процесу реалізації інновацій.

Готовність підприємства до здійснення інноваційної діяльності визначається спроможністю до інноваційного розвитку і можливістю його реалізації, а також наявністю спонукального мотиву до реалізації інновацій, який може бути охарактеризований як сприйнятливості підприємства до інновацій [2, С. 155].

В цілому, формування раціональної системи управління інвестиційно-інноваційної діяльності як на мікро- так і на макрорівні дасть поштовх у розвитку економічних процесів у

країні, а також можливість забезпечити підвищення ефективності організації досліджуваних напрямів діяльності будь-якого підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Петрович Й. М., Новаківський І. І. Методологічне та інвестиційне забезпечення розвитку інноваційного потенціалу промислових підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2022. №1. С. 106-118.

2. Чайковська І.І. Аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств України в контексті успішної реалізації інноваційних проєктів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 1. С.154-160.

УДК 005.95

Вечірко Ольга

викладач кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-облікових дисциплін
Вінницький кооперативний інститут
м. Вінниця, Україна

Кушнір Олена

викладач кафедри фінансових,
комерційно-технологічних дисциплін
та готельно-ресторанного обслуговування
Фаховий коледж економіки і права
Вінницький кооперативний інститут
м. Вінниця, Україна

Olga Vechirko

Teacher of the Department of Humanities,
Economic and Financial and Accounting Disciplines
Vinnytsia Cooperative Institute
Vinnytsya, Ukraine

Olena Kushnir

Teacher of the Department of Financial, Commercial and Technological Disciplines
and Hotel and Restaurant Service
Vocational College of Economics and Law
Vinnytsia Cooperative Institute
Vinnytsya, Ukraine

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ METHODS OF MANAGING THE SOCIAL DEVELOPMENT OF PERSONNEL AT THE ENTERPRISE

Управління соціальним розвитком організації є складним і багатограним прогресом. Найбільш характерними особливостями цього процесу є, перш за все, те, що він здійснюється тільки там, де має місце спільна діяльність людей.

Науковці виділяють такі основні аспекти на які направлений соціальний розвиток персоналу:

- вдосконалення соціальної структури трудового колективу в цілях поступового подолання розбіжностей між соціальними групами працівників, зближення їх по характеру і змісту праці та досягнення на такій основі більшої соціальної однорідності;

- покращення професійно – кваліфікаційної структури персоналу з метою підвищення частки праці кваліфікованих і висококваліфікованих працівників, зростання їх загальноосвітнього та культурного рівнів;
- підвищення освітнього і професійного рівнів молоді, жінок та осіб перед пенсійного віку;
- скорочення обсягів ручної, некваліфікованої та малокваліфікованої праці стабілізація на цій основі персоналу організації й зниження плинності робочої сили;
- збереження та подальший розвиток персоналу шляхом покращення на ергономічних, санітарно-гігієнічних й інших умовах роботи, охорони праці і забезпечення безпеки працівників;
- стимулювання заходами як матеріальної винагороди, так і морального заохочення успішного проходження адаптації, атестації персоналу, безперервного професійного навчання, розвитку їх трудової кар'єри та професійно-кваліфікованого просування працівників, формування резерву керівників підприємства;
- формування і підтримку у трудовому колективі здорової соціально-психологічної атмосфери стосовно працівників, які постійно працюють в напрямі свого індивідуального розвитку, і тим самим сприяють злагодженій роботі персоналу структурного підрозділу та організації в цілому;
- забезпечення розвитку персоналу в результаті більш повного використання можливостей соціального страхування працівників, посилення організацією своїх соціальних гарантій і дотримання громадських прав людини;
- підвищення життєвого рівня працівників та членів їх сімей і задоволення на зазначеній основі потреб персоналу у різноманітних освітніх послугах, самовираженні й подальшому вдосконаленню [1].

У системі управління соціальним розвитком трудових колективів зростає роль і місце як економічних, соціально-організаційних, так і мотиваційних методів управління. А впорядковують, організують роботу механізмів управління принципи соціального розвитку колективу, які формуються за допомогою діяльності керівників і керованих ними соціальних утворень [2].

Кожен керівник колективу відчуває потребу у використанні методів управління. Але не кожен в силу особливостей своєї наукової підготовки, соціального досвіду може самостійно їх сформулювати, уявити як систему. Однак потреби практики управління вимагають від суб'єктів управління оволодінням відкритими і описаними методами, перевірки і збагачення їх соціальної практики.

Перелік використаних джерел:

1. Божидарнік Т. В. Креативний менеджмент : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік, Н. М. Василик. Херсон : Олді-плюс, 2014. 498 с.
2. Гриненко А.М. Соціальна політика: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2003. 309с.

УДК 658

Головата Юлія
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

**МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА
METHODOLOGICAL TOOLKIT FOR EVALUATING THE FINANCIAL
ACTIVITY OF THE ENTERPRISE**

Економічне обґрунтування найраціональніших шляхів розвитку фінансових відносин підприємства передбачає економічну оцінку ефективності його фінансової діяльності. Оцінюючи ефективність фінансової діяльності підприємства перш за все слід визначити яким чином забезпечується його фінансова стійкість та платоспроможність. З теоретичної точки зору, аналіз фінансової стійкості підприємства рекомендується розглядати з позиції залежності підприємства від зовнішніх чинників, наприклад, інвесторів, що визначається через коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу. В основу даного підходу до аналізу встановлено припущення про те, що фінансова стійкість підприємства відображає його залежність від інвесторів і характеризує його фінансову самостійність [2, С. 4].

Фінансова стійкість характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства як співвідношення власних та залучених ресурсів у джерелах фінансування підприємства. Автономність підприємства вказує на рівень залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування:

$$АП = \frac{ВК}{А}, \quad (1)$$

ВК – власні кошти; А – активи

Нормативне значення – 0,2 - 0,5.

Фінансова стабільність показує участь власного капіталу в забезпеченні господарської діяльності, в розвитку бізнесу:

$$ФС = \frac{ВК}{З}, \quad (2)$$

З – заборгованість. Нормативне значення – 0,4 - 1.

Залежність від довготермінових зобов'язань показує, яка частина активів фінансується за рахунок довготермінових зобов'язань; зниження цього показника з погіршенням ліквідності веде до втрати платоспроможності:

$$ЗДЗ = \frac{ДЗ}{А}, \quad (3)$$

ДЗ – дебіторська заборгованість.

Маневреність власних коштів:

$$МВК = \frac{ВО}{ВК}, \quad (4)$$

ВО – власні обігові кошти; ВК – власний капітал

Нормативне значення – 20% - 50%.

Відношення заборгованості до активів – показник структури капіталу, характеризує, яка частина активів фінансується за рахунок кредитних коштів:

$$ВЗА = \frac{ДЗ}{А}, \quad (5)$$

Нормативне значення – 50% - 80%.

Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості характеризує рівень ефективності використання капіталу:

$$СДКЗ = \frac{ДЗ}{КЗ}, \quad (6)$$

КЗ – кредиторська заборгованість. Нормативне значення – 60% - 100%.

Для оцінки фінансової стійкості підприємства на фінансовому ринку доцільно використовувати показник, що характеризує власний капітал — коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу:

$$H = \frac{ЗК}{ВК}, \quad (7)$$

де Н – коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу; ЗК - залучений капітал, тис. грн.; ВК – власний капітал, тис. грн.

$$ЗК = ПЗ + ДЗ, \quad (8)$$

де ПЗ – поточні зобов'язання, тис. грн.; ДЗ - довгострокові зобов'язання, тис. грн.

Показник, що характеризує фінансову автономність підприємства - коефіцієнт концентрації власного капіталу. Даний коефіцієнт свідчить про частку власних коштів у вартості майна підприємства:

$$КВК = \frac{ВК}{В} \times 100, \quad (9)$$

де КВК – коефіцієнт концентрації власного капіталу; ВК – власний капітал, тис. грн.; В – валюта балансу, тис. грн.

Чим вище значення даного коефіцієнта, тим вище фінансова стійкість підприємства.

Показник, зворотний даному коефіцієнту виступає коефіцієнт фінансової залежності [1, С. 176]:

$$КФЗ = \frac{В}{ВК} \times 100, \quad (10)$$

де КФЗ – коефіцієнт фінансової залежності; ВК – власний капітал, тис. грн.; В – валюта балансу, тис. грн.

Коли величина коефіцієнта фінансової залежності прагне одиниці, то це свідчить про те, що підприємства здійснює фінансування своєї господарської діяльності тільки власними коштами.

Показники оцінки платоспроможності підприємства характеризують здатність підприємства розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Аналіз балансу підприємства дозволяє виявити: поточну платоспроможність; визначити загрозу, що сприяє падінню платоспроможності; оцінити можливість розвитку фінансової стійкості підприємства [3, С. 121]. Оцінку платоспроможності підприємства характеризують наступні коефіцієнти: коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт поточної ліквідності; коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Коефіцієнт загальної ліквідності визначається за формулою 11:

$$КЗЛ = \frac{ОА}{ПЗ}, \quad (11)$$

де ОА – оборотні активи, тис. грн., ПЗ - поточні зобов'язання, тис. грн.

Даний коефіцієнт характеризує ступінь забезпеченості підприємства оборотними коштами для ведення господарської діяльності. Для стійкого ведення виробництва значення даного коефіцієнта повинні знаходитися в межах від 2 до 5 од. [1, С. 177].

Коефіцієнт поточної ліквідності визначається за формулою 12:

$$КПЛ = \frac{ОА-З}{ПЗ}, \quad (12)$$

де КПЛ – коефіцієнт поточної ліквідності; ОА – оборотні активи, тис. грн.; ПЗ – поточні зобов'язання, тис. грн.

Даний коефіцієнт дає можливість покрити свої поточні зобов'язання за рахунок середньо- та високоліквідних активів. Нормативне значення показника в межах 0,7-0,8.

Коефіцієнт абсолютної (швидкої) ліквідності свідчить про те, що частина короткострокових позикових зобов'язань може бути погашена за рахунок високоліквідних активів, негайно.

$$КАЛ = \frac{ГК}{ПЗ}, \quad (13)$$

де КАЛ – коефіцієнт абсолютної ліквідності; ГК – грошові кошти підприємства, тис.

грн.; ПЗ – поточні зобов’язання, тис. грн. Нормативне значення КАЛ знаходиться в межах від 0,5 до 0,02 од. [4, С. 118].

Таким чином, підприємство є платоспроможним, якщо його активи перевищують зовнішні зобов’язання. Рівень платоспроможності підприємства визначаємо по коефіцієнту платоспроможності, який розраховується за формулою:

$$\text{КПС} = \frac{\text{ВК}}{\text{ЗК}}, \quad (14)$$

де КПС – коефіцієнт платоспроможності; ВК – власний капітал, тис. грн.; ЗК – залучений капітал, тис. грн.

Нормативний рівень коефіцієнта платоспроможності – не менше 10.

Поряд із оцінкою ліквідності та платоспроможності результативність фінансової діяльності характеризують показники рентабельності. Рентабельність показує, який прибуток буде одержано на одну гривню вкладених коштів. Високі показники рентабельності і їх зростання є позитивним показником розвитку підприємства в цілому та організації і реалізації його фінансової діяльності зокрема.

Рентабельність активів показує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи:

$$P_a = \frac{\Pi}{A}, \quad (15)$$

Π – чистий прибуток.

Рентабельність власного капіталу показує рівень одержання прибутку на одиницю власних коштів:

$$P_{\text{ВК}} = \frac{\Pi}{\text{ВК}}, \quad (16)$$

ВК – власний капітал.

Рентабельність продажу:

$$P_{\text{ВК}} = \frac{\Pi}{\text{ВР}}, \quad (17)$$

ВР – виручка від реалізації.

Рентабельність продукції:

$$P_{\text{ВК}} = \frac{\Pi}{C}, \quad (18)$$

С – собівартість проданої продукції.

У цілому, використання даної системи показників дозволить комплексно оцінити ефективність реалізації фінансової діяльності підприємства, а саме: визначити тенденції розвитку фінансового ринку; економічно обґрунтувати шляхи найраціональнішого розвитку фінансових відносин; розробити методичні підходи до стратегії розвитку фінансової стійкості підприємства за рахунок реалізації нових форм взаємозв’язків між суб’єктами.

Перелік використаних джерел:

1. Гринкевич С.С., Литвинець І.В. Діагностика фінансового стану в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки. Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету. 2016. № 3. С. 174-178
2. Которщикова О.А. Аналіз фінансового стану, як передумова ефективного управління підприємством. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 6. С. 3-5
3. Пешко А. Методологічні аспекти аналізу фінансового стану підприємства. *Ефективність державного управління*. Львів, 2016. Вип.11. С. 118-124
4. Харченко Н.В. Аналіз методик фінансової діяльності акціонерних товариств. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2013. № 1. С. 107-122

Голойда Олександр
студент групи ПФ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oleksandr Holoida
Student of the group PF-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ У ПИТАННЯХ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ THE ROLE OF PUBLIC FINANCE IN DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISING DURING A FULL-SCALE WAR

Державні фінанси та підприємництво мають досить тісний зв'язок. Наприклад, можна проаналізувати Державний бюджет. У цьому документі за 2021 фактично податкові надходження становили 87,5% доходу бюджету. Зрозуміло, що податкові надходження стосуються і підприємництва [1]. Хоча не всі податки мають зв'язок із лише підприємницькою діяльністю, а підприємства можуть мати стосунок і до інших надходжень до бюджету, але все ж таки роль підприємств у податковому наповненні бюджету є доволі значна. Тобто наповнення Державного бюджету більшою мірою залежить від податків і дуже залежне від розвитку підприємництва в державі. Інші джерела надходження – це неподаткові надходження. У бюджеті за 2021 рік вони фактично становили 12.2%, що значно менше за податкові надходження [1]. Також бюджет наповнюється з інших джерел, але їх роль не така значна порівняно з двома попередніми показниками.

У 2022 році відбулося повномасштабне вторгнення Росії в Україну. Держава провела майже увесь 2022 рік у стані повномасштабної війни, що, звичайно, вплинуло на економіку країни, зокрема і на підприємництво.

Для зменшення навантаження на підприємництво на початку повномасштабної війни держава ввела певні пільги для підприємців. Акциз на бензин, важкі дистиляти та скраплений газ встановили на рівні 0 євро за 1000 літрів. Ставку податку на додану вартість для ввезення пального знизили з 20% до 7%. Великі підприємства могли скористатися спрощеною системою оподаткування та сплачувати єдиний податок. Ліміт річного доходу підвищили з 10 млн грн до 10 млрд грн, а обмеження щодо кількості працівників – зняли. Податок встановили на рівні 2% від обігу незалежно від виду діяльності. Також запровадили деякі пільги для ФОПів та інші пільги [2].

Для дослідження діяльності підприємців у 2022 році можна проаналізувати Державний бюджет України за 2022 рік. З інформації Міністерства фінансів України про виконання Державного бюджету України за 2022 рік можна дізнатися, що доходи державного бюджету становили 115,1 відсотка річного показника, затвердженого Верховною Радою України, зі змінами. Перевиконання річного затвердженого показника становило 234,7 млрд гривень [3]. Отже, бюджет усе таки був певною мірою виконаний. Найбільшу питому вагу в загальному обсязі надходжень до Державного бюджету України становили податкові надходження – 53,1

відсотка [4]. Звичайно, так як надходження від податків є важливою часткою доходів бюджету, то великою мірою він був виконаний і через державну політику щодо підприємництва, але не тільки завдяки цьому, а й через добросовісну сплату податків підприємцями, добросовісну поведінку підприємств взагалі та з інших причин.

На 2023 рік у Державному бюджеті по прописаних планових показниках частка податкових надходжень є також значною. Цей показник становить близько 87%. Частка неподаткових надходжень становить близько 12%. Офіційні міжбюджетні трансферти – близько 1%. Інші показники мають менш значну частку [5]. Отож, досить велике значення для наповнення бюджету мають підприємства, що враховано у бюджеті на 2023 рік.

Однак, хоча війна триває, але влада прагне поступово відмовлятися від пільг для підприємців [6]. Зокрема, Кабінет Міністрів ухвалив законопроект, який із 1 липня 2023 року повертає підприємства на систему оподаткування, що діяла до впровадження пільгового режиму в 2%, та відновлює документальні перевірки бізнесу [6].

Окрім цього, ще з 2022 року є певна інформація щодо обговорення питання реформування податкової системи. Саме запропоновані ставки ключових податків – на прибуток підприємств, на додану вартість (ПДВ) та на доходи фізосіб (ПДФО) – стали умовною назвою попереднього варіанта реформи – «10-10-10». Обговорюються зміни і щодо деяких інших аспектів: запровадження податку на виведений капітал (ПнВК), що мав би замінити класичний податок на прибуток підприємств, нововведення, що стосуються ФОПів, та інші можливі реформи [7]. Думки щодо цього дуже різняться, від вкрай негативних до вкрай позитивних, але можна зробити висновок, що ситуація щодо податків та підприємств є дуже динамічною та відбувається в процесі обговорення, змін і т.д.

Отже, зв'язок між державними фінансами і підприємництвом є дуже тісний, в тому числі і в період повномасштабної війни. Роль підприємств у наповненні бюджету є дуже важливою, зокрема в період воєнного стану. У державній політиці щодо підприємництва відбуваються різні зміни та обговорення щодо нововведень, і цей процес є дуже динамічним.

Перелік використаних джерел:

1. Сайт Міністерства фінансів України. Показники виконання Зведеного бюджету України за 2021 рік. 31.01.2022. URL: <https://mof.gov.ua/uk/budget-process-projects-declaration>
2. Економічна правда. Податкові пільги для бізнесу, «мінус» акцизи на пальне та підтримка ФОПів – Рада ухвалила закон. 15.03.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/15/684082/>
3. Сайт Міністерства фінансів України. Інформація Міністерства фінансів України про виконання Державного бюджету України за 2022 рік. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538
4. Сайт Міністерства фінансів України. Інформація про стан виконання Зведеного та Державного бюджетів України за січень - грудень 2022 року. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538
5. Сайт Міністерства фінансів України. Бюджет 2023 року. Додаток 1. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2023-582
6. Укрінформ. Кабмін хоче скасувати деякі податкові пільги для бізнесу з 1 липня. 27.01.2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3660722-kabmin-hoce-skasuvati-deaki-podatkovi-pilgi-dla-biznesu-z-1-lipna.html>
7. Вінокуров Я. Податок на готівку та гарантія відшкодування ПДВ: реформа «10-10-10» знову на порядку денному. Що там нового? Економічна правда. 26.12.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/12/26/695422/>

Горин Руслан

аспірант кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Грач Юрій

аспірант кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Сороківська Олена

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна

Ruslan Horyn

Postgraduate Student of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Yuri Hrach

Postgraduate Student of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Sorokivska

Doctor of Economics, Professor
Head of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЛОГІСТИКИ З ВОЛОНТЕРСЬКИМ РУХОМ INTERCONNECTION OF LOGISTICS WITH VOLUNTEER MOVEMENT

На сьогоднішній день, Україна зіткнулася з військовою загарбницькою діяльністю росії. Війна! Це страшне слово, яке стало повсякденним на устах українців. Це протистояння, протиріччя принесло нашій країні розруху, сльози, біду та смуток. Тому, нам УКРАЇНЦЯМ, прийшлося мобілізуватись, оптимізуватись у війні проти російських загарбників.

На допомогу українським збройним силам, почали відкриватись волонтерські центри, які займаються різноманітними доставками продукції нашим військовим. Логістика, яка почала втрачати свої позиції у зв'язку з російською навалою, переформатувалась у волонтерські центри, які сприяли та допомагали нашим військовим. Для їхнього розв'язання нам потрібно не тільки отримувати військову техніку, гуманітарну та фінансову допомогу, а й самим розбудовувати економіку під військові потреби й використовувати при цьому наші сильні сторони, серед яких потужний волонтерський рух, зокрема такі рухи як ГО Козацько – десантний рій, який успішно функціонує у м. Тернополі ще з 2014 року під керівництвом незмінного отамана Володимира Мосейко, Тернопільський міський територіальний центр соціального обслуговування населення, Тернопільський благодійний фонд «Карітас», Логістичний центр допомоги бійцям АТО, Волонтерський штаб «Українська команда» і т.і.

Вдосконалення та оптимізація логістики – це одна з головних проблем ведення військових дій, яка являється життєво важливою для України в ці важкі часи. Ми володіємо великим арсеналом транспорту, великим потенціалом спеціалістів, які працювали в галузі транспортних перевезень. Тому, сьогодні можна покращити та оптимізувати транспортні перевезення як по території нашої країни так і поза її межами.

Потрібно створити нові логістичні центри, покращити роботу волонтерських центрів та залучати до роботи в них спеціалістів, які мають досвід роботи в галузі вантажоперевезень. В умовах, коли в результаті воєнних дій слід очікувати зниження руху товарів, такі фахівці можуть залишитися без роботи та працювати на користь держави. Беручи до уваги, те що іде війна, подібні центри не повинні бути централізованими монстрами, які регулюватимуть усі вантажоперевезення. Вони повинні координувати дії тільки великих вантажоперевізників і

стати консультативними точками відправлень, які допоможуть заповнити будь-який транспорт, який рухається як по території України так і поза її межами.

Для створення раціональної та ефективної економіки у військовий час, треба вміти відстежувати динаміку переміщення товарних запасів, враховувати витрати на паливо, імідж перевізників, проблеми в організації вантажно-розвантажувальних робіт з подальшим їх вдосконаленням. У зв'язку з недостатньою механізацією та автоматизацією логістичних та волонтерських центрів, присутня велика кількість проблем у питаннях вантажоперевезень. Необхідно розробити централізовані електронні сервіси, які будуть допомагати у пошуку вантажів, перевізників, шляхів доставки та компоновки необхідних товарів збройним силам України. Для цього у нас є підприємства та спеціалісти, які досить добре себе зарекомендували у цій сфері і досвід яких, ми можемо використати на практиці. В ситуації, що склалася, не можна лише обмежитися створенням логістичних та центрів та електронних сервісів, що полегшують й оптимізують переміщення вантажів. Необхідно пропагувати та популяризувати логістику як науку, як філософію транспортних перевезень.

В Україні, в умовах війни, великого значення набуває армія ВОЛОНТЕРІВ. Проблема в тому, що вони працюють розрізнено, кожен діє по принципу «сам за себе». Ще раз наголошуємо на необхідності створення електронних носіїв, які б відстежували їх ефективність, їх вміння та досвід. Необхідно створити умови, коли оптимальні рішення ставатимуть частиною загального досвіду всього волонтерського руху. Це може бути досягнуто за умови тісної співпраці з вітчизняними засобами масової інформації, успішного використання елементів зв'язків із громадськістю та соціальної реклами. Ми повинні вміти використовувати складові Public Relations, досвід розвинутих логістичних кампаній, що, у свою чергу, примусить кожного волонтера підтримувати дух та завзяття українських захисників.

При цьому, ми повинні пам'ятати не лише про необхідність раціональної оптимізації логістики, а й про корупційні ризики та схеми, які існують навколо волонтерських центрів. Тому, треба вміло поєднувати переваги централізованих можливостей нашої країни, громадську ініціативу волонтерів з метою вибору найкращих логістичних шляхів та підходів задля нашої перемоги.

Ми повинні дивитися на всю економіку загалом. Зараз – найкращий час, щоб нарешті почати рух до справжніх ринкових моделей логістики. Необхідно прикласти чимало зусиль задля збереження економічної стабільності та створення фундаменту для післявоєнного відновлення, вже зараз треба починати вдосконалення, оптимізацію та лібералізацію даного сектору економіки. Це – не тільки питання виживання України, але й питання нашої перемоги як економічної, так і воєнної.

Перелік використаних джерел:

1. Крикавський Є. В. Логістика: традиційні і нетрадиційні сфери використання // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» № 552 «Логістика»/ Крикавський Є. В., Патора Р., 2006, С. 62-75.
2. Сапіга Р. І. Військова логістика у забезпеченні воєнно-економічної безпеки країни: автореф. дис. канд. екон. наук: 21.04.01 / Р. І. Сапіга. К., 2013. 22 с.
3. Ступницький О. І. Формування логістики кризових ситуацій у контексті військового конфлікту Росія – Україна // Актуальні проблеми міжнародних відносин : Збірник наукових праць. Випуск 121 (частина І). К. : Нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2014. С.233.

Данилків Тетяна
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Tetiana Danylkiv
Student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД FEATURES OF DECENTRALIZATION PROCESSES IN UKRAINE AND FINANCIAL SECURITY OF THE DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES

Однією з основних особливостей децентралізації в Україні є перехід від централізованої моделі управління до моделі, де влада та повноваження передаються на місцевий рівень. Це означає, що місцева влада тепер має більше повноважень, фінансових ресурсів та можливостей для розвитку своїх територій.

Формування територіальних громад в Україні почалося у 2014 році, коли було прийнято закон про децентралізацію влади. Закон передбачав об'єднання громад на добровільних засадах з метою забезпечення їхнього розвитку та покращення життя населення.

Бюджети ОТГ приймаються, керуючись Бюджетним кодексом України [1], Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» [2], Законом України «Про Державний бюджет України на 2021 рік» [3], враховуючи рекомендації постійної комісії з питань бюджету, житлово-комунального господарства та соціального захисту населення.

Основною формою децентралізації в Україні стали об'єднані територіальні громади (ОТГ), які об'єднують сільські та міські ради.

Фінансове забезпечення розвитку ОТГ є однією з ключових складових децентралізації в Україні. Зокрема, фінансові ресурси для розвитку ОТГ надходять з наступних джерел:

1. Податкові надходження. Це головне джерело фінансування ОТГ. Зокрема, ОТГ отримують частину податкових надходжень від підприємств та громадян, які зареєстровані на їх території.

2. Дотації з державного бюджету. Держава здійснює дотування бюджетів громад в Україні з державного бюджету за рахунок різних джерел фінансування.

Розмір дотацій встановлюється відповідно до законодавства та залежить від розміру бюджету громади, її фінансових потреб та показників соціально-економічного розвитку.

Крім дотацій, громади можуть отримувати кошти від держави у формі субвенцій. Субвенції надаються на здійснення окремих видів діяльності, наприклад, на забезпечення фінансової підтримки малозабезпечених громадян, на розвиток інфраструктури, освіти, культури тощо. Розмір субвенцій встановлюється урядом на підставі потреб громад та здійснених ними витрат.

Також держава може здійснювати інвестиційну підтримку розвитку громад у формі кредитів, грантів та інших видів допомоги. Наприклад, Програма USAID «Децентралізація

місцевої влади та розвиток регіонального самоврядування» надає фінансову та технічну підтримку ОТГ для здійснення їхніх повноважень та розвитку.

3. Інвестиційні проекти. ОТГ можуть залучати фінансування на розвиток своїх територій шляхом реалізації інвестиційних проектів з державними та приватними інвесторами.

4. Фонд регіонального розвитку. Це спеціальний фонд, створений з метою фінансування регіональних проектів та ініціатив, які сприяють розвитку ОТГ.

5. Інші джерела.

На даний момент процес об'єднання територіальних громад в Україні вже завершено, тим не менше, їх подальший розвиток є складним процесом, який вимагає ретельного аналізу законодавства, яке регулює цю сферу державного розвитку, а також потребує вивчення особливостей його фінансового забезпечення.

Перелік використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України <https://ips.ligazakon.net/document/T102456>
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" https://ips.ligazakon.net/document/view/Z970280?ed=2021_02_19
3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2023 рік» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text>

УДК 331.103.32

Зембала Юліта Кінга

студентка групи МЕНзмсв-11
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Кондрацька Лілія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Julita Kinga Zembala

Student of the group MENzmsv-11
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Kondratska Liliya

PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of International Tourism and Hospitality Business
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ INTERNATIONAL EXPERIENCE OF THE STAFF DEVELOPMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE

У сучасних умовах, що характеризуються швидким старінням знань, умінь та практичних навичок, одним із вагомих факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку є необхідність постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників.

Для підприємств різних країн світу характерні свої системи розвитку персоналу, методи й інструменти їх реалізацій, котрі обумовлені національно-культурними особливостями держави. В таблиці 1 наведено найбільш характерні риси систем розвитку

персоналу на підприємствах різних форм власності, а саме японську, американську, французьку, британську, німецьку, італійську та українську.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика особливостей систем управління персоналом різних країн світу

Японія	США	Німеччина	
<ul style="list-style-type: none"> – оплата праці визначається врахуванням віку, стажу роботи, освіти та здібностей до виконання поставленого завдання; – початкове вивчення сильних і слабких сторін особистості працівника і підбір для нього відповідного робочого місця; – висока залежність працівників від фірми; – система «довічного найму»; – пріоритет колективним формам; – система управління трудовою діяльністю є колективістською, інноваційно-орієнтованою, соціально-спрямованою, централізованою, горизонтально спеціалізованою, самоконтрольованою; – Японська філософія менеджменту ґрунтується на традиціях поваги до старших, колективізму, загальної згоди, ввічливості, відданості ідеалам фірми. 	<ul style="list-style-type: none"> – система «Pay for Performance» – «плата за виконання»; – принцип індивідуалізму; – механізм індивідуалізації ЗП; – персонал розглядається як основне джерело підвищення ефективності виробництва; – підбір здійснюється за такими критеріями, як освіта, практичний досвід роботи, психологічна сумісність, уміння працювати в колективі; – орієнтація на вузьку спеціалізацію менеджерів, інженерів, вчених; – практично всі великі та більшість середніх підприємств США здійснюють власні програми навчання. 	<ul style="list-style-type: none"> – спільна участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці; – виробничі ради на підприємствах; – увага приділяється перепідготовці працівників служб персоналу за програмами стажування; – проводяться тренінги на суміжних посадах; – посадові інструкції із збалансованими обов'язками та правами; – використовуються різні види оплати праці в залежності від рівня кваліфікації, досвіду, володіння новими методами роботи, знання іноземних мов і т.п. 	
Франція	Великобританія	Італія	Україна
<ul style="list-style-type: none"> – використання конкурсів під час заміщення різних посад; – зв'язок просування по службі з перепідготовкою та підвищенням рівням знань; – навчання всіх працівників за програмою «Психологія спілкування»; – інформування персоналу про вакансії. 	<ul style="list-style-type: none"> – стандартизована система «Інвестори в людей»; – зобов'язання розвивати усіх співробітників для досягнення стратегічних цілей та завдань; – переглядаються потреби у навчанні та розвитку відповідно до конкурентної стратегії; – проводяться відповідні заходи з підтримки навчання та розвитку серед співробітників. 	<ul style="list-style-type: none"> – на півночі країни використовують американські методи управління персоналом; – у південних районах діє «радянська» система добору персоналу та переміщення кадрів на основі суб'єктивних чинників: родинних та дружніх зв'язків і т. ін.; – відсутні стимули, що сприяють підвищенню кваліфікації; – пріоритет надають адміністративним методам управління, а не економіко-соціального характеру. 	<ul style="list-style-type: none"> – низька продуктивність праці; – висока плинність кадрів; – несприятливий соціально-психологічний клімат; – відсутня на підприємствах єдина система роботи з кадрами; – персонал не знає про перспективи розвитку підприємства; – відсутність коштів на розвиток персоналу.

Примітка: сформовано автором на основі [1]

Так, аналіз міжнародного досвіду показав, що, на першому місці американської філософії бізнесу виступає заохочення індивідуалізму робітників, їхня орієнтація на прибуток компанії і залежність власного доходу від нього. В Японії ж особлива увага надається вивченню працівника, його сильних та слабких сторін, а вже в межах отриманих результатів йому надається посада, визначаються службові обов'язки та оснащується робоче місце. Щодо

німецької системи, то найбільше уваги приділяється перепідготовці працівників, стажуванню, проведенню тренінгів на суміжних посадах тощо. На підприємствах Франції до рівня працівників висуваються високі вимоги, зумовлені наявністю жорсткої конкуренції. Підприємства Італії в процесі управління персоналом здебільшого опираються на американські методи формування стратегії розвитку працівників із застосуванням адміністративних методів.

Отриманий досвід провідних країн світу дає змогу сформувати свою ефективну на практиці систему розвитку працівників для роботи вітчизняних підприємств, адже на сьогоднішній день наявна система не дає якісного оновлення персоналу. Зараз спостерігаються лише висока плинність кадрів, низька продуктивність праці, несприятливий клімат, відсутність коштів на розвиток персоналу і т.п.

Отже, підсумовуючи слід зазначити, що зарубіжна практика управління персоналом спрямована, насамперед, на формування ефективно працюючого колективу, який за рахунок високої вмотивованості та професіоналізму буде досягати високих результатів діяльності. Саме тому іноземну практику необхідно використовувати на вітчизняних підприємствах, але водночас не забувати про багаторічний вітчизняний досвід та особливості політичної та економічної ситуації.

Перелік використаних джерел:

1. Шостак Л.В. Зарубіжний досвід управління персоналом. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 3(08). С. 94-99.

УДК 659.4

Зяйлик Марія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Mariia Ziailyk

PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ UKRAINIAN PUBLIC RELATIONS MARKET

Зв'язки з громадськістю – наука відносно молода, в Україні появилася зовсім недавно. Поступово вона розвивалася і у своєму розвитку пройшла всі етапи зростання. Сьогодні PR знаходиться на етапі зрілості, вона і надалі стрімко розвивається, не дивлячись ні на пандемію, ні на війну. Тому, питання розвитку сфери зв'язків з громадськістю є надзвичайно актуальним в наші дні для нашої держави.

За роки її існування на ринку сфери професійних послуг, зв'язки з громадськістю пройшли значний шлях розвитку. Поступово PR розросталася, відокремлювалась у окремий маркетинговий підрозділ. До послуг спеціалістів по зв'язках з громадськістю кожний рік зверталось все більше та більше підприємств та організацій.

Дуже довго панувала думка, що зв'язки з громадськістю являються важливою складовою маркетингових комунікацій. Оскільки маркетингова діяльність охоплює практично майже всі сфери життя суспільства, вважається, що PR виконує її функцію. На жаль, зв'язки з громадськістю дуже часто ототожнюють з рекламою і розглядають її лише як специфічний рекламний засіб.

Але поступово цю науку перестали розглядати як просто додаток до маркетингової діяльності або ж до реклами. З кожним роком зв'язки з громадськістю розширювали спектр наданих послуг і все частіше починали виконувати функції менеджменту. Якщо раніше головним було готувати інформацію для зовнішньої громадськості, то тепер акцент робиться на підготовці інформації для менеджерів різноманітних фірм та їхніх працівників. Це, в свою чергу, дозволяє впливати на розвиток та вдосконалення стратегії і тактики компанії.

Дедалі частіше персонал фірм та організацій бере участь у розробці складових PR задля прийняття вірного управлінського рішення. Піармени спрямовують свою діяльність у відповідності до потреб та зацікавленості споживачів. Поступово розвивається тенденція – від вузької спеціалізації працівників PR-агенств до висококваліфікованих менеджерів по зв'язках із громадськістю, для яких важливі знання та вміння в галузі бізнесу, економіки, права, фінансів, маркетингу та менеджменту. Стає актуальною проблема попередження кризових ситуацій, що, у свою чергу, вимагає від піарменів відповідних знань та вмінь. Ось чому, основним завданням менеджера по зв'язках з громадськістю, дедалі частіше стає питання не розв'язання конфліктів, а їх попередження.

Можна назвати близько десятка наук, які претендують на приєднання складових PR до себе. Це і психологія, і соціологія, і соціальна психологія, і теорія менеджменту, теорія маркетингу, і багато інших наук. Адже, зв'язки з громадськістю мають обширні зв'язки з багатьма дисциплінами, які також вивчають комунікаційні процеси та прагнуть впливати на них. Тепер немає жодної науки, яка б існувала ізольовано від інших і не користувалася б їхніми досягненнями. Зв'язки з громадськістю – це галузь знань, яка охоплює ту частину комунікаційної сфери життя суспільства, котра пов'язана зі зв'язками установ та організацій з різними суспільними колами громадськості.

На сьогоднішній день, українські підприємства ще не отримали достатньо досвіду, достатньо ресурсів, тому в їх роботі завжди є присутнім ризик, пов'язаний із стабільністю розвитку вітчизняних PR-компаній, великим недоліком є те, що дуже мало уваги приділяється іміджу та образу організацій. Зате, позитивною тенденцією для українського PR-ринку є те, що за кількістю клієнтів, проектів, які супроводжуються, переважають агентства вітчизняного походження. Прогнози в цьому напрямку також оптимістичні. Не припиняється процес, пов'язаний з накопиченням досвіду, накопиченням ресурсів і завоюванням довіри клієнтів.

Український PR-ринок є ще не достатньо розвинутим та структурованим, хоча самі процеси поступово набирають обертів. В сегменті зв'язків з громадськістю виділились такі ринки: інформаційні технології, фінансовий, будівництво, нерухомість, продукти харчування, алкогольні вироби, тютюнові вироби, фармацевтичний ринок. На сьогоднішній день відокремленими залишаються сільське господарство та промислові підприємства, які є дуже перспективними ринками. Останнім часом активно починає себе проявляти сфера послуг. Ось чому, ми можемо стверджувати, що ринок PR в Україні постійно розвивається та структуровується. Прикро, що дуже багато підприємців до сих пір асоціюють зв'язки з громадськістю з розробкою реклами. Створення та розвиток маркетингових відділів, відділів реклами спричинив розвиток PR-діяльності, яка по сьогоднішній день розвивається.

Існує багато як негативних так і позитивних тенденцій у діяльності українських зв'язків з громадськістю. З однієї сторони, більшість керівників підприємств недооцінюють можливості PR впливати на економіку конкретних компаній, з іншого, багато PR-фахівців не вміють говорити з бізнесом його мовою. Але попри це, проявляються і позитивні сигнали: зростає попит на послуги у сфері кризових комунікацій, посилюється увага замовників до якості наданих послуг.

Сьогодні, більшість підприємців співпрацює з тими піарменами та агенціями, котрі розробляють ефективні рішення та готові відповідати за кінцевий результат їх реалізації. Тому, не дивлячись ні на що, український PR-ринок знаходиться на стадії активного розвитку, наростаючими темпами збільшується кількість PR-операторів і, що особливо важливо, серед них збільшується частка українських PR-агенств. Досить істотно на український ринок

зв'язків з громадськістю вплинула економічна криза, але фахівці вважають, що вона, навпаки, сприятиме ринку стати більш розвинутим, структурованим і професійним.

Цей вид діяльності в Україні не є бездоганим, але співставляючи всі переваги та недоліки їх роботи, сподіваємося, що вітчизняні PR-агенства зможуть подолати труднощі та вийти на світовий рівень.

Перелік використаних джерел:

1. Березенко В. Перший етап активізації розвитку наукового знання про паблік рилейшнз в Україні. Поліграфія і видавнича справа. 2014. № 3(67). С. 68-72.

2. Руденко О.І. Роль сучасних політичних PR-технологій у формуванні нових принципів взаємодії влади і суспільства. Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. К., 2013. № 2. С. 143-146.

УДК 330.34

Киндич Тетяна

студентка групи ПП-21

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Радинський Сергій

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Tetiana Kyndych

Sstudent of the group PP-21

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Sergii Radynskiy

PhD (Economics)

Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ THE ROLE AND POTENTIAL OF DOMESTIC ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPMENT OF AN ECONOMICALLY STABLE STATE

Для вітчизняних підприємств зовнішньоекономічна діяльність, безсумнівно, має дуже велике значення, оскільки вона має безпосередній вплив на їх функціонування та вносить свій вклад у ефективність економічного співробітництва між країнами. Проте у зв'язку зі стрімким розвитком технологій, світовою пандемією через спалах епідемії вірусу COVID-19 та початком російської агресії, світова видавничо-поліграфічна справа зазнала досить істотних змін та збитків [1].

В умовах нестабільності економічної ситуації, посилення впливу інноваційних, інформаційних і комунікаційних технологій є актуальним пошук нових шляхів і методів подальшого соціально-економічного розвитку підприємств. Сьогодні світова економіка переживає серйозні зміни. У сформованих умовах ринку України також відбуваються значні зміни, коли успішний розвиток підприємства й саме його існування безпосередньо залежать від розробленої стратегії і методів її впровадження.

Вітчизняні товаровиробники повинні зосередитись на заходах які би дозволили їм конкурувати з іноземними колегами. До вступу України до СОТ вітчизняних виробників

захищали високі ставки імпортного мита. Відповідно після вступу країни до організації, вітчизняні виробники мали конкурувати з імпортною продукцією [2].

На сьогодні деякі вітчизняні виробники продовжують виробляти не те, що буде продаватися, а просто те, що вони можуть виробляти. Тобто підприємства не проводять модернізацію виробництва при цьому використовують старі методи реалізації продукції і відповідно втрачають конкурентоспроможність [2].

Найкращим варіантом вирішення цієї проблеми є вивчення внутрішнього ринку і створення нових інновацій, які зможуть підвищити рівень вітчизняного виробництва.

Інноваційність спирається на процес удосконалення, відкриття нового, тобто на ефективне засвоєння та впровадження нововведень, спрямованих на оновлення технологій, техніки, організації виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення соціальних інновацій, спрямованих на ефективну зміну поведінки персоналу з метою отримання запланованих результатів. Саме поєднання всіх складових дозволяє системі не тільки вижити в умовах загострення конкуренції, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності [3].

Цікавим є погляд на інновації як важливий елемент формування стратегій, а також бізнес-моделей, які кореспондують з ними. Особливо важливу науково-дослідною проблемою праці є структури та принципи побудови сучасних бізнес-моделей, в яких особливу роль відіграють різні форми інновацій [3].

За дев'ять місяців повномасштабного вторгнення український бізнес зазнав втрат в рази більше, ніж за два роки пандемії. Наразі багато підприємств, опинившись в районах активних бойових дій, евакуювались в більш безпечні регіони та продовжили там свою діяльність, або ж зовсім припинили її. Компанії, які все ж таки мають необхідні ресурси та продовжують роботу, страждають від постійних ракетних обстрілів, перебоїв з постачанням електроенергії, проблем з логістикою та браком потрібної сировини [4].

За свідченнями опитувань Європейської Бізнес Асоціації з 3 до 9 серпня 2022 року, участь у ньому взяли 102 директори компаній-членів Європейської Бізнес Асоціації (рис.1).

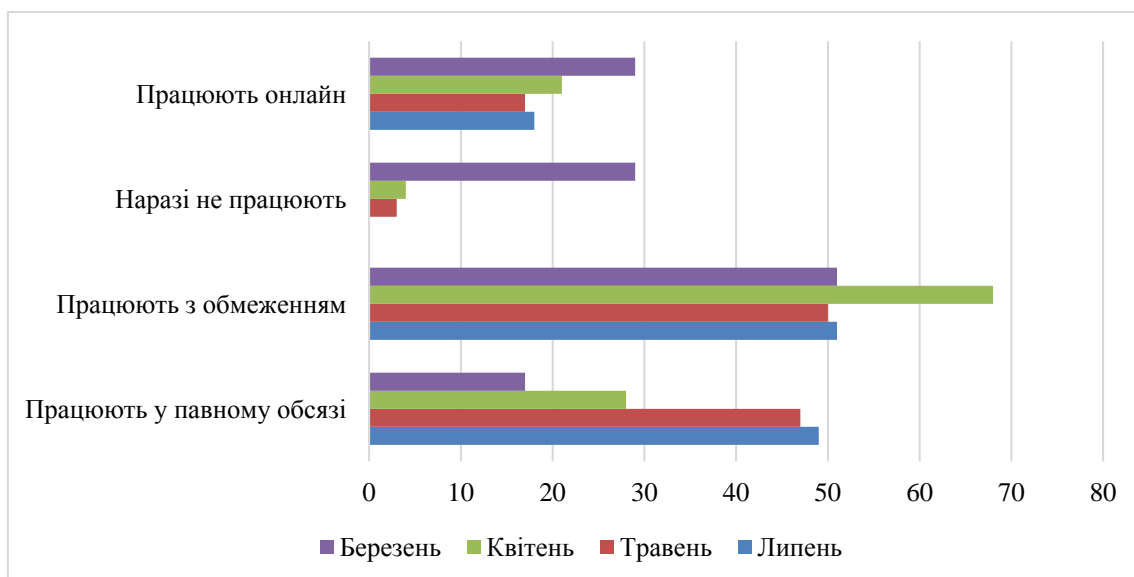


Рисунок 1. Робота компаній у березні-липні 2022 року за опитуванням Європейської Бізнес Асоціації, у відсотках [5]

Результати дослідження засвідчують важливість та необхідність використання потенціалу вітчизняного підприємництва для розвитку економічної стійкої держави. Рациональне та ефективне використання матеріальних, виробничих, трудових та інших ресурсів, пошук нових можливостей, своєчасні управлінські рішення визначають перевагу підприємства над конкурентами та стрімкий економічний розвиток. Саме потенціал як

інтегрована сукупність можливостей, здібностей, ресурсів та засобів набуває вагомого значення у процесах підвищення результативності функціонування вітчизняних підприємств.

Перелік використаних джерел:

1. Троянська Д.В., Чорній В.В. Функціонування вітчизняних підприємств поліграфічної галузі у глобальному економічному середовищі. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230943> (дата звернення до ресурсу 25.02.2023 року)
2. Олейніков Є. Вітчизняні підприємства повинні приділяти значну увагу підвищенню конкурентоспроможності своєї продукції. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=c0559c82-3f5d-4ac4-84aa-4cbf1aea8f21&title=VitchiznianiPidpriemstvaPovinniPridiliatiZnachnuUvaguPidvischenniuKonkurentosprozhnostiSvoieiProduktsii> (дата звернення до ресурсу 25.02.2023 року)
3. Позняк С.В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4614> (дата звернення до ресурсу 26.02.2023 року)
4. Чернишевич Д., Жигалкевич Ж. Розвиток підприємства під час воєнного часу URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/271781> (дата звернення до ресурсу 26.02.2023 року)
5. Іванов О. Бізнес в умовах війни. Як змінювалось самовідчуття підприємців з березня – п'ять найважливіших показників в одній інфографіці. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/economics/ukrajinskiy-biznespokrashchiv-ocinku-finansovoji-stiykosti-opituvannya-yeba-infografika-50262837.html> (дата звернення до ресурсу 27.02.2023 року)

УДК 330.341.1

Лазарюк Валерій

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри інжинірингу машинобудівних технологій
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Шанайда Володимир

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри конструювання верстатів, інструментів та машин
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Valeriy Lazaryuk

PhD (Engineering), Associate Professor
Associate Professor of the Mechanical Engineering Technology Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Volodymyr Shanaida

PhD (Engineering), Associate Professor
Associate Professor of the Design of Machine Tools, Instruments and Machines Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ NEW DEVELOPMENT TOOLS FOR MANUFACTURING TECH STARTUPS IN UKRAINE

Сектор виробничих технологій є одним із найактивніших секторів для стартап інвесторів у країнах з розвинутою економікою. Наприклад, у США загальний обсяг

фінансування технологічних стартапів складає 26,4 млрд доларів США для 1,5 тис. компаній [1]. Рішення, які пропонуються на ринку допомагають виробникам в усьому ланцюгу створення вартості виробу, зокрема у підвищенні його виробничої технологічності. При цьому скорочуються, як витрати на підготовку виробництва, процес виготовлення, монтаж, так і виконуються цілі сталого розвитку, пов'язані з утилізацією та повторною переробкою матеріалів та компонентів виробу. До тематики технологічних стартапів входять рішення для інженерного аналізу, технологій виробництва, програмного забезпечення для керування процесами, технічного обслуговування активів, пакети PLM, CAD, CAM, застосування робототехніки. Особливо значне фінансування залучають техностартапи із бізнес-моделями з застосуванням розподіленого виробництва, цифрових двійників, управління якістю та візуального контролю [1].

Зокрема, застосування системи розподіленого (хмарного) виробництва (distributed production, cloud producing) дозволяє окремій компанії самостійно виконувати замовлення для виготовлення частини виробу за його цифровою моделлю за власною ноу-хау технологією та водночас формувати єдиний технологічний ланцюжок без утворення юридичної особи і передачі окремих прав інтелектуальної власності. Фактичним виробником інноваційного виробу може бути транзакційна компанія, яка працює як системний інтегратор єдиного технологічного процесу. Звичайно для запровадження даного способу на виробництві, наприклад у промисловому регіональному кластері, повинна відбутись глобальна автоматизація процесів та етапів виробництва усіх компаній такого кластеру, уніфікація програмного забезпечення конструкторської та технологічної підготовки виробництва, децентралізація системи складського обліку вироблених деталей, матеріалів та інструментів для конкретного виробу, мережева взаємодія учасників у реальному часі.

Запровадження бізнес-моделі розподіленого виробництва створює передумови для перетворення громадських об'єднань «мейкерів», мейкерплейсів, фаблабів у регіональні лабораторії колективного доступу для виготовлення прототипів інноваційних виробів у певній галузі або для окремого кластеру [2]. Це може дозволити скоротити взаємодію у ланцюжку винахідник-виробник-інвестор та швидше наповнити ринок інноваційними товарами.

Застосування для створення стартапу технології «цифрового двійника» (Digital Twin) дозволяє впровадити на підприємстві окремі наукові та технічні розробки для виявлення фізичних проблем виробничих процесів, прогнозування їх результатів та підвищення якості продукції. Наприклад, моделювання систем металообробного верстату з ЧПК для ідентифікації та прогнозування його технічного стану в процесі експлуатації.

У ході четвертої промислової революції зростання бізнесу відбувається значно швидшими темпами, стартапи виводять на ринок не просто нові технології покращення якості продуктів та сервісу обслуговування, а проривні технології які змінюють правила гри бізнесу з абсолютно новими ефективними технологіями, створеними за принципами сталого розвитку.

Інструментарій дизайн-мислення, як клієнтоорієнтований метод розробки продуктів та послуг, збагачується новими підходами із запровадження креативного мислення. Даний відносно новий інструмент генерування інноваційних рішень, дозволяє не просто вдосконалювати продукт, а в першу чергу створювати принципово новий продукт чи послугу, відповідно до нових потреб та проблем користувача. В результаті, створена проривна інновація витісняє з ринку корисну інновацію, відповідно до задоволення не просто високих споживчих якостей, а потреб і нових цінностей користувача. Наприклад, створення питної води, яка не просто не має шкідливих домішок, а є способом запобігання захворювань. Креативне мислення це властивість людини мислити поза певними існуючими кордонами, застосовуючи незвичне комбінування, нові підходи та метафори [3]. Наприклад, винайдення сенсорного екрану способом креативного мислення радикально змінило світовий ринок засобів зв'язку.

Значною перешкодою створення техностартапів в Україні є помилка у оцінці власних ресурсів часу на реалізацію проекту. Розробник часто думає: «Спочатку мені здавалося, що створення основних функцій займе 80% від загального фронту робіт, а на все інше

припадатиме 20% часу й сил». Проте насправді, розроблення базових функцій складатиме 1% затраченого часу. При створенні нового продукту новачком-стартапером звичайно значна частина часу піде на дослідження ринку, тестування гіпотез та пошук ніші на ринку.

Нерідко продукти, які виводяться техностартапами на ринок є нішевими, і розраховані скоріше на покупців-новаторів, ніж на вже навчену, звиклу до старого продукту аудиторію покупців. Створення такого нішевого товару вимагає ретельного вивчення портрету-клієнта з унікальною ціннісною пропозицією та ретельною розробкою її канви, враховуючи обставини, які можуть зупинити клієнта від покупки, та пропонуючи інновації, які будуть запобігати негативній реакції на новий товар.

Однією з вагомих причин збоїв у реалізації техностартапів є недолік у розробці мінімально-життєздатного продукту MVP (Minimum Viable Product). Дана стадія розробки техностартапу викликана необхідністю перевірити гіпотезу інноваційного продукту у стислі терміни, щоб скоротити значні фінансові затрати на першу експериментальну партію. Зазвичай MVP має невеликий набір функцій та одну ключову. Адже, це - початковий, мінімально життєздатний виріб. Проте, MVP виробу, створеного на виробництві, на відміну від стартап ІТ продуктів, вимагає більших затрат часу розробників та ресурсів інвесторів.

Отже, для створення умов росту технологічних стартапів в Україні доцільно враховувати швидкий розвиток четвертої промислової революції у світі та її особливі ніші для стартапів, важливо запроваджувати нові освітні програми для зменшення затрат часу та ресурсів для інженерів-розробників та інвесторів, актуально впроваджувати бізнес-моделі розподіленого виробництва та створювати інноваційні лабораторії цифрового виробництва колективного доступу на регіональному та місцевому рівнях.

Перелік використаних джерел:

1. Emerging Startups 2023: Top Manufacturing Tech Startups. URL: <<https://tracxn.com/d/emerging-startups/top-manufacturing-tech-startups-2023>> (2023, березень, 23)

2. Лабораторії фаблаб як елемент інфраструктури інноваційного розвитку територіальних громад / Вітенько Т., Мариненко Н., Лазарюк В., Шанайда В. // Матеріали І міжрегіональної науково-практичної конференції «Проблеми публічного управління та адміністрування на регіональному рівні», 21 травня 2019 року. Т. : ТНТУ, 2019. С. 97–98. URL: <<https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/28323>> (2023, березень, 23)

3. Мрихіна Олександра. Курс «Креативне мислення». Підручник. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/845/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf> (2023, березень, 23)

УДК 338.05

Левицький Віталій

доктор історичних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Радинський Сергій

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Vitalii Levytskyi

Doctor of Sciences (History), Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department

**ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ
У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В МЕЖАХ АСОЦІАЦІЇ З ЄС
IMPLEMENTATION OF THE LEGISLATION OF UKRAINE IN THE FIELD
OF ENTREPRENEURSHIP WITHIN THE ASSOCIATION WITH THE EU**

Соціально-економічна ситуація в країні, а також обраний геополітичний напрям держави мають безпосередній вплив на розвиток підприємництва. Відтак діяльність українських суб'єктів підприємництва на сьогодні значно залежить від процесу, пов'язаного з інтеграцією України в Європейський економічний простір. Отже, держава бере на себе обов'язки щодо уніфікації законодавства та нормативно-правового регулювання, вдосконалення національної системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності відповідно до загальновизнаних стандартів, створення сприятливого бізнес-клімату, захисту національного виробника від конкурентної імпортованої продукції тощо.

Від створення ЄС (на підставі Договору про Європейський Союз від 07.02.1992 р.) Україна проголосила інтеграцію до ЄС пріоритетним напрямом зовнішньо-політичного курсу держави. Зокрема Постановою Верховної Ради України від 02.07.1993 р. № 3360-ХІІ «Про основні напрями зовнішньої політики України» (втратила чинність) було задекларовано, що перспективною метою української зовнішньої політики є членство України в Європейських Співтовариствах. Відтак ст. 18 Конституції України закріпила, що зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загальновизнаними принципами і нормами міжнародного права. Згодом ч. 2 ст. 11 Закону України від 01.07.2010 р. № 2411-VI «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» однією із засад зовнішньої політики визначено забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі.

Неодмінним елементом євроінтеграції є досягнення певного рівня узгодженості українського законодавства із правовими нормами ЄС. Зокрема першою основоположною угодою між Україною та ЄС – Угодою про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС від 16.06.1994 р. (далі – УПС) визначено, що важливою умовою для зміцнення економічних зв'язків між Україною та Співтовариством є зближення діючого і майбутнього законодавства України із законодавством Співтовариства. Підвалини внутрішнього забезпечення процесу адаптації було закладено низкою підзаконних нормативно-правових актів, зокрема указами Президента від 24.02.1998 р. № 148 «Про забезпечення виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Співтовариством»; від 11.06.1998 р. № 615 «Про затвердження Стратегії інтеграції України до ЄС»; від 09.02.1999 р. № 145 «Про заходи щодо вдосконалення нормотворчої діяльності органів виконавчої влади»; постановою Кабінету Міністрів України від 16.08.1999 р. № 1496 «Про Концепцію адаптації законодавства України до законодавства ЄС» [1, С. 374].

Україна, як задекларовано в УПС, взяла на себе зобов'язання вжити заходів для забезпечення поступового приведення законодавства у відповідність до законодавства Співтовариства (п. 1 ст. 51). До сфер систематизації та увідповіднення норм належать такі: митна; корпоративна; банківська; податкова; бухгалтерський облік; інтелектуальна власність; охорона праці; фінансові послуги; правила конкуренції; державні закупівлі; охорона здоров'я та життя людей, тварин, рослин, довкілля; захист прав споживачів; технічні правила і

стандарти; транспорт; енергетика, включаючи ядерну. Отже, таке зближення безпосередньо стосується правовідносин у сфері підприємництва. Зокрема ст.ст. 30-36 Глави II Розділу IV УПС передбачили умови, що впливають на створення та діяльність компаній (а саме: суб'єктів корпоративного підприємництва). Так, ч. 2 ст. 30 Угоди закріплено положення про те, що Україна, згідно із своїми законодавством та правилами, надає Співтовариству, дочірнім компаніям і філіалам, заснованим на її території, режим, що є не менш сприятливим, ніж той, що надається її власним компаніям або компаніям будь-якої третьої країни, залежно від того, який з них є кращий. Водночас ст. 10 задекларувала режим найбільшого сприяння у торгівлі між суб'єктами підприємництва України та країн-членів ЄС.

Процес систематизації заходів щодо інтеграції України в європейський правовий простір і виконання нею зобов'язань триває третій десяток років. За весь період часто прийняті документи не відповідали «євростандартам», спостерігались серйозні порушення, неузгодженості та суперечності між прийнятими нормативно-правовими актами та стандартами і нормами права ЄС. У таких важливих сферах, як підприємницька діяльність та інвестиції, поточні платежі та капітал, конкуренція та захист власності станом на кінець 2000 року не було прийнято, відповідно до вимог ЄС, жодного нормативно-правового акту. Натомість, наприклад, іноземну підприємницьку діяльність в Україні регулювали понад 130 законодавчих актів [2, С. 197]. Відсутність чіткого правового регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, зрозуміло, не лише насторожує іноземних інвесторів започатковувати бізнес на території України, але й спричиняє до тінізації комерційної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Починаючи з 2004 р., адаптація законодавства України до законодавства ЄС відбувалася відповідно до положень Загально державної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, затвердженої Законом України від 18.03.2004 р. № 1629-IV. Згідно з вказаною Програмою, метою адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу є досягнення відповідності правової системи України *acquis communautaire* з урахуванням критеріїв, що висуваються Європейським Союзом (ЄС) до держав, які мають намір вступити до нього. Адаптація законодавства України до законодавства ЄС є пріоритетною складовою процесу інтеграції України до Європейського Союзу. *Acquis communautaire* (з фр. «спільний доробок», «надбання» Співтовариств, сьогодні також і *acquis* ЄС) – це правова система Європейського Союзу, яка включає акти законодавства Європейського Союзу (але не обмежується ними), прийняті в межах Європейського співтовариства, Спільної зовнішньої політики та політики безпеки і Співпраці у сфері юстиції та внутрішніх справ. Саме ця концепція була закладена в Угоді про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС від 16.06.1994 р.

На виконання вказаної Програми Кабінет Міністрів України прийняв Постанову «Про деякі питання адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» від 15.10.2004 р. № 1365. Цим документом було затверджено Порядок підготовки та реалізації плану заходів з виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, створено Координаційну раду з адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу та затверджено Положення про неї. Як свідчить історичний досвід розвитку ЄС, обсяг *acquis communautaire* постійно збільшується та поширюється на нові сфери у зв'язку з розширенням та еволюцією компетенції ЄС, що може бути поясненням відсутності чітко визначених меж *acquis communautaire*. Тому нові кандидати стикаються з більш складними в політичному, економічному та правовому сенсі умовами вступу. Вказана обставина, безперечно, суттєво ускладнює процес адаптації законодавства [3, С. 38]. Важливо зауважити, що першим документом у процесі узгодження законодавства України з правовими нормами ЄС була Тимчасова угода між Україною та ЄС про торгівлю та торговельне співробітництво від 01.06.1995 р., яка регламентувала сферу конкуренції та захисту права інтелектуальної власності, а отже, сферу господарських правовідносин. Серед напрямів адаптації господарського законодавства, зокрема вирізняють: 1) щодо якості та технічного регулювання; 2) щодо порядку здійснення господарсько-торгівельної діяльності;

3) щодо захисту прав споживачів [4, С. 58]. До цих напрямів доцільно додати: корпоративне регулювання, захист конкуренції, державну підтримку суб'єктів підприємництва.

Найважливішим аспектом для України є саме економічна інтеграція як процес зближення і взаємного пристосування окремих національних господарств, що виявляється і у розширенні та поглибленні виробничо-технологічних зв'язків, спільному використанні ресурсів, об'єднанні капіталів, і у взаємному створенні сприятливих умов для здійснення економічної діяльності, а також передбачає створення поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі, котрій притаманні деякі риси спільного ринку. Головною сферою модернізації є система господарського законодавства, яка має здійснюватися в напрямках: адаптації національного законодавства до європейського; стимулювання інтеграційних процесів; удосконалення державного контролю; поліпшення якості продукції; розвитку техніко-технологічних систем; широкого запровадження інноваційних технологій; добросовісної торгівлі; стимулювання конкуренції та інших. На теоретичному рівні вирізняють такі чотири етапи економічної інтеграції:

1. Зона вільної торгівлі (скасування мита, квот та інших обмежень у торгівлі між державами-учасницями при збереженні їх автономії у митній і торговельній політиці стосовно третіх країн).

2. Митний союз (запровадження спільних зовнішніх тарифів і перехід до єдиної торговельної політики стосовно третіх країн).

3. Єдиний внутрішній (спільний) ринок (ліквідація бар'єрів між державами у взаємній торгівлі для переміщення робочої сили і капіталу).

4. Економічний і валютний союз (єдиний внутрішній ринок та гармонізація і координація економічної політики держав-учасниць на основі спільного ухвалення рішень і контролю за їх виконанням, заміна національних валют єдиною, єдина валютна і грошова політика) [5, С. 62].

Україна зацікавлена у впровадженні положень Угоди про асоціацію щодо державної фінансової допомоги бізнесу та державних інвестицій. Імплементация європейського законодавства дозволить підвищити ефективність витрачання державних коштів, які виділяються на державну допомогу; забезпечити прозорість процесу надання державної допомоги та підзвітність щодо її використання перед громадськістю; створити рівні конкурентні умови для ведення бізнесу.

Конкретні заходи щодо імплементации європейських підходів полягають у такому:

1. Для імплементации європейських правил Україні необхідно переорієнтувати державну допомогу підприємствам з підтримки окремих галузей та державних підприємств на розширення фінансування горизонтальної державної підтримки – на інноваційні та екологічні проекти, вирівнювання регіональних дисбалансів, створення нових підприємств та напрямків виробництва. Для цього пропонується скасувати Перелік пріоритетних галузей економіки (Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 843-р) як такий, що не відповідає стандартам ЄС. Водночас створити рівний доступ підприємств будь-яких видів діяльності для отримання допомоги на відновлення платоспроможності та реструктуризацію.

2. На підготовчому етапі до набрання чинності Законом України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» (це відбудеться 02.08.2017 р.) необхідно розробити «Порядок надання державної допомоги на відновлення платоспроможності та реструктуризацію суб'єктів господарювання» з урахуванням вимог ч. 2 ст. 6 Закону «Про державну допомогу суб'єктам господарювання», ст. 5 та 96 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом, ч. 4 ст.12–1 Закону України «Про інвестиційну діяльність» тощо. У цьому порядку визначити критерії оцінки допустимості надання такої допомоги, зважаючи на такі концептуальні засади: 1) допомога на відновлення платоспроможності надається лише один раз, після чого або здійснюється реструктуризація, або підприємство ліквідується; 2) у разі надання допомоги на реструктуризацію державне фінансування не повинно перевищувати 50% витрат.

3. Встановити чіткі правила щодо обсягу та типів галузевої державної допомоги. Для цього пропонується доповнити Закон України «Про державну допомогу суб'єктам

господарювання» правилами щодо обсягу та типів галузевої державної допомоги, які надаватимуться підприємствам «на підтримку окремих галузей економіки» (п. 8 ч. 2 ст. 6 п. 8 Закону). Встановити цільову спрямованість такої допомоги на закриття неконкурентоспроможних підприємств, науково-дослідну та інноваційну діяльність, захист довкілля або навчання у галузі. Прив'язати до цих вимог спеціальні (галузеві закони), зокрема: «Про розвиток літакобудівної промисловості», «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу», «Про заходи щодо державної підтримки суднобудівної промисловості в Україні», Закон «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць», а також проект Закону «Про державну підтримку вугільної галузі», що наразі розробляється.

4. Для наближення українського нормативно-правового поля, що регламентує діяльність МСБ, доцільно ухвалити рамковий закон, аналогічний Європейській хартії малих підприємств від 2000 р., а також рамковий закон, аналогічний «Акту про малий бізнес в Європі» (SBA) від 2008 р. При цьому необхідно запровадити критерії визначення підприємств малого та середнього бізнесу згідно з рекомендаціями Європейської Комісії. Доцільно створити Національне агентство з питань МСБ, яке було б наділено правом блокувати на етапі розробки законів та нормативно-правових актів, які ускладнюють регуляторні умови діяльності для МСБ. У країнах ЄС подібні інституції діють.

5. Створити Агентство з моніторингу та управління державною допомогою. На сьогодні обов'язки щодо контролю за державною допомогою покладені на Антимонопольний комітет України, однак через об'єктивні та суб'єктивні причини робота щодо створення окремого підрозділу, функціональним обов'язком якого було б здійснення моніторингу і реалізація політики у сфері державної допомоги відбувається вкрай повільно. Натомість практика європейських країн свідчить, що для нових членів ЄС (або асоційованих членів ЄС) перехід на європейські стандарти надання державної допомоги є досить важким і трудомістким процесом, який потребує створення відокремленої структури, діяльність якої була б повністю сконцентрована на реформуванні та удосконаленні системи державної допомоги у країні.

6. Законодавчо визначити національні пріоритети та сфери економічної діяльності, інвестиційні проекти в яких будуть здійснюватися із залученням державних коштів у першочерговому порядку. Запровадити стратегічне планування державних інвестицій згідно зі встановленими національними пріоритетами, що мають враховуватися при формуванні Державного бюджету України на плановий бюджетний період і прогнозу на наступні за плановим два бюджетні періоди. Для цього пропонується розробити порядок стратегічного планування державних інвестицій на середньостроковий період із урахуванням національних пріоритетів.

7. Законодавчо закріпити можливість бюджетної підтримки спільних інвестиційних проектів бізнесу і держави. Для цього у Бюджетному кодексі України пропонується уточнити визначення «державного інвестиційного проекту» як проекту, що може реалізовуватися шляхом державного інвестування в об'єкти державної власності або який співфінансується, здійснюється у державно-приватному партнерстві для досягнення національних пріоритетів, з використанням державних капітальних вкладень, нематеріальних активів та/або кредитів (позик), залучених державою або під державні гарантії, що перерозподіляються через державний Банк розвитку України.

8. Уточнити механізми фінансування інвестиційного проекту (пп. 4 п. 5 Положення про Міжвідомчу комісію з питань державних інвестиційних проектів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 22.07.2015 р. № 571). Доповнити це Положення нормою щодо здійснення Міжвідомчою комісією відбору середньострокових стратегічних державних інвестиційних проектів і визначення їхнього переліку у розрізі пріоритетних напрямів реалізації державних інвестиційних проектів, а також головних розпорядників коштів державного бюджету із зазначенням загальної вартості проекту.

9. Визначити порядок відбору державних інвестиційних проектів, які здійснюватимуться на умовах бюджетного співфінансування та державної участі в реалізації інвестиційних

проектів у рамках досягнення національних пріоритетів. У Законі України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» (ст. 2–4) слід визначити: два-три національні пріоритети; чіткі індикатори їх досягнення; критерії інвестиційних проектів, виконання яких спрямовуватиметься на реалізацію таких пріоритетів; процедури відбору, схвалення, реєстрації, обліку, фінансування інвестиційних проектів, фінансового контролю та аудиту за їхньою реалізацією. Положення цього Закону щодо умов настання права отримання пільги мають узгоджуватися з нормами п. 2 Перехідних положень Податкового кодексу України.

10. З метою посилення контролю за ризиками, які виникають у процесі державного інвестування, делегувати повноваження щодо фінансування інвестпроектів, що реалізуються за рахунок бюджетних коштів і коштів іноземних інвесторів та міжнародних організацій (на умовах співфінансування), державному Банку розвитку України, доцільність створення якого неодноразово нами обґрунтовувалася [6, С. 165–166].

Отже, проведення пропонованих змін стане передумовою адаптації законодавства, трансформації структури промисловості України та економіки загалом, підвищення темпів економічного зростання та переходу до використання переважно інтенсивних чинників розвитку. Подібні завдання – хоча і на іншому рівні – постають і перед економікою ЄС. Реалізація політики, спрямованої на широке використання нових технологій та інновацій, відповідатиме і Стратегії, що реалізується у країнах ЄС. Це може стати запорукою успіху у проведенні реформування національної економіки та прискореної інтеграції до європейських структур.

Перелік використаних джерел:

1. Хомко Л. В., Кульгавець Х. Ю. Правове регулювання підприємницької діяльності: навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2016. 424 с
2. Костюк С. Адаптація законодавства України до законодавства Європейського Союзу: стан, проблеми та перспективи. *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. 2012. Вип. 4. С. 196–202. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2000_4_21
3. Яковюк І. В. Адаптація законодавства України до законодавства Європейського Союзу: проблеми реалізації. *Державне будівництво та місцеве самоврядування*. 2012. Вип. 24. С. 37–49. 153
4. Зельдіна О. Р. Напрями адаптації законодавства України про господарсько-торговельну діяльність до законодавства ЄС. *Право і суспільство*. 2015. № 4. ч. 2. С. 56–62.
5. Замрига А. Проблематика оновлення господарського законодавства в контексті угоди про асоціацію між Україною та ЄС. *Підприємництво, господарство і право*. 2016. № 6. С. 60–65.
6. Імплементация Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: економічні виклики та нові можливості : наукова доповідь / за ред. акад. НАН України В. Гейця та чл.-кор. НААН України Т. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2016. 184 с.

УДК334.012.6:334.72

Мариненко Наталія

доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Ерстенюк Тарас

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Nataliia Marynenko
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Taras Ersteniuk
Post-graduate student
Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІКИ

THE ROLE OF DOMESTIC ENTREPRENEURSHIP IN ENSURING THE ECONOMY'S STABILITY

Основним фактором стійкого економічного зростання кожної держави є розвиток підприємництва, інтегрованого в європейську та світову економіку. Ефективний розвиток підприємництва є невід'ємним, об'єктивно необхідним елементом будь-якої розвиненої системи господарювання.

Рациональне та ефективне використання матеріальних, виробничих, трудових та інших ресурсів, пошук нових можливостей і своєчасне прийняття управлінських рішень зумовлюють перевагу підприємства над конкурентами та швидкий економічний розвиток. Інтегрована сукупність можливостей, потужностей, ресурсів і можливостей як інструментів матиме велике значення в процесі підвищення функціональної ефективності вітчизняних підприємств.

Вітчизняне підприємництво відіграє вирішальну роль у розвитку економічно стабільної держави, адже воно сприяє підвищенню інвестиційної привабливості територій, конкурентоспроможності міст, зростанню кваліфікації працівників, мотивації інновацій і творчості.

Вітчизняне підприємництво може сприяти забезпеченню стабільності економіки наступним чином:

1. Створення робочих місць: вітчизняні підприємства, у тому числі малий бізнес, створюють робочі місця у громадах, де функціонують. Зростання зайнятості має наслідком підвищення платоспроможності населення, а, отже, стимулюватиме розвиток місцевої економіки. Це, у свою чергу, сприяє економічній стабільності держави.

2. Інновації: вітчизняні підприємства часто впроваджують нові продукти чи послуги, що сприяє підвищенню продуктивності й економічному зростанню.

3. Посилення конкуренції: якщо у певній галузі працює багато підприємств, то одним із результатів, як правило, є зниження цін для споживачів, тому може мати місце зростання споживчих витрат, які простимулюють економіку.

4. Податкові надходження. Вітчизняні підприємства сплачують податки, а це допомагає державі фінансувати певні програми та послуги. Доходи, отримані державою у вигляді податкових надходжень, використовуються для розвитку інфраструктури та забезпечення соціальної функції держави і сприяють економічній стабільності.

5. Зростання експорту: вітчизняні підприємства також можуть сприяти зростанню експорту. Створюючи продукти чи послуги, які користуються міжнародним попитом, вони отримують дохід для країни та підвищують її загальну економічну стабільність [1, с. 98].

Крім, того, вітчизняний бізнес сприяє пришвидшенню перемоги України, адже станом на січень 2023 року майже 90% підприємств допомагають ЗСУ, реалізують волонтерські та гуманітарні проекти [2].

Отже, вітчизняне підприємництво є важливою складовою стабільної економіки. Воно є ключовим елементом ринкової економіки, значною мірою сприяє розвитку країни, багато в чому визначає темпи її соціально-економічного зростання. Створюючи робочі місця, заохочуючи інновації, посилюючи конкуренцію, генеруючи податкові надходження та

сприяючи зростанню експорту, вітчизняні підприємства допомагають будувати сильну та стійку економіку.

Перелік використаних джерел:

1. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 трав. 2017 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 294 с.

2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року.
URL: https://business.dii.gov.ua/uploads/5/28594-stan_ta_potrebi_biznesu_v_umovah_vijni_rezul_tati_opituvanna_v_sicni_2023_roku.pdf.

УДК 338.246.8

Мариненко Наталія

доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Кутко Тарас

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Nataliia Marynenko

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Taras Kutko

Post-graduate student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РЕЛОКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: УСПІХИ ТА ВИКЛИКИ RELOCATION OF ENTERPRISES UNDER THE WARTIME: SUCCESSES AND CHALLENGES

У зв'язку із невиправданою військовою агресією російської федерації, Україна і світ, в цілому, зіткнулися з питанням актуальності існуючої архітектури безпеки. Сучасні міжнародні безпекові організації виявились неефективними та не готовими до масштабних викликів, якими стала війна в Україні. В свою чергу, держава та український бізнес не опрацьовували поведінкових сценаріїв забезпечення переміщення підприємств, ланцюжків постачань на випадок подібних ситуацій. Багато підприємств були вимушено релоковані в екстремальних умовах, стислих термінах і обмежених ресурсах. Дана ситуація стала поштовхом швидкого пошуку та створення альтернативних шляхів постачання і збуту, перебудови бізнес-процесів для максимально швидкої адаптації до умов, що склалися.

Згідно з даними Міністерства економіки України [1], станом на 02.03.2023 року, за програмою релокації у більш безпечні регіони переміщено 800 підприємств, майже 80% з яких вже відновили роботу на новому місці. Найбільше підприємств релокувалося до Львівської (24% релокованих підприємств), Закарпатської (14,5%), Чернівецької (9,81%), Івано-Франківської (8,3%), Хмельницької (7,3%) та Тернопільської (6,3%) областей.

Серед релокованих підприємств, які вже відновили свою діяльність на новому місці, найбільшу частку складають [2]: підприємства у сфері оптової та роздрібної торгівлі,

ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (40,24 % від загальної кількості релокованих підприємств); переробної промисловості (31,71 %); інформації та телекомунікацій (6,34 %); професійної, наукової та технічної діяльності (5,85%); будівництва (4,15%).

Найбільш готовими до переміщення виявились ті підприємства, які присвятили час плануванню переїзду, та рівень запасу фінансової стійкості яких залишався на високому рівні на момент початку війни.

Варто відзначити, що багато підприємств в умовах релокації знаходять корисні взаємодії з клієнтами чи конкурентами, які стають їх партнерами. Вони об'єднують свої потужності, зусилля, ділять витрати та обов'язки, а це, в свою чергу, дає змогу пошуку нових, дієвих рішень і полегшує/прискорює адаптацію в новому регіоні.

Проте ключовими проблемами релокації залишаються:

– люди/працівники, не кожен з яких готовий змінити місце основного проживання, незважаючи на складність ситуації в регіоні. Особливо, це стосується провідних, технічних спеціалістів, які не мають змоги виконувати свою роботу дистанційно. Пошук нових працівників займає доволі тривалий час, але не менше часу займає їх навчання та адаптація;

– збій ланцюжків постачань, результатом чого є збої процесу виробництва. Згідно з результатами дослідження щодо стану та потреб бізнесу в умовах війни [3], однією з головних проблем у взаємовідносинах із владою респонденти назвали затримку з логістикою на кордоні, черги на митних пунктах. Навіть за умови швидкого налагодження ланцюжків постачань може виявитися, що бізнес-модель стала неефективною у зв'язку зі зміщенням географії постачань, а, відповідно, вартістю і якістю сировини.

Релокація підприємств дала змогу зберегти виробничий потенціал країни, робочі місця, а також здатність наповнювати державну казну за рахунок податків і зборів, що є вкрай важливим фактором підтримки економіки та перемоги у війні. Тому, з боку держави, необхідним є створення відповідних умов для оперативного переміщення і облаштування підприємств/виробничих майданчиків, які цього потребують, за рахунок грантів, програм пільгового кредитування, а також супроводу та допомоги в налагодженні комунікацій з органами місцевої влади.

Перелік використаних джерел:

1. Тетяна Бережна. 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>
2. Тетяна Бережна. Програма релокації: 761 підприємство переміщено в більш безпечні регіони. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=d152dcfe-7bde-49df-a69a-8d7f9586fc13&title=ProgramaRelokatsii>
3. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року.
URL: https://business.diia.gov.ua/uploads/5/28594-stan_ta_potrebi_biznesu_v_umovah_vijni_rezul_tati_opituvanna_v_sicni_2023_roku.pdf.

УДК 331.330

Мейник Віталій

студент групи ППМ-51

Тернопільський національний технічний

університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Дячун Ольга

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Vitaliy Meinuk
Student of the group PPM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olga Dyachun
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ MECHANISM OF SALES MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

На сьогодні велика увага приділяється ефективному збуті товарів на виробничому підприємстві. Значна кількість виробничих підприємств вагоме значення приділяють проблематиці удосконалення процесу руху товарів від виробника до споживача. Ефективність управління збутовою діяльністю виробничого підприємства значною мірою залежить від того, чи є правильним підбір каналів збуту.

В умовах фінансової нестабільності питання збільшення збутової активності є особливо важливим для підприємств, оскільки їх існування визначає долю підприємства. Швидкі зміни умов навколишнього середовища вимагають від підприємств пошуку шляхів збереження конкурентних позицій компанії, як передумови виживання. З огляду на це, при формулюванні стратегії збуту, компанія повинна ретельно шукати шляхи збільшення обсягів збуту.

Питання налагодження системи збуту та управління збутом наразі є пріоритетним. Система збуту є ключовою ланкою маркетингу та є певною такою інтеграцією у всі види діяльності компанії зі створення, виробництва та надання товарів і послуг споживачам.

Діяльність підприємства у сфері збуту повинна бути підпорядкована визначеним цілям. По-перше, повинна забезпечувати доставку вироблених товарів у необхідній кількості у таке місце та час, які більше всього задовольняють споживачів. По-друге, сприяти залученню уваги споживачів до продукції підприємства [2, с.120].

Тож основні цілі збутової політики:

- досягнення визначеної частки товарообороту;
- захоплення визначеної частки ринку;
- визначення глибини розподілу;
- мінімізація витрат на розподіл.

Збутова політика є також точним аналізом впливу рішень, що приймаються на кожній наступній стадії руху товарної маси від виробництва до споживання. Ці завдання ускладнюються внаслідок безперервних змін ринкової ситуації під впливом зростаючих вимог споживачів до асортименту та якості товарів, упровадження досягнень НТП та ін. Таким чином, головним змістом збутової політики є вибір оптимальної схеми доставки продукції від виробника до споживача, її фізичний розподіл, а також післяпродажне обслуговування.

У розробку та обґрунтування збутової політики входить рішення таких питань для конкретно обраного товару або групи товарів: вибір цільового ринку або його сегментів; вибір систем збуту та визначення необхідних фінансових витрат; вибір каналів та методів збуту; вибір способу виходу на ринок; вибір часу виходу на ринок; визначення системи руху товарів та витрат на доставку товарів споживачу; визначення форм та методів стимулюванню збуту та необхідних для цього витрат.

Основні елементи збутової політики підприємства представлені на рисунку 1.



Рисунок 1. Елементи збутової політики підприємства [2, С. 120]

Формування збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту. Формування збутової політики підприємства повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо.

Збут у системі маркетингу має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і перевагах покупців. Розробка збутової політики є невід'ємною частиною програми маркетингу підприємства.

Особливе значення при формуванні збутової політики підприємства має вибір методів взаємодії з покупцями та їх удосконалення. При цьому необхідно визначити розмір та структуру витрат на обслуговування покупців, на придбання необхідної техніки, навчання персоналу тощо. Для обґрунтування збутової політики необхідним є вибір оптимального варіанта розрахунку витрат у розрізі основних напрямків реалізації збутової політики підприємства.

Формування збутової політики передбачає прийняття таких маркетингових рішень, які представимо у розрізі етапів (рис.2).

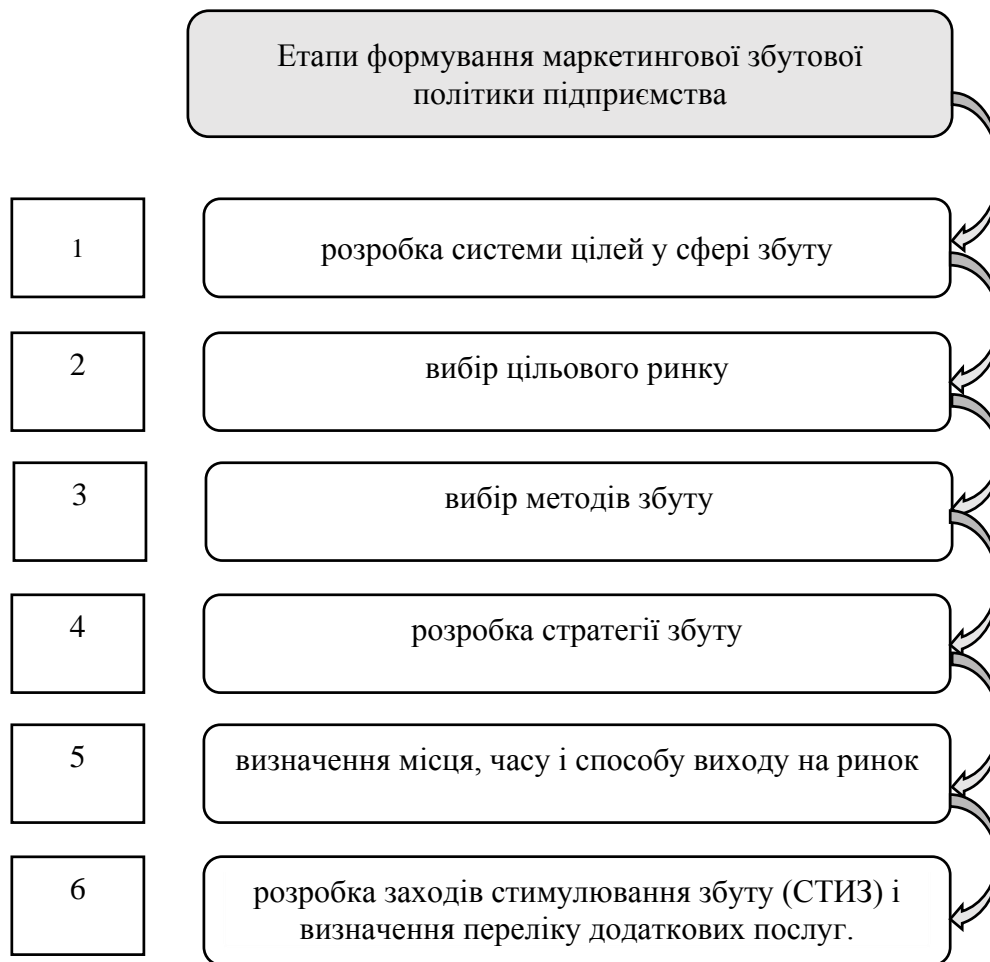


Рисунок 2. Послідовність формування маркетингової збутової політики підприємства [1, С. 54]

Збутова політика формується на базі збутового потенціалу підприємства і цілей збуту, встановлених як на стратегічному, так і тактичному рівнях. В залежності від способу вираження збутові цілі можуть бути кількісні й якісні. Цілі у сфері збуту бувають обов'язковими (без яких жодне рішення не може вважатися прийнятним) і бажаними (досягнення яких сприяє підвищенню якості й адекватності рішення); ймовірними (досягнення яких, у комплексі з двома попередніми, створює умови запобігання виникненню в майбутньому проблеми).

Перелік використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
2. Тропов О.В. Збутова політика підприємства: сутність та складові. *Управління розвитком*. 2014. № 2. С. 119-121.

УДК 334.021

Петручок Юрій
студент групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Химич Ірина
кандидат економічних наук
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

Yurii Petruchok

Student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Iryna Khymych

PhD (Economics)
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БАНКІНГУ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ КЛІЄНТІВ ТА ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ DIGITALIZATION OF BANKING IN UKRAINE: ADVANTAGES AND CHALLENGES FOR CUSTOMERS AND FINANCIAL INSTITUTIONS

Діджиталізація банкіну є однією з найбільш важливих трансформацій, яка відбувається в Україні та світі останніми роками. Цей процес, який полягає у переході від традиційного банкіну до більш цифрової та інноваційної форми, дозволяє банкам забезпечувати більш зручний та швидкий доступ до фінансових послуг для клієнтів та підвищує ефективність роботи фінансових установ. У даній статі ми розглянемо переваги та виклики, з якими стикаються клієнти та фінансові установи у процесі діджиталізації банкіну в Україні.

Цифрова трансформація в банківській справі – це культурні, організаційні та операційні зміни через технології. У найпростішому розумінні, цифрова трансформація – це перехід до цифрових послуг для клієнтів через мережу Інтернет. У ширшому розумінні, цифрова трансформація означає вдосконалення в широкому діапазоні сфер, пов'язаних із пропозиціями, автоматизацією процесів, клієнтським досвідом, інтеграцією даних, організаційною зручністю та продажами.

Криза викликана пандемією, лише посилює гостроту питання діджиталізації банківських процесів. За даними Gartner, 69% рад директорів стверджують, що пандемія та економічна криза прискорюють їхні цифрові ініціативи [1].

Розглядаючи діджиталізацію банківської системи України, варто продовжити список ще й повномасштабним вторгненням РФ на територію нашої країни. Велика кількість людей були змушені покинути свої домівки, а хтось і взагалі виїхав з країни. Ці переміщення миттєво вимагали вільного доступу до банків у будь-якому місці. Купівля квитків на транспорт, терміновий переказ коштів близьким які виїхали за межі країни, далі отримання допомоги від держави переміщеними особами – всі ці операції проводилися миттєво, за допомогою смартфона та мобільного-банкіну.

Поряд із зручністю та швидким доступом до банківських послуг, активізувалися кібератаки на сервери найбільших українських банків. Дані операції готувалися заздалегідь до вторгнення і коштували мільйони доларів. Не без проблем, але банки витримали після цього почали удосконалювати безпекову складову своїх сервісів. 1,5 місяця знадобилося державному «ПриватБанку» для того щоб завершити міграцію ІТ-систем у хмару. Перенесено 3500 серверів, завантажено понад 4 петабайти клієнтських даних та транзакцій, перенесено понад 270 важливих за стосунків. Команда банку зазначає, що у нормальному режимі реалізація такого проєкту зайняла б 1,5 роки або більше. «ПриватБанк» впорався за 45 днів. Це є наглядним прикладом, як складні обставини пришвидшують цифрові процеси [2].

Цифрові послуги українських банків дають клієнтам зручність, швидкість та доступність: немає потреби витратити час на черги до кас, адже банківські послуги доступні 24/7. Можемо навести декілька успішних практик, що впроваджено українським банками.

Monobank. Вийшовши на ринок у 2017 році, завоював значну популярність та любов серед українців. У рейтингу «World's Best Digital Banks»(2020), Mono названо найкращим цифровим банком в Україні. Працюючи за ліцензією Unaversal Bank, Monobank пропонує своїм клієнтам такі сервіси: відкриття рахунку не виходячи з дому; розміщення депозиту; перекази між картками; оплата послуг/сервісів, кредитний ліміт. Опцією яка привабила значну кількість клієнтів є «кешбек»: залежно від виду товару/послуг, клієнту повертається від 1 до 20% після оплати [3].

ПриватБанк після націоналізації у 2016 році не втратив позицій у рейтингах інноваційно-технологічних банків. Приват був першим хто запустив на українському ринку сервіси Google Pay та Apple Pay. Британський журнал «The Banker» останніми роками постійно знаходить місця для додатку Privat24 у своїх рейтингах найкращих світових банків. Звичайними переказами між картками та оплатою комуналки у смартфоні зараз мало кого здивуєш. Digital Skins – ПриватБанк перший у світі банк, який запропонував своїм клієнтами змінювати дизайн віртуальних карток у цифрових гаманцях; FacePay24 (нововведення в Україні) – біометрична оплата покупок у крамницях (підтвердженням оплати товару є ваше обличчя); чайові Cashless – відвідувачі кафе та ресторанів можуть залишати безготівкові «чайові»; додаток «Термінал» - це POS-термінал у смартфоні, не потрібне додаткове обладнання, тільки смартфон з NFC-модулем, і ви можете приймати платежі від клієнтів[4].

BankID – державна система віддаленої ідентифікації, яка є способом верифікації громадян через українські банки для надання послуг через Інтернет. Сьогодні Система BankID НБУ доступна для понад 99,9% клієнтів-власників платіжних карток в Україні та є одним з найзатребуваніших способів віддаленої ідентифікації та верифікації для отримання різноманітних дистанційних послуг. Зокрема, у 2022 році система активно використовувалася для надання послуг через портал «Дія», та віддаленого відкриття рахунків громадянам, через неможливість здійснити фізичне обслуговування у банку під час війни[5].

Сьогодні в онлайн-банкінгу висока конкуренція, і банки борються за клієнтів шукаючи способи приваблення нових цільових аудиторій та пропонуючи унікальні продукти. Це призводить до високої якості обслуговування, цікавих додатків, які є дійсно зручними для користувачів. Головна мета проєктів полягає у зміні підходу до банківських операцій, роблячи їх простішими та швидшими, а також дозволяючи забути про походи до відділень. Проте банки потребують збалансованого підходу до діджиталізації, забезпечуючи якість та безпеку банківських послуг, а також враховуючи потреби та вимоги клієнтів.



Перелік використаних джерел:

1. Forbes. How Digital Banking is Transforming Traditional Banking. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/12/29/digital-transformation-in-banking-how-to-make-the-change/?sh=5e8acf706999>.
2. MezhaMedia. URL: <https://mezha.media/2022/04/29/privatbank-u-khmaru/>.
3. Офіційний сайт банку Monobank. URL: <https://www.monobank.com.ua/>.
4. Офіційний сайт банку ПриватБанк. URL: <https://privatbank.ua/>.
5. Інформаційний дайджест ПРОСТІР, IV квартал 2022 року. Сайт НБУ.

УДК 336; 338

Смачило Лілія
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Химич Ірина
кандидат економічних наук

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

Lilia Smachylo

Student of the group PFM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Khymych

PhD (Economics)
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОЦІНКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ BUSINESS EVALUATION IN CRISIS CONDITIONS

Будь-яке бізнес-середовище завжди знаходиться в динаміці, адже, ринкові умови діяльності вимагають постійного розвитку, вдосконалення, адаптації, трансформації, а також значного підлаштування під нові вимоги часу та нові запити споживачів (клієнтів) продукції, товарів, послуг. Проте, зрозуміло, що самі умови, які стимулюють розвиток бізнесу не завжди є тільки позитивними, в більшості випадків, це негативні фактори, що, по-перше, дуже швидко та й інколи не передбачувано виникають, по-друге, вимагають дуже швидких й інколи різких відповідей на бізнес-ситуації, що виникають. До таких умов варто віднести повномасштабну війну в Україні, яка кардинально змінила звичайний хід життя: від звичайних громадян й до функціонування всіх сфер (освіта, наука, технології, медицина, виробництво тощо). На рис. 1 [1] представлено динаміку результатів показника «Індекс активності бізнесу».

Індекс активності бізнесу (UBI – Ukrainian Business Index)



Рисунок 1. Динаміка результатів показника «Індекс активності бізнесу» в Україні

На основі наведеної тенденції зміни даного показника помітне значне скорочення його результатів починаючи від січня 2022 року, проте, починаючи вже від червня й до вересня 2022 року відбулося деяке пожвавлення щодо активності бізнесу в країні. Станом на 1 січня 2023 року даний показник склав 30,76 пунктів. Оскільки, даний результат є меншим за 50 пунктів, то така ситуація відображає негативні очікування щодо стану національного бізнесу від майбутнього розвитку кризових подій тощо.

Крім цього, на рис. 2 [1] показано зміни щодо стану бізнесу в країні протягом 2022 року.

Стан бізнесу у 2022 році

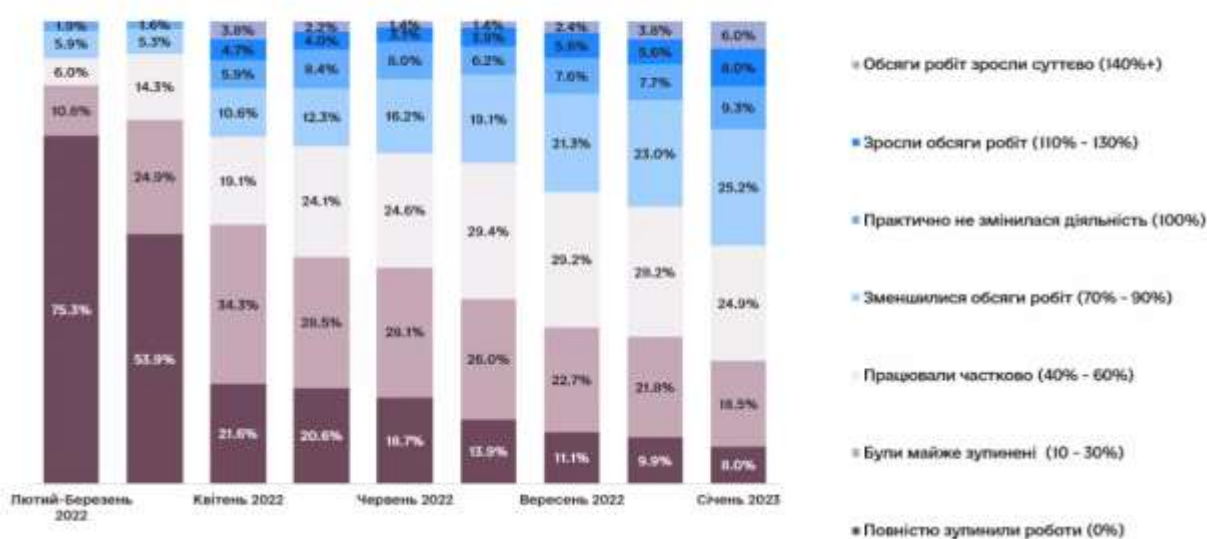


Рисунок 2. Тенденції зміни щодо стану бізнесу в країні протягом 2022 року

Представлена тенденція зміни, що стосується діяльності підприємств в країні відображає дещо позитивний характер, який проявляється в підвищеній активності та нарощуванні власного потенціалу виробництва тощо. Адже, зростання обсягів виконання робіт (послуг) показали 14 % підприємств, у порівнянні із результатом показника на початку повномасштабної війни. А, також, й те, що 9,3 % підприємств вийшли на ті ж результати показників діяльності, що були в 2021 році. Дану динаміку варто вважати позитивною, адже, не дивлячись на важкі кризові умови для діяльності підприємств, та й бізнесу в цілому, на даний час почала здійснюватися певна активізація їх ділової активності та почав набирати обороти розвиток та адаптаційний механізм щодо пристосування до кардинально нових умов їх діяльності.

Варто, зазначити і про те, що за січень 2023 року тільки 8 % підприємств повністю зупинили свою діяльність та 18,5 % підприємств майже призупинили свою діяльність, натомість в лютому-березні 2022 року дана цифра складала аж 75,3 % та 10,8 %, відповідно. В даній ситуації значну роль відіграла подальша невизначеність майбутнього, а також часткова окупація територій східної частини країни, де розміщено великі промислові підприємства країни тощо. Протягом другої половини 2022 року бізнес в Україні почав відновлюватися, проте, все ще залишається значна частина невирішених першочергових проблем, що створюють негативний вплив: істотна неплатоспроможність споживачів (клієнтів); нестача кваліфікованих фахівців та працівників; неможливість здійснення чіткого прогнозу бізнесу на майбутнє; фінансові проблеми для забезпечення розвитку та діяльності бізнесу в цілому; інше.

Перелік використаних джерел:

1. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року (21.02.2023). URL: <https://business.diaa.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-sicni-2023-roku>.

Ткачук Емма
викладач, спеціаліст вищої категорії
циклова комісія економічних та комерційних дисциплін
Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права
м. Чернівці, Україна

Emma Tkachuk
Teacher, Specialist of the highest category
Department of Economic and Commercial Disciplines
Chernivtsi Cooperative Professional College of Economy and Law
Chernivtsi, Ukraine

СУЧАСНИЙ РИНОК ТОВАРІВ ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ THE CURRENT MARKET OF GOODS, THEIR PERSPECTIVES AND DEVELOPMENT TRENDS

Потреби людини у непродовольчих товарах мають фізіологічний характер та залежать від: способу життя, виду професійної діяльності, культурно-освітнього рівня, статі, моди та ін. Непродовольчі товари – це товари, що використовуються протягом певного часу, тому у багатьох випадках при урахуванні потреб людини у цих товарах обов'язково враховується фактор часу [1].

Товар є головним елементом, від якого значною мірою залежить успіх ринкової діяльності підприємства. Товар – новація (нововведення) являє собою продукт науково-технічної та інноваційної діяльності, що пропонує новий засіб чи спосіб (технологію) виробництва товарів і послуг і відкриває для споживача нові сфери реалізації своїх потреб. Якщо товар не відповідатиме запитам споживачів або поступатиметься за своїми характеристиками товарам конкурентів, сподіватися на успіх практично нереально. Іншими словами, товар – це те, що об'єднує споживача і товаровиробника, задовольняє запити одних і приносить прибуток іншим, забезпечуючи їм взаємні вигоди.

З урахуванням швидких змін у смаках, технології і стані конкуренції фірма не може покладатися тільки на існуючі товари. Споживач чекає нових удосконалених виробів. Конкуренти додають максимум зусиль, щоб забезпечити його цими новинками. Споживач може сприймати новий товар у наступних варіантах:

- 1) принципово новий товар;
- 2) товар принципової новизни.;
- 3) модифікований товар;
- 4) товар новий для певного торговельного підприємства.

Процес створення нового товару включає вісім послідових етапів розробки, які полягають у: генерації та відборі ідей, розробці та перевірці концепції, розробки стратегії маркетингу, економічному аналізі, розробці товару, пробному маркетингу – тестуванні прототипу товару та реалізації продукції. Всі вони вимагають ретельного опрацювання та дотримання всіх необхідних правил [1]. Перед створенням нового товару доречно буде провести ряд досліджень спрямованих на:

- 1) дослідження ринку;
- 2) дослідження споживачів;
- 3) дослідження конкурентів.

Це дозволить розширити знання про сферу можливого використання товару, визначити ємність потенційного ринку, його чисельність, зміни у технологіях виробництва та збуту, оптимальний час впровадження товару, прорахувати можливі ризики та розробити план щодо їх мінімізації.

Сьогодні фахівець має бути ознайомлений з кращими зразками того чи іншого товару у світі, має вивчити ринок, знати потреби покупців, розумітися на моді, вміти організувати

торгівлю, тощо. Завдяки цим знанням хороший товаровознавець завжди знає, що і як пропонувати покупцям, і як працювати з постачальниками.

Економічний успіх торгівлі прямо залежить від того, наскільки його продукція задовольняє визначені потреби.

При здійсненні комерційної діяльності працівникам торгівлі необхідно пам'ятати про поняття життєвого циклу товару, адже, від цього залежить попит на товар, а відповідно і прибутки підприємства.

Кожному товару, який з'являється на ринку, як і людині протягом життя, судилося пройти кілька етапів життєвого циклу від «народження» до «смерті» – з моменту виведення товару на ринок до зняття з виробництва. Життєвий шлях товару має різні темпи, кожний з них вимагає від підприємства відповідної стратегії й тактики ринкової поведінки

Етапи життєвого циклу товару включають: етап впровадження на ринок; етап зростання; етап зрілості (насичення); етап спаду (занепаду) [3].

Кожен етап характеризується особливим набором комунікаційної політики, тобто рекламування, стимулювання збуту тощо. Робота працівників торгівлі повинна бути спрямована на дотримання цих заходів з метою збільшення попиту на товар, а відповідно і отримання прибутків.

На українському ринку працює багато міжнародних брендів: Puma, Adidas, Nike, Timberland, Ralph Lauren Polo, Mammut, Yards, Lacoste, Armani, Zip, L'Oreal, Chanel, Versace, Dolce, Gabbana та ін. Український споживач уже адаптований до них.

Найсучасніші новинки у сфері непродовольчих товарів щорічно представляються на міжнародних виставках. Будучи місцем зустрічі виробників і споживачів, представників роздрібно торгівлі та засобів масової інформації, виставки є найбільш ефективною світовою комунікаційною платформою.

Щороку в світі з'являється близько 3000 нових моделей електропобутових товарів серед яких:

Холодильники LG «Двері в двері» нового покоління використовують передові технології Smart View, Smart Power Saving і Smart Manager. Система Smart View використовує першу на ринку вбудовану всередину холодильника камеру, дозволяючи власникові бачити його вміст на екрані свого смартфона або планшета.

Завдяки Home Chat™ користувачі можуть швидко подивитися, що саме їм потрібно купити в супермаркеті, тим самим заощаджуючи час і виключаючи непотрібні покупки. Smart Power Saving значно скорочує споживання енергії в той період часу, коли холодильник не використовується, наприклад, вночі, коли всі сплять, або під час відпустки. А система Energy monitoring допомагає користувачам стежити за тим, скільки електрики споживає холодильник і як часто відкривалася його двері.

Серед новинок Siemens – перша комбінована духова шафа-пароварка з кольоровим TFT-дисплеєм і можливістю управління як з клавіш на панелі, так і за допомогою смартфона або планшета. Завдяки мобільному додатку можна не тільки контролювати роботу приладу, але і отримувати доступ до автоматичних програм, щодня оновлюваною цифровою кулінарною книгою, рецептами, а також списку покупок для смартфона.

Що ж стосується чергового «розумного» пилососа, то він виглядає вже цікавіше. POWERbot VR9000 оснащений циклонічною технологією Digital Inverter Motor, яка забезпечує потужність всмоктування, в 60 разів. Також в новинку внесли кілька інших корисних технологій: систему сканування простору Full View Sensor для розпізнавання найдрібніших перешкод на шляху пилососа, а також уникнути «сліпих» зон; систему Visionary Mapping Plus), яка включає в себе продуктивні чіпи, датчики, а також бортову цифрову камеру, завдяки яким робот-пилосос створює повну карту будинку і обчислює найбільш ефективний маршрут прибирання; ну і, нарешті, технологію Point Cleaning – за допомогою пульта дистанційного керування користувач може направити світловий промінь, за яким буде слідувати пилосос, тобто з ним можна розважатися приблизно як з домашнім вихованцем, які бігають за лазерною указкою.

Кавоварка Smarter Wi-Fi Coffee Machine здатна по команді зі смартфона приготувати власнику чашку кави: можна вибрати тип кави, обсяг порції і кількість додаються вершків (якщо потрібно). Як тільки підбадьорливий напій готовий, на екрані смартфона з'являється повідомлення, що можна підніматися з ліжка і йти на кухню. Також в числі розумних функцій – здатність визначити, коли власник чудо-агрегату повертається з роботи, і встигнути приготувати каву, поки він піднімається на свій поверх і відкриває двері.

Ми не повинні зосереджувати погляд на закордонних виробниках. Треба намагатись зосереджувати торгівлю на товарах місцевих виробників, у яких якість не поступається імпортом, а ціна характерна для українського ринку.

Так, наприклад, у промисловому секторі нашого міста визначальними галузями є харчова, легка, машинобудівна і деревообробна. Зокрема, в легкій переважає виробництво швейних, трикотажних, панчішно-шкарпеткових виробів, гумового та шкіряного взуття, текстилю, які своєю новизною та якістю завойовують прихильність споживача.

Значного успіху в легкій промисловості добились такі Чернівецькі підприємства: ТДВ «Трембіта», ТОВ «Балакком», КП ВКФ «НОВА», ТОВ «Рікка», ТОВ «Алчер», Чернівецьке виробниче підприємство «Черемош» Українського товариства глухих, які пропонують споживачеві сучасні та новітні товари. Так, наприклад:

- ТОВ «Трембіта» – найпотужніше підприємство легкої промисловості України. Підприємство оснащено обладнанням нового покоління провідних фірм та є одним із лідерів на ринку України з пошиття чоловічого класичного одягу. Продукція підприємства відповідає всім міжнародним і європейським стандартам та експортується до Італії, Німеччини, Франції, Англії, Голландії, США, Канади та інших країн світу. ТОВ «Трембіта» вже понад 70 років зберігає найкращі традиції майстерності у створенні сучасного, якісного одягу для чоловіків.

- ТОВ ВКФ «Балакком» – лідер текстильного ринку України і найбільша компанія галузі. За час своєї діяльності компанія накопичила багатий професійний досвід у виробництві домашнього текстилю, ортопедичних матраців, трикотажних виробів, нетканих матеріалів. Власні виробничі площі дають можливість виробляти найширший асортимент продукції на будь-який смак, яка повністю відповідає сучасним вимогам ринку.

Щороку підприємство розширює асортимент продукції, просуванням власних торгових марок (ТЕП, EcoBlanc, КОЛОРИТ, EGO). Постійний контроль якості тканин, різноманітних наповнювачів, пошиття, стійкості барвників, широкий асортиментний ряд - ці умови є обов'язковими для виробів у кожній з торгових марок.

ТЕП – перший і найбільш значимий бренд текстильної компанії «Балакком». Асортимент торгової марки найширший та постійно оновлюється. Постільна білизна представлена у великій кольоровій гамі з натуральних матеріалів. Унікальністю даного підприємства є те, що новинками наповнення для подушок і ковдр використовуються: евкаліптові, бамбукові волокна, верблюжа і овеча шерсть, бавовна, поліефірні волокна, високотехнологічне ультратонке мікрволокно «Лебединий пух» і тд.

Одним з напрямків компанії «Балакком» є виробництво елітної колекції «EcoBlanc». Це колекція домашнього текстилю з екологічно чистої, антибактеріальної тканини, яка проходить антистатичну обробку, і унікального наповнювача QuadroAir. Це запатентоване волокно нового покоління. Виробляється за унікальною технологією, якою володіє компанія «Балакком».

КОЛОРИТ – це відмінне поєднання доступної ціни і хорошої якості, що робить торгову марку на рівень вище в своєму ціновому сегменті. В асортимент торгової марки входить постільна білизна широкої колірної гами, подушки та ковдри з новітнім наповнювачем із нетканого термоскріпленого волокна. Дана продукція на текстильному ринку займає бюджетну нішу, але при цьому користується великою популярністю і з кожним роком все більше знаходить своїх шанувальників. Вся продукція відповідає стандартам якості і має необхідні сертифікати.

- ВАТ (Відкрите акціонерне товариство) «Трикотажна фірма «Арніка». Займається виробництвом білизняного та спортивного трикотажу для дорослих і дітей; розкроем і пошиттям виробів з давальницької сировини та пошиттям трикотажних і текстильних виробів.

- ТОВ «Розма» вітчизняний виробник поліпропіленових систем для водопостачання та опалення. Вся продукція виробляється з якісної первинної сировини без домішок згідно ДСТУ и ISO. Якість підтверджена відповідними сертифікатами. Відновлює виробництво гумового взуття за новими технологіями з використанням екологічних полімерних та гумових матеріалів, що відповідає сучасним тенденціям моди [2].

Особливістю товарів виготовлених вище вказаними підприємствами є індивідуальний підхід до потреб клієнта, використання екологічних натуральних матеріалів, антибактеріальної тканини, гігієнічних та термостійких волокон тощо.

Якщо торговельні підприємства налагодять співпрацю з місцевими товаровиробниками, це надасть їм можливість отримати прихильність у споживачів і отримати прибуток через встановлення конкурентоспроможних цін. За українськими торговими марками велике майбутнє.

Перелік використаних джерел:

1. Пойта І.О. Світовий досвід розвитку ринку послуг та можливості його застосування в Україні. Економіка в умовах сталого розвитку: контекст підприємств, регіонів, країн : матеріали міжнародної наукової конференції, м. Дніпропетровськ, 20 листопада 2013 р. ; ред. кол.: В.Я. Швець та ін. Дніпропетровськ : НГУ, 2013. С. 29–31.

2. Офіційний сайт Державного управління статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент. К. : КНЕУ, 1998. 268 с.

4. Мерчандайзинг як засіб формування імпульсу покупки. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11558/3/Merchandising.pdf>

УДК 330.131.7

Чуйко Віталій

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Тимошик Наталія

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Vitaliy Chuyko

Student of the group PPM-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Natalia Tymoshyk

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА METHODS OF MINIMIZING RISKS IN FINANCIAL MANAGEMENT ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Механізм управління фінансовими ризиками полягає передусім в оцінці фактора ризику, його рівня, з метою розробки системи заходів щодо мінімізації негативних наслідків. У системі методів управління фінансовими ризиками вагоме значення відіграють внутрішні механізми їх нейтралізації, до яких відносять методи та заходи мінімізації негативних впливів наслідків ризиків, що обираються і здійснюються в межах самого підприємства.

При аналізі ризику зазвичай використовуються припущення:

- втрати від ризику незалежні один від одного;
- втрата за одним напрямком діяльності не обов'язково збільшує ймовірність втрати за іншим, за винятком форс-мажорних обставин;

- максимально можливий збиток не повинен перевищувати фінансових можливостей учасника.

- Фінансові ризики мають три основні способи їх оцінки:

- за допомогою фундаментальних показників;

- за допомогою порівняльної оцінки макроекономічних та фінансових мультиплікаторів;

- за допомогою ринкових показників привабливості сектору за вільними грошовими потоками, дивідендної доходності, технічним індикаторам [1, С. 142].

Використання в системі управління ризиками фінансових нормативів допомагає мінімізувати фінансові ризики. Ці нормативи (обмеження для мінімізації ризику) можуть стосуватися граничного розміру позикових коштів, мінімального розміру високоліквідних активів, максимального розміру депозиту, який можна розмістити в одному банку та ін. Нормативні обмеження для різних підприємств будуть різними.

Завданням керівництва підприємства є зниження ступеня ризику. Для цього використовуються різні способи: диверсифікація, страхування, лімітування, резервування коштів на покриття непередбачених витрат, розподіл ризику, отримання більшої інформації про майбутній вибір і результати.

Управління фінансовими ризиками на шляхом їх мінімізації передбачає процес розробки та реалізації управлінських фінансових рішень для зменшення або нівелювання потенційних негативних наслідків. Мінімізація фінансових ризиків може здійснюватись методами наведеними в табл. 1.

Таблиця 1

Методи мінімізації ризиків в управлінні фінансовою діяльністю [1, С. 144]

Назва методу	Характеристика
Локалізація ризиків	Розмежування системи прав та відповідальності таким чином, щоб наслідки ризикових ситуацій не впливали на реалізацію управлінських рішень
Мінімізації ризиків або утримання ризику у межах прийнятого	Визначення мінімальних розмірів високоліквідних активів підприємства, встановлення граничного розміру позикових коштів у господарському обігу; встановлення максимального розміру депозитного вкладу, розміщеного в одному банку; лімітування концентрації ризиків; отримання від контрагентів певних гарантій при наданні комерційних кредитів та позик
Мінімізації ризиків або утримання ризику у межах прийнятого	Здійснюється шляхом диверсифікації напрямків діяльності підприємства
Ухилення від ризиків	Відмова від співпраці з ненадійними партнерами, відмова від роботи над ризиковими проектами, пошук гарантів.

Лімітування фінансових ризиків здійснюється шляхом установлення відповідних фінансових нормативів, тобто верхньої межі коштів чи ресурсів, за окремими напрямами

фінансової діяльності з метою фіксації можливих фінансових втрат на допустимому для підприємства рівні.

Хеджування як метод зниження фінансових ризиків представляє собою страхування ризиків від несприятливих змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності по контрактах і комерційних операціях, що передбачають постачання (продажі) товарів в майбутніх періодах [2, С. 53]. Хеджування фінансових ризиків передбачає зменшення ймовірності їх виникнення за допомогою деривативів або похідних цінних паперів таких як ф'ючерси, опціони, свопи. Механізм хеджування полягає в проведенні протилежних фінансових операцій з ф'ючерсними контрактами та опціонами на товарній і фондовій біржах.

Варто зазначити, що хеджування є достатньо складним процесом мінімізації ризиків, оскільки вимагає надійного прогнозування кон'юнктури ринку та розуміння законів його функціонування. Відмовитись від використання хеджування варто в наступних випадках:

- підприємство не знає про можливі ризики або можливості зменшення цих ризиків;
- обмінні курси чи процентні ставки будуть залишатися незмінними або змінюватися на її користь.

Диверсифікація підприємницької діяльності полягає в розподіленні зусиль і капіталовкладень між різними видами діяльності, які не пов'язані один з одним.

Диверсифікація може здійснюватись за такими напрямками [2, С. 54]:

- вертикальну – розподіл ресурсів між абсолютно різними, несхожими видами діяльності;
- горизонтальну диверсифікацію – розподіл ресурсів між різними підприємствами схожого профілю діяльності.

Диверсифікація дозволяє знизити виробничі, комерційні та інвестиційні ризики. На практиці диверсифікація може не тільки зменшувати, але і збільшувати ризики. Збільшення ризиків відбувається у випадку, коли підприємець вкладає гроші в область діяльності, в якій його знання та управлінські здібності обмежені.

Страхування фінансових ризиків є досить популярним методом управління ризиками в розвинених країнах, в той же час даний метод є одним із найбільш складних та проблемних видів страхування. Фінансові ризики є об'єктом майнового страхування. У відповідності до закону України «Про страхування» страхування фінансових ризиків відноситься до добровільного страхування. Варто зазначити, що на сьогодні, чіткого визначення та класифікації фінансових ризиків у законодавстві України немає.

Сутність страхування фінансових ризиків полягає в захисті майнових інтересів підприємства при настанні страхової події (страхового випадку) спеціальними страховими компаніями (страховиками) за рахунок грошових фондів, що формуються ними шляхом одержання від страхувальника страхових премій (страхових внесків) [1, С. 143].

До страхування фінансових ризиків відноситься: страхування біржових та валютних ризиків; страхування кредитних ризиків; страхування ризику неплатежу; страхування інвестиційного ризику; втрата прибутку внаслідок перерв у виробництві; страхування інвестиційного ризику; страхування недоотримання прибутку; страхування на випадок зниження обумовленого рівня рентабельності; страхування ризику засновника.

Передача ризику поєднується із зовнішнім страхуванням, та здійснюється за певними напрямками: передача ризику шляхом укладання договору факторингу, договору поручительства, біржових угод тощо.

Факторинг включає комплекс послуг, що надаються клієнту спеціалізованою компанією в обмін на уступку дебіторської заборгованості. Завдяки факторингу, після поставки товару (надання послуг) продавець негайно отримує в формі авансу значну частину від суми дебіторської заборгованості, що виникла (до 95%), не чекаючи на платіж від покупця.

Найбільш розповсюдженими в практиці фінансового управління методами компенсації ризиків є: резервування частини фінансових ресурсів для забезпечення подолання негативних фінансових наслідків; впровадження «премії за ризик» та системи штрафних санкцій; введення стратегічного планування; впровадження дієвої системи маркетингу; лобіювання

законопроектів, нейтралізуючих або компенсуючих чинників ймовірних ризиків; емісія конвертованих привілейованих акцій; боротьба з промислово-економічним шпигунством; створення асоціацій, фондів взаємної підтримки та допомоги.

Перелік використаних джерел:

1. Поддєрьогін А.М., Бабяк Н.Д., Білик М.Д. та ін. Фінансовий менеджмент : підручник. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2017. 534 с.

2. Скакальський Ю.С. Ризико-орієнтоване бюджетування у системі оперативного фінансового планування. *Молодий вчений: наук. журнал.* 2015. №2 (17) Частина III. С.53-57.

УДК 658:338.246

Янчинський Ростислав

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Панухник Олена

доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Rostyslav Yanchynskyi

Postgraduate Student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ FEATURES OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT AT ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

У нинішній економічній ситуації, що характеризується економічною і політичною нестабільністю в Україні, багато підприємств зіштовхуються із різноманітними дестабілізуючими викликами, які проявляються в збитковій господарській діяльності, низькій фінансовій стійкості, недостатній ліквідності, великій заборгованості перед бюджетом і кредиторами та ін. Тому наявність на підприємствах ефективного антикризового управління дозволить зменшити вплив різних ризиків та своєчасно, прискорено і дієво зреагувати на зміни зовнішнього середовища щодо нього. Головною метою такого управління є створення умов для стійкого функціонування підприємств на ринку у відповідь на будь-які економічні, політичні і соціальні перетворення в країні, розробка стратегічних альтернатив на основі прогнозування та передбачення розвитку ситуації, уникнення фінансових проблем та подолання загрози банкрутства з найменшими втратами [1].

За час війни, український бізнес зазнав чималих як матеріальних, так і економічних руйнувань: зупинка господарської діяльності, релокація потужностей, переміщення співробітників, руйнування налагодженої логістики, зміна напрямку діяльності, знищення активів підприємств, неможливість виконання зобов'язань, неможливість проведення розрахунків тощо. Те, що війна завдала величезних збитків підприємцям, красномовно

говорять цифри. За даними Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), 83% підприємств очікували позитивну динаміку розвитку свого бізнесу до повномасштабного вторгнення росії, проте зазнали падіння бізнесу у 2022 році. При цьому, у 29% опитаних відбулося падіння доходів у доларах США до 20%, у понад половини, приблизно 54%, – падіння на 21% і більше. Тільки у 6% опитаних суб'єктів ринку не відбулося змін, а ще 11% змогли підвищити свої доходи у такий складний переломний рік [2]. Нині одним із першочергових завдань є створення сприятливих умов для подолання українським бізнесом дефолту та збереження виробничого потенціалу країни, оскільки не всі підприємці зможуть пережити теперішні фінансові потрясіння.

Зазвичай реалізація принципів антикризового управління на підприємстві здійснюється у три етапи [3]:

1) докризовий, який передбачає вживання заходів щодо запобігання можливим кризам, серед них: стратегічне планування, підбір та навчання команди антикризового управління, проведення моделювання для реалізації стратегічного плану;

2) кризовий, відбувається оперативне реагування на кризу та реалізація плану управління нею, який було створено в докризовий період;

3) посткризовий (завершальний), котрий настає тоді, коли криза майже втихла або вже минула для оцінки ефективності застосованих стратегій виходу з скрутного становища. Це допоможе підприємству краще підготуватися до нової кризи у майбутньому.

Загалом, так відбулося і на практиці – під час війни власники і керівники суб'єктів бізнесу змушені були терміново змінювати свої стратегічні орієнтири та проекти змін, їм довелося швидко ухвалювати складні рішення, щоб стабілізувати роботу підприємств, треба було негайно утримати бізнес, а потім шукати можливості для його розвитку. Сьогоднішні керівники справедливо зосереджені на величезних проблемах безперервності ведення бізнесу, пов'язаних із війною, і головним мотивуючим фактором при цьому на перший план висувають можливість забезпечення населення необхідними товарами і послугами, збереження місць для працевлаштування та відповідно заробітку свого персоналу, адаптування деяких стратегій до нового середовища, підтримка економіки України та допомога армії. Можливість продовження здійснення своєї виробничої діяльності у кризовий період дозволяє визначити так зване «вікно можливостей» [4]. Якщо прийняти наявну ситуацію в країні більш «оптимістичніше» та сприймати її як не катастрофу ХХІ сторіччя, а як, свого роду індикатор, завдяки якому з'являється можливість визначити недоліки на підприємстві, які неможливо побачити в інші часи, то з'являється можливість визначити найсильніші сторони самого підприємства та запровадити політику з їх підтримки й подальшого удосконалення на ньому.

Сьогодні українські лідери змін – керівники і власники суб'єктів бізнесу, набули унікального досвіду, напрацювали інструменти та методики, інтерес до яких в усьому світі дедалі більше зростає використовуючи при цьому принципи стратегічного планування подальшої роботи, з постійною адаптацією до вимог навколишнього середовища; диверсифікацію логістичних ланцюгів, які знаходяться під загрозою; виходу на нові ринки, які зараз лояльні до українського виробника, а також збереження робочої сили й працівників. Тим самим будь-який суб'єкт господарювання у кризових ситуаціях буде мати можливість ефективно пережити тяжкі часи, розвиватися, і після нестабільності середовища повернутися до свого нормального режиму роботи із найменшими збитками. Впроваджуючи інструменти антикризового управління на підприємствах, економіка України буде мати змогу утриматися, стати сильніше, залучати іноземні інвестиції, і закладе надійну основу для успішного відновлення нашої держави у майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Кушнір Н.Б., Войтович Д.С. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах. *Ефективна економіка*, 2016. № 5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4954>

2. Бізнес в умовах війни / Європейська бізнес асоціація. URL: <https://eba.com.ua/u-83-kompanij-eva-vidbulosya-padinnya-biznesu-u-2022-rotsi/>

3. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 568 с.

4. Жеребчук М.Б. Антикризове управління підприємством в умовах війни. Українське суспільство в умовах воєнного стану : сучасні виклики та напрямки розвитку : матеріали Всеукр. наук. конф. молодих вчених (м. Одеса, 6 червня 2022 р.). Одеса : Фенікс, 2022. С. 586-588.

УДК 339.9

Valerii Mytsenko

PhD (Pedagogy), Associate Professor
Head of Foreign Languages Department
Central Ukrainian National Technical University
Kropyvnytskyi, Ukraine

Миценко Валерій

кандидат педагогічних наук, доцент
завідувач кафедри іноземних мов
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

THE ROLE OF SERVICE SECTOR IN GLOBAL VALUE CHAINS РОЛЬ СФЕРИ ПОСЛУГ У ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ

Global value chains (GVCs) have become one of the major characteristics of international trade and production. Services feature prominently in GVCs as they provide a "double" function, namely as a transitional input to production as well as a facilitator. In a "coordinating role", they link together different stages of production in different countries and allow companies to further specialize and coordinate production and trade in GVCs [1]. With quick expansion of supply chains in recent years, services such as transport, logistics and supply chain services, and ICT services have become vital for coordinating production across many countries.

While the global growth in GVC trade has been mainly linked to machinery, transport and electronics, added value in the service sector is also becoming more and more developed, and organized internationally. Improving transport, digital infrastructure and taking apart existing obstacles to trade in goods and services have contributed greatly to the expansion of GVC coverage in all sectors. Also, the fragmentation of production is associated with an increase in outsourcing not only of production tasks, but services as well. Such services, including advisory services, financial services, maintenance and repair services are important.

Among the scientists who devoted their research to specific features of global value chains, were both foreign scientists G. Gereffi, M. Porter, J. Humphrey, and national scientists – H. Duhinets, N. Cherkas, O. Hirna, O. Menchynska, N. Chukhrai and others. Despite the significant number of scientific works on the research topic, constant development of views on the nature of global value chains promotes further research.

While companies specialize and develop, they are apt to spend more and more time to coordinating and organizing their business. Progressing in service delivery and increasing participation in GVCs through feedback loops allows companies, especially downstream manufacturing companies, to have better range and quality of services at competitive prices. As a result, it improves their partaking in GVCs and general efficiency.

Therefore, the role of services as a contribution to production is essential. The service sector is a driving power for many companies to incorporate in GVCs. Transport, logistics, ICT services, marketing, consulting and professional services play an important coordinating role in GVCs. Empirical evidence suggests that effective provision services is essential for downstream operations

of companies. Efficient and high quality services without political barriers strengthen the institutional framework and invest in human capital. This process will facilitate the integration of Ukraine into GVCs.

The relationship between service resource use and participation in GVCs are studied in this work. Ukraine offers an interesting learning environment in which service sector plays an important role. The study found that service resource access and usage appears to be an important driver for integration with GVC. The intensity of GVC integration depends on the amount of services being introduced. Companies that are high performing, large in size, pay higher value-added wages, have a higher leverage ratio are likely to be more deeply integrated into GVCs. Low service companies are unlikely to be integrated into GVCs. If companies that do not participate in GVCs increase their investment intensity, the likelihood that they will start participating in GVCs increases significantly. The possibility of integrating at different levels (limited, low, medium, high) increases with the intensity of service inputs. In addition, the range of services matters for GVC integration. Ukrainian companies using integrated IT services and related IT services tend to be more deeply integrated into GVCs.

The GVC participation index proposed by R. Koopman et al. [2] and subsequently used in empirical studies applied to measure participation in GVCs. The cross-country data used to build the index is taken from the OECD Value Added Trade and Export Database. The participation index takes into account two sides of the GVC: back participation or the “sourcing” side and forward participation or the “supply” side. Reverse participation in GVCs captures a country's foreign resource sources into its production process for export and is expressed as the ratio of foreign value added in gross exports to gross exports. Forward participation in GVCs reflects the internal contribution of a country that uses its own production processes and for exports, which, in turn, are not completely absorbed by an importing country, but are embodied in the exports of the importing countries. Countries put themselves naturally through these two types of participation in GVCs. For example, countries with higher levels of natural resources are often placed upstream in GVCs and are likely to develop strong supplier ties as an input. Countries with larger market sizes are less likely to import intermediate goods and services due to their ability to produce the same, while smaller countries lacking market size tend to higher rates of back participation. Correspondingly, countries with a surplus of low-skilled labour typically have higher participation in GVCs with low skill levels for production and services [3].

Companies that are much integrated into GVCs have a higher intensity of IT service resource application. IT and IT facilitating services include services related to technical know-how and licenses, outsourcing of professional IT work and IT-related R&D.

Among the total export of services in Ukraine, the share of IT has already reached 38%. For comparison, it was 24% in early 2020.

The fact that the IT sector in Ukraine continues developing is confirmed by the number of new PEs specializing in computer and information technology services – their number has increased by 40% in 2020–2021. The number of IT companies has grown as well: companies providing computer services by 22%, and by 10% – companies providing information services. The growth in figures is a result of the activities of outsourcing companies hiring Ukrainian programmers to work on foreign IT projects [4].

It is safe to say that many nations were caught off-guard by the events unraveling at the end of February 2022. Many expected Ukraine to decline massively, especially in economic terms. However, to everyone's surprise, some Ukrainian industries, specifically the IT sector, illustrate remarkable resilience and hope for the best six months into the turmoil.

How the Ukrainian IT industry handles all the challenges shows the importance of digitalization in general. Yet, specifically in Ukraine, the resilience of the IT sector is a direct representation of the strength of Ukrainians. Let us study the case of the Ukrainian IT industry and portray several factors that allowed the sector to recover after its challenges. Despite the war, Ukraine's IT Sector faced all the challenges with utmost effectiveness and managed to create the conditions allowing the industry to grow despite all the odds. As a result, the numbers show Ukraine's IT service market will continue to grow shortly (see Fig. 1).



Figure 1. Ukraine's IT Services Market: Export Volume & Talent Pool [5]

Many IT companies managed to preserve their contracts and find new clients. Global investors look forward to using the services of Ukraine's IT professionals. American Chamber of Commerce indicates that 96% of companies plan to continue operating in Ukraine in 2023. Furthermore, 85-95% of IT sector professionals managed to return to work duties despite the war. Finally, only 1% of all IT companies in Ukraine cannot pay their employees' salaries. These numbers prove that the Ukrainian IT market not only managed to survive the events of the past twelve months but also found a way to flourish despite everyone's expectations.

Before February 24, 2022, there were 285,000 IT professionals, 858 IT services companies, and \$5 billion in IT services export in Ukraine. In addition, with 661 higher education institutions operating in Ukraine, more than 23,000 new IT professionals enter the industry each year. Finally, Global Sourcing Association labeled Ukraine as the #1 IT-outsourcing destination in 2021. As a result, before the war started, Ukraine's IT segment had a strong foundation and favorable business climate for the sector to grow [5].

As services play a vital role in GVCs, both as an input in the manufacturing process as well as a coordination facilitator, it is possible to conclude that facilitating the use of high quality services, liberalizing the service sector, removing various types of policy barriers related to services, strengthening the institutional framework including contract enforcement mechanisms, and enhancing human capital, which is crucial for the provision of more sophisticated services, will enable strengthening GVC participation and profit from the associated economic benefits.

References:

1. Jones, R.W. and H. Kierzkowski (1990) "The Role of Services in Production and International Trade: A Theoretical Framework" in R. Jones and A. Kruger (eds.), *The Political Economy of International Trade* (pp. 31–48). Oxford, UK: Blackwell
2. Koopman, R., Z. Wang and S. Wei, (2014). 'Tracing Value-Added and Double Counting in Gross Exports.' *American Economic Review*, 104(2): 459-94.
3. World Bank "Global Value Chains Trading for Development", World Bank World Development Report 2020, Washington DC: World Bank.
4. <https://opendatabot.ua/en/analytics/it-export>
5. American Chamber of Commerce. <https://chamber.ua/news/ukrainian-it-sector-prospering-against-the-odds-market-overview-by-intetics/>
6. Winkler, D., L. Wuester and D. Knight (2022), "The effects of Russia's global value chain participation," in M Ruta (ed), *The Impact of the War in Ukraine on Global Trade and Investment*, The World Bank.
7. Meyer B., S. Saez, Erik van Der Marel. Integration in Global Value Chains. The Role of Service Inputs. Finance, Competitiveness and Innovation Global Practice & Macroeconomics, Trade and Investment Global Practice. – October 2021.

СЕКЦІЯ 4
СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ
УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ

УДК 336.01

Бейхор Василь
студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Vasyl Beyhor
Student of the group PPM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ-НАДАВАЧІВ
ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**
FEATURES OF FINANCIAL SERVICES PROVIDERS IN UKRAINE

Фінансові послуги в Україні надаються різними типами підприємств – банками, страховими компаніями, пенсійними фондами, інвестиційними компаніями, лізинговими компаніями тощо.

Особливості функціонування підприємств-надавачів фінансових послуг в Україні можуть бути описані наступним чином:

1. Регулювання діяльності.

Фінансові послуги в Україні регулюються Національним банком України, Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку України, Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах ринків фінансових послуг, енергетики та комунальних послуг, а також іншими органами влади. Підприємства, що надають фінансові послуги, повинні дотримуватися законодавства та нормативних актів, що регулюють їх діяльність.

2. Банківська система.

Банки є основними надавачами фінансових послуг в Україні. Вони надають широкий спектр послуг, таких як зберігання коштів, кредитування, переказ коштів, випуск банківських карток, інвестування тощо. Українська банківська система має свої особливості, зокрема, високу концентрацію ринку та нестабільність підприємств-банків.

3. Страхування. Страхові компанії надають послуги зі страхування різних ризиків, таких як медичні послуги, автострахування, страхування майна, страхування життя тощо. Ринок страхування в Україні є розвинутим, але має свої проблеми, такі як високі ставки страхування та недостатня свідомість населення про необхідність страхування.

4. Інвестиції.

Інвестиційні компанії та пенсійні фонди надають послуги з інвестування грошових коштів клієнтів в різні фінансові інструменти, такі як акції, облігації, фондові індекси тощо.

Ринок інвестицій в Україні розвивається, але має деякі обмеження, такі як обмежена кількість фінансових інструментів та недостатній рівень розвиненості фондового ринку.

5. Лізинг.

Лізингові компанії надають послуги з лізингу різних видів майна, таких як автомобілі, обладнання, нерухомість тощо. Лізинг в Україні є досить розвиненим, але має деякі проблеми, такі як високі ставки лізингу та низька свідомість підприємств про переваги лізингу.

6. Електронні фінансові послуги.

В останні роки в Україні активно розвиваються електронні фінансові послуги, такі як інтернет-банкінг, мобільний банкінг, електронні гроші тощо. Ці послуги дозволяють клієнтам отримувати фінансові послуги зручним способом і без відвідування банківських відділень.

У загальному, підприємства-надавачі фінансових послуг в Україні мають свої особливості та проблеми, але в цілому ринок фінансових послуг розвивається та надає клієнтам широкий спектр можливостей для здійснення фінансових операцій.

Один з основних законів, що регулює кредитну діяльність в Україні - це Закон України «Про банки і банківську діяльність» [1] який визначає загальні вимоги до кредитної діяльності в країні. Згідно з цим законом, кредитна діяльність може здійснюватися банками, а також іншими фінансовими установами, які отримали ліцензію на надання фінансових послуг, зокрема кредитування.

Окрім цього, діяльність підприємств, які надають кредити, регулюється Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг» [2]. Цей закон визначає загальні принципи та вимоги до надання фінансових послуг, включаючи кредитування, а також встановлює вимоги до ліцензування фінансових установ.

Крім того, в Україні існують також ряд постанов та наказів Національного банку України, які регулюють конкретні аспекти діяльності фінансових установ [3], зокрема підприємств, які надають кредити. Наприклад, Постанова Національного банку України «Про вимоги до забезпечення кредитів, що надаються банками», встановлює вимоги до забезпечення кредитів, а також порядок резервування кредитів з метою зменшення ризиків неповернення кредитів.

Крім того, діяльність підприємств, які надають кредити, також підлягає контролю та регулюванню Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України. Ця комісія здійснює ліцензування фінансових установ, встановлює вимоги до фінансової звітності та забезпечення фінансової стійкості фінансових установ.

Крім того, українське законодавство передбачає обов'язкове страхування депозитів в банках, що забезпечує захист вкладників у разі банкрутства банків. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» [4] встановлює порядок здійснення гарантійного відшкодування вкладникам у разі банкрутства банку, визначає умови та обмеження для отримання гарантійної виплати.

Також важливим законодавчим актом є Закон України «Про кредитну історію» [5], який регулює збір та зберігання інформації про кредитну історію клієнтів банків та інших фінансових установ. Цей закон передбачає, що кожен клієнт має право на доступ до своєї кредитної історії та може вимагати її виправлення у разі виявлення помилок.

Отже, діяльність підприємств, які надають кредити в Україні, підлягає регулюванню і контролю з боку ряду законів та інших нормативно-правових актів, що забезпечує захист прав та інтересів клієнтів та стійкість фінансової системи в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>

2. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 № 2664-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>

3. Закон України «Про Національний банк України» від 20.04.2000 № 679-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14>

4. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб в банках України» від 23.02.2012 № 4452-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>

5. Закон України «Про організацію формування та обігу кредитних історій» від 02.06.2016 № 2704-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-15>

УДК 339.1

Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ФІНАНСАХ THE ESSENCE OF INFORMATION SYSTEMS IN FINANCE

Інформаційні системи у фінансах – це комп'ютерні програми та технології, які використовуються для обробки фінансової інформації та допомагають в прийнятті рішень в галузі фінансів.

Ці системи можуть включати в себе бухгалтерські програми, програми для управління банківською справою, програми для управління ризиками, програми для аналізу фінансової інформації та інші інструменти.

Інформаційні системи у фінансах допомагають підприємствам та організаціям збирати, обробляти та аналізувати фінансову інформацію, що дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення про інвестування, фінансування, ризики та стратегію розвитку.

Такі системи можуть також допомагати підприємствам забезпечувати дотримання законодавства в галузі фінансів та бухгалтерії, зменшувати витрати на обслуговування фінансових операцій, покращувати ефективність бізнес-процесів та збільшувати прибутковість.

Інформаційні системи використовуються в роботі фінансових установ, таких як банки, страхові компанії, інвестиційні фонди та інші. Ось деякі приклади таких систем:

Банківська інформаційна система (Banking Information System) – система, що дозволяє банкам керувати своїми банківськими операціями, обліковувати операції клієнтів, управляти ризиками та забезпечувати безпеку даних.

Фінансова аналітична система (Financial Analytical System) – система, яка дозволяє проводити аналіз фінансової інформації, формувати звіти та прогнозувати ризики. Вона часто використовується для прийняття рішень щодо інвестування та управління портфелем активів.

Система управління ризиками (Risk Management System) – система, що дозволяє оцінювати та керувати ризиками, пов'язаними з фінансовими операціями, інвестуванням та іншими видами діяльності.

Бухгалтерська програма (Accounting Software) – програма, яка дозволяє вести бухгалтерський облік та формувати звіти, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства.

Електронна платіжна система (Electronic Payment System) – система, що дозволяє здійснювати електронні перекази коштів між різними банками та клієнтами, забезпечуючи безпеку та швидкість операцій.

EPS є важливим інструментом для забезпечення безпеки та швидкості операцій з грошима.

EPS може використовуватись для різних видів платежів, включаючи оплату рахунків, покупки в Інтернеті та переказ коштів між різними користувачами. Платежі можуть здійснюватись за допомогою різних інтерфейсів, таких як веб-сторінки, мобільні додатки або спеціальні програми.

Одна з найважливіших функцій EPS – це забезпечення безпеки платежів. Для цього використовуються різні методи, такі як шифрування даних, двофакторна аутентифікація користувача та інші методи, які забезпечують безпеку операцій.

Крім того, EPS дозволяє зменшити витрати на операції з готівкою та паперовими чеками, що знижує загальні витрати на обслуговування платежів для банків та інших фінансових установ.

Одним з найбільш поширених типів EPS є мережа платіжних карт, таких як Visa та Mastercard. Ці мережі дозволяють клієнтам здійснювати платежі за допомогою платіжних карток у тисячах магазинів та в Інтернеті по всьому світу.

Узагалі, EPS є важливим інструментом для забезпечення безпеки та швидкості операцій з грошима. Вона дозволяє зменшити витрати на обслуговування платежів та забезпечити зручність та ефективність для користувачів та фінансових установ.

Це лише деякі з прикладів інформаційних систем, які використовуються в фінансових установах. Функції та можливості таких систем можуть варіюватись в залежності від специфіки діяльності кожної конкретної установи.

УДК 338

Попович Ярослав

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Yaroslav Popovych

Student of the group PPM-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ФІНАНСОВІ АНАЛІТИЧНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ FINANCIAL ANALYTIC SYSTEMS IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Фінансові аналітичні системи – це програмні продукти, які допомагають підприємствам управляти фінансовими ресурсами та здійснювати аналіз фінансових показників.

Основна мета таких систем полягає в забезпеченні точної та своєчасної інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих рішень щодо фінансового управління підприємством.

До основних функцій фінансових аналітичних систем належать:

- Збір та обробка фінансової інформації

Системи забезпечують автоматичний збір та обробку фінансових даних з різних джерел, що дозволяє збільшити ефективність роботи фінансового відділу.

- Аналіз фінансових показників

Системи дозволяють здійснювати комплексний аналіз фінансових показників підприємства, таких як прибуток, витрати, заборгованість, платоспроможність тощо.

- Прогнозування

Фінансові аналітичні системи допомагають прогнозувати фінансові результати підприємства на майбутнє, що є важливим для планування бізнес-стратегії.

- Ведення обліку

Системи дозволяють вести облік фінансових операцій підприємства, що дозволяє контролювати фінансові потоки та ризики.

До прикладів фінансових аналітичних систем належать: SAP Business One, Oracle Financials, Microsoft Dynamics 365 Finance, QuickBooks Enterprise Solutions, Xero, Zoho Books тощо.

Вони можуть бути орієнтовані на певний сектор господарства (наприклад, роздрібну торгівлю, виробництво, фінансові послуги тощо) або мати більш загальний функціонал для використання на будь-якому підприємстві. Вибір конкретної системи залежить від потреб та особливостей підприємства, його розміру, складності операцій та інших факторів.

Фінансові аналітичні системи зазвичай мають інтерфейс користувача, який дозволяє зручно використовувати їх функціонал та отримувати необхідну інформацію в зрозумілому вигляді. Більшість таких систем також мають можливість інтеграції з іншими програмними продуктами, що дозволяє підприємствам підвищувати ефективність фінансового управління та оптимізувати бізнес-процеси.

Загалом, використання фінансових аналітичних систем дозволяє підприємствам ефективніше управляти фінансовими ресурсами та зменшувати ризики фінансових втрат. Вони допомагають зробити правильні рішення щодо інвестування, розподілу бюджету, управління ризиками та іншими фінансовими аспектами діяльності підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Школьник І.О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. – Київ: ЦНЛ, 2017. – 368 с.
2. Череп А.В., Гамова О.В., Козачок І.А. Фінансовий аналіз: навч. посіб. – Кондор, 2020. – 268 с.

УДК 336.7

Черкашин Інна

студентка групи ПФ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена

доктор економічних наук, професор

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Inna Cherkashyn

Student of the group PF-31

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor

Head of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ТА ВАЖЛИВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАРАДИ ВИЖИВАННЯ THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR: KEY CHALLENGES AND IMPORTANT TRANSFORMATIONS FOR THE SAKE OF SURVIVAL

Українська банківська система стикнулася з величезними викликами у зв'язку з початком російським агресором руйнівної війни проти нашої держави. Не без проблем, але поступово банки пристосовуються до нових умов.

Україна вже понад рік воює не лише з агресивним російським сусідом, який здійснив безпідставне злочинне вторгнення на територію нашої мирної держави. Активна боротьба триває на фінансовому фронті, і тут важливе значення мають стабільність і прогнозованість роботи національної банківської системи.

У найвідповідальніший період фінансова система країни вистояла. Національний банк зафіксував офіційний курс гривні, увів низку обмежень на здійснення розрахункових операцій у іноземній валюті, підвищив облікову ставку для стримування зростання інфляції.

Національний банк пом'якшив низку нормативів роботи комерційних банків. Вчинені заходи дозволили, за винятком декількох учасників ринку, стабілізувати роботу банків, стимулювати їх змінити власні бізнес-моделі, а також сконцентрувати наявні ресурси на користь кредитування важливих для української економіки галузей за підтримки держави. В першу чергу, мова йде про фінансування аграріїв для успішного проведення посівної кампанії.

Однак, попри стабілізацію роботи, все ще існує багато ризиків та проблем, з якими банкам важко впоратися в умовах війни. Вони повинні йти на радикальні кроки для того, аби пристосуватися до нових складних реалій, змушені скорочувати кількість відділень, підвищувати вимоги до клієнтів-боржників, а також відходити від довгострокових та середньострокових стратегій на користь короткострокового планування [1].

Після перших шести місяців повномасштабної війни банкіри вже зрозуміли, які проблеми їх очікують далі. Зараз працюють над тим, щоб мати достатню кількість ресурсів, аби мати змогу протистояти цим викликам, залишитися працювати на ринку та гарантувати своїм клієнтам надійність збереження заощаджень та вчасне проведення грошових операцій.

За словами голови ради Незалежної асоціації банків України Олени Коробкової, на даний час існує п'ять головних викликів, які актуальні для всіх учасників банківського ринку країни. Перший виклик – це зниження доходів відносно витрат. Другий – зростання частки непрацюючих кредитів. Третій – для деяких банків, із часткою 15% це залежність від вже недешевого рефінансування НБУ. Четвертий – масова міграція людей за кордон, яка негативно впливає на економічну активність і обсяг операцій в Україні та унеможливорює фізичне відвідування відділень, коли це буває необхідно. П'ятий виклик – це втрата частини персоналу або через міграцію, або через мобілізацію [1].

Банки, які скорочують витрати та продовжують розвивати інструменти віддаленої взаємодії, бачать зміну структури залучених коштів. Окрім цього, редитні установи через високу облікову ставку на рівні 27% річних активно виходять з рефінансування Національного банку і переглядають підходи у кредитуванні для обмеження ризиків. Ще один виклик – законодавчі ініціативи, щоб вирішити проблеми позичальників за рахунок банків.

За словами Голови правління Банку Кредит Дніпро Сергія Панова, на поверхню виходять ризики ліквідності, кредитний та процентний ризики, і чинниками зростання цих ризиків, є зміна облікової ставки до 25%, яка в цілому дала ефект на ріст вартості пасивів, і зміна курсу гривні [2].

Водночас, заступник голови правління банку ПУМБ Себастьян Рубай зазначив важливість уваги до операційних ризиків, тому що це стійкість капіталу на який буде тиснути якість портфелів. Безробіття розширюється – кількість клієнтів, які обмежені в доходах, зростає. На початку 2022 року 12% українців не могли собі дозволити купувати їжу та одяг,

зараз 40% респондентів кажуть, що ситуація погіршилася настільки, що вони мають складності з купівлею їжі та одягу [2].

Активна цифровізація банківського сектору вже не один рік сприяє тому, що поступово зменшується кількість традиційних відділень, у яких клієнти можуть приходити і здійснювати розрахункові операції. За словами голови ради Незалежної асоціації банків України Коробкової, з початку великої війни цей процес прискорився. У середньому кожен банк закритий за війну приблизно 12 відділень. Це результат не того, що банки хочуть щось скоротити, а це виклики, які маємо зараз під час війни в Україні. І для того, щоб ефективно працювати, під час пандемії ковіду навчилися працювати віддалено [3].

Очікується що, мережі працюючих відділень банків продовжать скорочуватися. Це пов'язано, із необхідністю скорочення витрат банків, тому що прибутків, таких, як були раніше, просто немає, також зниженням бізнес-активності клієнтів, тому що понад 10 млн громадян вже виїхало за кордон. Проте на територіях, звільнених від тимчасової окупації, відділення відновлюють роботу.

На постійній основі майже 10% клієнтської бази ПУМБ банку перебуває за кордоном і ще майже 20%, які мігрували у більш безпечні регіони України. Як наслідок, це посилює навантаження на мережу банку. Україна втратила майже 50 відділень, які зараз на постійній чи тимчасовій основі не працюють. Це більше відображає воєнні дії, ніж наше бажання закрити відділення і оптимізувати витрати. При цьому фізичні відділення все ще користуються великою популярністю серед українців, оскільки вони є важливим джерелом залучення нових клієнтів до банківських установ. При цьому, додатковою мотивацією для громадян йти у відділення для відкриття рахунку є обмеження, що новим неідентифікованим клієнтам не можна покласти на рахунок більше 40 тисяч гривень [3].

Початок руйнівної війни змусив українців змінювати пріоритети в банківському обслуговуванні та шукати найбільш зручні для себе варіанти отримання банківських послуг, зокрема, це стосується внутрішніх переселенців та тих громадян, які повинні були виїхати за кордон.

Наразі клієнти йдуть в один з трьох типів банків. Перший – це «великий і надійний» банк, в якого велика мережа відділень, бажано з касою та валютою, яка знаходиться біля дому. Друга категорія – це банки, які мають відкритий диджитальний вхід і надають гарний цифровий досвід. І третя категорія – це так звані «безпечні гавані» – банки з західним капіталом. Є ще четвертий тип клієнтів, «покупці валюти». Тобто деякі клієнти відкривають по 5-10 рахунків в різних банках, щоб обійти встановлені ліміти на розрахункові операції [3].

Банки з українським капіталом, зокрема невеликі, швидше за інших підняли депозитні ставки та запровадили конвертаційні валютні депозити.

Наприклад, у банку «Глобус» спостерігають притік коштів як від власних клієнтів, так і від клієнтів банків з іноземним капіталом.

Депозити фізичних осіб банку «Глобус» зросли на 15% і кошти на рахунках юридичних осіб зросли на 5%. Переважно це їх клієнтська база, також є нові клієнти, які прийшли з іноземних банків [4].

Отже, український банківський сектор знаходиться в достатньо напруженому становищі, оскільки готується до складних ризиків в умовах продовження війни. Головне їх завдання – гарантувати стабільну роботу для своїх клієнтів.

Це стосується і вчасного розрахунку з клієнтами за депозитами, продовження кредитної політики попри над високі ризики, оскільки потрібно отримувати прибуток, щоб гарантувати громадянам достатньо високі ставки за їх вкладками в умовах високої інфляції. В іншому випадку, клієнти знайдуть собі інший більш зручний банк.

Починає наростати конкуренція за надійних і платоспроможних українців. Ймовірно, саме цей процес буде в найближчому майбутньому сприяти тому, що для громадян навіть в умовах значних безпекових та економічних проблем намагатимуться забезпечити найбільш зручний сервіс та лояльні умови обслуговування.

Банки зацікавлені в тому, щоб створити для громадян більш легкі у використанні сайти та мобільні додатки, інвестуючи кошти у диджиталізацію банківських операцій. Власне, процес значно прискорився під час коронакризи, але початок повномасштабної війни також стимулює цю роботу для забезпечення безпеки як працівників, так і клієнтів.

Комфортне дистанційне обслуговування для багатьох українців, які вимушено знаходяться за кордоном, зараз в умовах війни є не забаганкою, а необхідністю. Це пов'язано з тим, що поки що в країнах ЄС немає представництв українських банків, щоб громадяни могли туди звернутися. Тому залишається лише можливість дистанційної співпраці.

Банківська система України змогла вистояти перед викликами війни. Тому надалі банкам потрібно покращувати онлайн зв'язок, для українців, які виїхали за межі України, але залишились клієнтами банків. Це примножить прибуток від здійснення кредитно-депозитних операцій за рахунок тих учасників ринку, які не зможуть швидко диджиталізуватися та втратять конкурентну перевагу.

Перелік використаних джерел:

1. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні (за період 01.12 – 31.12.2022). URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-pidtrymky-finansovoyi-stiykosti-v-umovakh-voyennoho-7> (дата звернення 09.03.2022)
2. Технології попри війну: чим живе та як розвивається платіжний ринок у 2022 році. Інтерв'ю із заступником Голови НБУ Олексієм Шабаном. URL: <https://fintechinsider.com.ua/tehnologiyi-popry-vijnu-chym-zhyve-ta-yak-rozvyvayetsya-platizhnyj-rynok-u-2022-roczy-intervyu-iz-zastupnykom-golovy-nbu-oleksiyem-shabanom/> (дата звернення 10.03.2022)
3. Як війна змінила роботу банківської системи України. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/viy-na-v-ukrajini-yak-zminilas-robot-a-bankivskoji-sistemi-11964504.html> (дата звернення 10.03.2022)
4. Українська фінансова система успішно протистоїть викликам війни. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0-%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D1%88%D0%BD/> (дата звернення 11.03.2022)

СЕКЦІЯ 5
ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ
ТА БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 338

Галагань Юрій
студент групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина
Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Yurii Halahan
Student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economic), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ ТА БАНКІВСЬКІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ**
INNOVATIONS IN THE GLOBAL STOCK MARKET AND BANKING

Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності – це широке питання, яке включає в себе різноманітні аспекти технологічних інновацій, що застосовуються в галузі фінансів та біржової торгівлі.

З одного боку, інновації у банківській діяльності можуть включати в себе розробку нових продуктів та послуг, таких як мобільні банківські додатки, цифрові грошові гаманці, а також автоматизацію процесів банківських операцій з використанням штучного інтелекту та блокчейн-технологій. Ці інновації можуть полегшити процеси здійснення платежів, операцій з кредитами та інші банківські послуги.

З іншого боку, інновації у глобальній біржовій сфері можуть включати в себе використання технологій для покращення швидкості та точності торгівлі, а також автоматизації процесів розрахунків та вирішення різних проблем безпеки в обміні цінностями.

Одним з нових напрямків у галузі біржової торгівлі є використання технології блокчейну для створення децентралізованих бірж. Це може дозволити знизити витрати на проведення торгів та зменшити ризики для учасників ринку.

Крім того, інновації у фінансовій сфері можуть стати важливим інструментом для розвитку економіки та забезпечення фінансової стабільності у всьому світі. Наприклад, розвиток технології фінансової інклюзії.

Розвиток технології фінансової інклюзії може допомогти забезпечити доступ до фінансових послуг для тих, хто раніше не мав такої можливості через соціальну, економічну або географічну віддаленість. Це може стимулювати економічний зріст і сприяти підвищенню рівня життя людей. Крім того, інновації можуть також підвищити рівень безпеки у фінансовому секторі. Наприклад, банки можуть використовувати інноваційні рішення в області кібербезпеки для захисту від шахраїв та зловмисників.

Інновації також можуть допомогти вирішити складні проблеми у фінансовій системі, такі як корупція та відмивання грошей. Наприклад, використання технологій розпізнавання облич для ідентифікації клієнтів може допомогти зменшити ризик фінансових злочинів.

Проте, інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності також можуть мати деякі негативні наслідки. Наприклад, розробка нових фінансових продуктів може бути пов'язана зі збільшенням ризиків та збитків. Крім того, деякі інноваційні продукти можуть бути недоступні для певних груп населення, що може призвести до збільшення рівня соціальної нерівності. Також, технологічна незахищеність може призвести до крадіжки цифрових коштів або особистих даних, алгоритмічна торгівля може призвести до швидкого зростання волатильності на ринках та інших негативних наслідків.

Отже, інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності мають багато переваг, але їх слід розглядати з різних сторін і забезпечувати відповідний рівень регулювання та захисту. Для цього потрібна активна співпраця між фінансовими установами, урядовими органами та іншими зацікавленими сторонами.

Перелік використаних джерел:

1. Про інновації в сфері банків. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/71925632.pdf>
2. Жердецька Л.В., Городинський Д.І. Розвиток банківських технологій: загрози та можливості для банків. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 10. С. 583–588.
3. Впровадження інновацій в банківську систему України. URL: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy>
4. Корнеєв В. Л. Фінансові інновації банків і можливості диверсифікації банківських послуг. Світ фінансів. 2017. No 2. С. 74–81.
5. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. 2018. URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf

УДК 339.1

Гладій Вероніка

студентка групи ПФ-41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Veronika Hladii

student of the group PF31

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych

PhD (Economics) Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ INTELLIGENT TECHNOLOGIES IN BANKING ACTIVITIES

Інтелектуальна аналітика та машинне навчання можуть значно покращити ефективність банківської діяльності, дозволяючи швидко та точно аналізувати великі обсяги даних.

Використання інтелектуальних технологій дозволяє банкам підвищити якість обслуговування клієнтів, забезпечуючи персоналізований підхід до кожного клієнта.

Інтелектуальні технології також дозволяють банкам боротися з шахрайством та злочинною діяльністю, виявляючи небезпечні операції та шаблони шахрайства.

Розробка власних інтелектуальних продуктів та сервісів дозволяє банкам збільшувати свій конкурентний потенціал та привабливість для клієнтів [1].

Важливо забезпечувати захист даних та приватності клієнтів під час використання інтелектуальних технологій, що потребує розробки відповідної стратегії кібербезпеки.

Розвиток інтелектуальних технологій є ключовим напрямком розвитку банківської діяльності в майбутньому, що дозволить забезпечити більш швидке та ефективне обслуговування клієнтів та збільшити конкурентні переваги. Наприклад, вони можуть використовувати роботів для автоматичного оброблення документів та інших даних, що потрібні для ведення банківської діяльності [2].

Використання інтелектуальних технологій може сприяти зменшенню людського фактору та помилок, що відбивається на загальній надійності та стабільності банківської діяльності.

Інтелектуальні технології дозволяють збільшувати ефективність операційного управління банком, автоматизувати рутинні процеси та забезпечувати швидку обробку документів. Банки можуть використовувати інтелектуальні технології для контролю за фінансовою діяльністю клієнтів, зокрема, для виявлення підозрілих фінансових операцій. Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати транзакції клієнтів та шукати незвичайні зміни у їхньому фінансовому стані, що може свідчити про можливе шахрайство або інші види фінансової злочинності [3].

Важливо розробляти інтелектуальні технології з урахуванням потреб та очікувань клієнтів, що дозволить забезпечити максимальну задоволеність та лояльність клієнтів.

Інтелектуальні технології можуть бути застосовані в різних сферах банківської діяльності, від кредитування та інвестування до маркетингу та розвитку продуктів.

Розробка та впровадження інтелектуальних технологій є складним та витратним процесом, який потребує кваліфікованих спеціалістів та великих інвестицій.

У разі успішного впровадження інтелектуальних технологій, банки можуть забезпечити собі стабільний розвиток та конкурентну перевагу на ринку.

З використанням інтелектуальних технологій у банківській діяльності можна забезпечити більш точний та швидкий аналіз даних, автоматизувати рутинні процеси, знизити витрати та збільшити ефективність роботи банку. Крім того, інтелектуальні технології можуть допомогти зменшити людський фактор та помилки, що позитивно впливає на надійність та стабільність банківської діяльності. Важливо розробляти та впроваджувати інтелектуальні технології з урахуванням потреб та очікувань клієнтів, що дозволить забезпечити максимальну задоволеність та лояльність клієнтів. Розробка та впровадження інтелектуальних технологій є складним та витратним процесом, який потребує кваліфікованих спеціалістів та великих інвестицій. Однак, у разі успішного впровадження інтелектуальних технологій, банки можуть забезпечити собі стабільний розвиток та конкурентну перевагу на ринку. У цілому, використання інтелектуальних технологій у банківській діяльності є актуальною та перспективною тенденцією, яка дозволяє банкам підвищувати якість своїх послуг та забезпечувати успішну конкуренцію на ринку [4-6].

Перелік використаних джерел:

1. Інформаційні системи і технології в банківських та фінансових установах URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/p06_10.pdf

2. Світові тренди банківських інновацій URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4638>
3. Сучасні технології як основа інноваційної моделі розвитку банківського бізнесу URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/08/2-26-41.pdf>
4. На що перетворяться банки до 2030 року. Дослідження URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/09/19/651791/>
5. Майбутнє банківського сектору за інтегрованими банками URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2021/03/maybutnye-bankivskoho-sektoru.html>
6. Майбутнє банкінгу: сучасні виклики та перспективи розвитку URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/ifba/17-5386_ZbD196rnik_v_2_28F29.pdf

УДК 339.1

Мартинюк Ірина
студентка групи ПП-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Iryna Martyniuk
Student of the group PP-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ ФІНТЕХ-ІННОВАЦІЙ НА БАНКІВСЬКУ СПРАВУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ IMPACT OF FINTECH INNOVATIONS ON BANKING AND STOCK MARKET EFFICIENCY

Фінансові технології, широко відомі як фінтех, за останні роки зробили революцію у фінансовій галузі. Їх вплив на банківську справу та ефективність фондового ринку був значним. Такі фінтех-інновації, як мобільний банкінг, платформи онлайн-торгівлі та технологія блокчейн, змінили ефективність і доступність банківських та інвестиційних послуг. Вони швидко змінюють ландшафт фінансового сектора та стирають межі між фінансовими компаніями й фінансовим сектором. Це являє собою зміну парадигми, яка має різні політичні наслідки, зокрема: сприяння корисним інноваціям і конкуренції, одночасно керуючи ризиками [1].

Банківська галузь завжди була та є в авангарді фінтех-інновацій із запровадженням мобільних банківських додатків, онлайн-інструментів керування рахунками та послуг цифрових платежів. Ці інновації змінили спосіб доступу клієнтів до використання банківських послуг, а також дозволили банкам працювати ефективніше та з меншими витратами. Одним із найбільш значних впливів фінансових технологій на банківську індустрію стало підвищення доступності фінансових послуг. Мобільні банківські програми, наприклад, дозволили клієнтам отримувати доступ до своїх банківських рахунків, переказувати кошти та оплачувати рахунки з будь-якого місця в будь-який час без необхідності відвідувати фізичне відділення.

Це значно покращило зручність і доступність банківських послуг, особливо для клієнтів, які живуть у віддалених районах або мають труднощі з доступом до фізичних банківських відділень. Так само онлайн-інструменти керування рахунками дозволили споживачам послуг керувати своїми банківськими рахунками онлайн без необхідності відвідувати відділення банку. Це дозволило клієнтам переглядати баланси своїх рахунків, відстежувати свої транзакції та налаштовувати автоматичні платежі та перекази – усе це зручно за допомогою комп'ютера чи мобільного пристрою.

Фінтех-інновації також значно підвищили ефективність банківських операцій. Наприклад, використання технології блокчейн дозволило банкам обробляти транзакції швидше, безпечніше та з меншими витратами. Ця технологія дозволяє банкам зберігати та обмінюватися даними децентралізованим і безпечним способом, що зменшує потребу в посередниках і дозволяє швидше обробляти транзакції. Подібним чином фінансові технології дозволили банкам автоматизувати багато своїх процесів, наприклад затвердження кредитів і керування рахунками, що значно скоротило час і витрати, необхідні для обробки цих транзакцій. Фінансові технології також дозволили банкам надавати більш персоналізовані послуги своїм клієнтам. Аналізуючи дані клієнтів, банки можуть налаштовувати свої послуги відповідно до конкретних потреб кожного окремого клієнта. Наприклад, банки можуть використовувати аналітику даних, щоб ідентифікувати клієнтів, які, ймовірно, не виплатять свої кредити, і можуть пропонувати цим клієнтам персоналізовані плани погашення, щоб допомогти їм уникнути дефолту. Також фінансові технології дозволили банкам пропонувати більш цілеспрямовані маркетингові кампанії, які можуть допомогти їм ефективніше залучати та утримувати клієнтів.

Водночас, фінтех-інновації посилили конкуренцію в банківській галузі. Цифрові банки та інші фінтех-компанії стали конкурентами традиційним банкам, пропонуючи подібні послуги з нижчою ціною та більшою зручністю. Це змусило традиційні кредитні установи адаптуватися до нових ринкових умов, впроваджувати інновації та вдосконалювати свої послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними. Посилення конкуренції також призвело до впровадження нових фінансових продуктів і послуг, таких як однорангове кредитування, платформи краудфандингу та робо-консультанти.

Нарешті, фінтех-інновації покращили прозорість банківської галузі: надаючи клієнтам доступ до своїх рахунків онлайн і керуючи ними, фінтех покращив видимість і підзвітність банків. Клієнти можуть легко переглядати баланс своїх рахунків, відстежувати свої транзакції та відстежувати свої комісії та збори, що полегшило клієнтам ідентифікацію та повідомлення про шахрайські дії чи помилки.

Окрім впливу на банківську галузь, фінтех-інновації також змінили ефективність фондового ринку. Платформи для онлайн-торгівлі, алгоритмічна торгівля та технологія блокчейн сприяли підвищенню ефективності фондового ринку. Фінтех-інновації значно підвищили доступність фондового ринку. Платформи онлайн-торгівлі, такі як Robinhood, E-Trade і TD Ameritrade, дозволили окремим особам купувати та продавати акції та інші цінні папери онлайн, не звертаючись до традиційного брокера [2]. Це значно зменшило бар'єри для входу на фондовий ринок для осіб, які хочуть інвестувати у фондовий ринок, дозволяючи більшій кількості людей брати участь і отримувати вигоду від потенційних прибутків фондового ринку. Вони також підвищили ефективність операцій на фондовому ринку. Наприклад, алгоритмічна торгівля дозволила інвесторам швидко й ефективно здійснювати угоди, використовуючи складні алгоритми для аналізу ринкових даних і автоматичного здійснення угод. Це значно скоротило час і витрати, необхідні для здійснення угод, а також підвищило точність і ефективність інвестиційних рішень. Подібним чином використання технології блокчейн дозволило фондовому ринку обробляти транзакції більш ефективно та безпечно. Забезпечуючи децентралізовану та безпечну обробку транзакцій, технологія блокчейн зменшила потребу в посередниках, таких як клірингові центри та зберігачі, і дозволила проводити транзакції швидше та з меншими витратами.

Фінтех-інновації також дозволили фондовому ринку надавати більш персоналізовані послуги інвесторам. Робоконсультанти, наприклад, використовують алгоритми для аналізу стійкості інвесторів до ризику, інвестиційних цілей та інших факторів, а також надають персоналізовані інвестиційні рекомендації та послуги з управління портфелем. Відтепер інвестори отримують більш індивідуальні інвестиційні поради та підтримку без необхідності платити високі збори, пов'язані з традиційними фінансовими радниками: робоконсультанти стали конкурентами традиційним брокерським фірмам, пропонуючи подібні послуги з нижчою ціною та більшою зручністю. Це змусило традиційні брокерські фірми адаптуватися до нових ринкових умов, впроваджувати інновації та вдосконалювати свої послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Хоча фінтех-інновації змінили ефективність і доступність банківських та інвестиційних послуг, вони також створили нові ризики та виклики для галузі, які включають загрози кібербезпеці, занепокоєння щодо конфіденційності даних, регуляторні проблеми та необхідність збалансувати інновації та регулювання. Оскільки фінансові послуги все більше переміщуються в Інтернет, загрози кібербезпеці стали серйозною проблемою для банків, інвестиційних компаній та інших фінансових установ. Хакери та інші кіберзлочинці постійно шукають способи використовувати вразливості в фінтех-системах, викрадати конфіденційну інформацію та зірвати фінансові транзакції.

Загалом, фінтех-інновації значно вплинули на ефективність банківських і фондових операцій, зробивши фінансові послуги більш доступними, ефективними, персоналізованими та прозорими. Фінтех значно покращив загальний досвід клієнтів, що, в свою чергу, має потенціал суттєво трансформувати банківську та фондову галузі. Зокрема, використання технологій може значно підвищити ефективність, зменшити витрати та надати клієнтам кращі послуги. Проте, фінтех-компаніям необхідно подолати виклики, пов'язані з безпекою, регулюванням і довірою клієнтів.

Перелік використаних джерел:

1. Сюй Дж. Майбутнє та фінансові технології. WORLD SCIENTIFIC, 2022. URL: <https://doi.org/10.1142/12686> (дата звернення: 21.03.2023).
2. Sette M. L. Robinhood vs. TD ameritrade. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/robinhood-vs-td-ameritrade-4587956> (дата звернення: 21.03.2023).

СЕКЦІЯ 6
СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ – КАТАЛІЗАТОР ЧИ
СТРИМУВАЧ ПРОГРЕСИВНИХ ЗМІН У ВІТЧИЗНЯНІЙ
ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ?

УДК 368.02:368.5

Петрик Анастасія
студентка групи ПФс-32
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Anastasiia Petryk
Student of the group PFs-32
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ЗМІНА ПРАВИЛ ГРИ В
УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ
INSURANCE MARKET OF UKRAINE: CHANGING RULES OF
THE GAME IN WARTIME CONDITIONS

Майже всі сфери життя із початком військової агресії в Україні зіткнулися із необхідністю вирішувати проблеми, з якими вони не стикалися раніше, а якщо і стикалися, то однозначно не в таких масштабах. Ринок страхування не став виключенням.

Неминучим наслідком кожної війни є руйнування та збитки. В свою чергу, страхування є саме тим механізмом, який, як правило, покликаний забезпечити компенсацію та відшкодування збитків. Однак із будь-яких правил є виключення і для страхування таким виключенням є війна.

Безумовно, положення договорів страхування різних страхових компаній щодо питань війни відрізняються і в кожному окремому випадку необхідно вивчати умови конкретного договору. Однак зазвичай усі договори страхування, в тому чи іншому вигляді, містять положення про те, що збитки завдані внаслідок воєнних дій не є страховим випадком [1].

У страхуванні принципи угоди повинні виконуватися незважаючи на обставини. Усі договори, укладені до і після 24 лютого, виконуються, попри запровадження воєнного стану та форс-мажорні обставини [2].

Ринок страхування продовжує працювати, проте більшість страховиків організували свою роботу, здійснивши евакуацію співробітників у більш безпечні регіони, забезпечивши віддалену роботу персоналу, збереження технічних засобів та баз даних. Про це свідчать результати опитування страховиків, проведеного Національним банком України у березні 2022 року. Водночас страхові компанії зіткнулися з серйозними викликами.

На сьогодні важко кількісно оцінити втрати страхового ринку, пов'язані з впливом війни, проте вони, беззаперечно колосальні. У першу чергу, військовий конфлікт загрожує

значним падінням платежів, яке на сьогодні у значній кількості страховиків уже становить 50 – 90%. Крім того спостерігається тенденція до зменшення кількості повноцінно діючих страхових компаній [3]. Проведено результати опитування страховиків-учасників Асоціації «Страховий Бізнес» щодо їх діяльності в умовах воєнного часу (рис. 1).

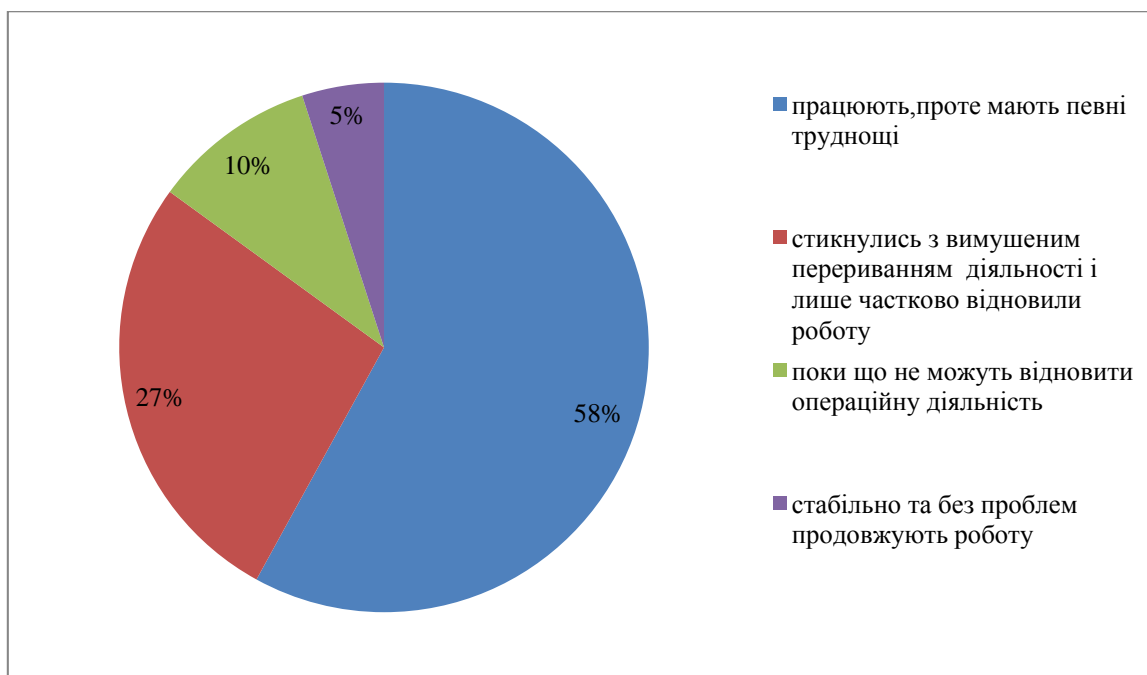


Рисунок 1. Результати опитування страховиків-учасників Асоціації «Страховий Бізнес» щодо їх діяльності в умовах воєнного часу

Сьогодні на ринку нон-лайф працює 132 страхові компанії. З них 25 страховиків, на які припадає 9% загального обсягу ринку, не надали відповідей щодо діяльності у період війни. 17 страховиків (менше 2% обсягу ринку) заявили, що на час надання відповідей ще не налагодили процес виплати страхових відшкодувань. Усі інші страхові компанії, а це 89% страхового ринку за обсягами діяльності, повідомили, що продовжують працювати, своєчасно і в повному обсязі виконувати власні зобов'язання за договорами страхування та навіть укладати нові договори.

Відповідно до наданих страховиками відповідей 42% страховиків мають проблеми з повним та своєчасним поданням звітності. 25 страховиків, на які припадає 10,5% страхового ринку, зазначають про проблеми з виконанням нормативів. Із них сім найбільших за обсягами діяльності (8,9% ринку) мали проблеми з дотриманням нормативів і до війни, у 2021 році. Фінансова спроможність страховиків у воєнний час прямо залежить від якості та структури їх активів і запасу капіталу у довоєнний період.

На страховому ринку сьогодні працюють 13 страховиків зі страхування життя. Усі вони провадять діяльність, обслуговують клієнтів та здійснюють страхові виплати. Водночас компанії повідомляють про значне зниження надходжень страхових платежів, фіксуються обмеження в діяльності компаній, пов'язані з утрудненнями організації зв'язку та роботи персоналу, ускладненим доступом до офісів та оригіналів документів. Усе це ускладнює здійснення страхових виплат, особливо внаслідок смерті осіб, застрахованих на окупованих територіях.

Водночас, результати опитування показали, що усі компанії потерпають від військових дій на території України. Так, суттєво знизилася обсяги продажів, особливо через роздрібні канали, є багато запитів від клієнтів на відтермінування чергових платежів та розірвання договорів страхування [4].

На даний час страхова система України є нестабільною. Вона зазнала чимало форс-мажорів та попри все продовжує працювати. При докладанні максимальних зусиль держави

та менеджменту страхових компаній можна очікувати доволі позитивний результат у страховому ринку, а також здійснення постійного діалогу з учасниками ринку та оперативного реагування на його потреби.

Є обґрунтовані сподівання, що після закінчення війни страховий ринок повернеться в довоєнний період і буде покращений та модернізований.

Перелік використаних джерел:

1. Що змінюється у страхуванні в умовах воєнного стану? URL: <https://eba.com.ua/shho-zminyuyetsya-u-strahuvanni-v-uovah-voyennogo-stanu/> (дата звернення 15.03.2023)
2. Що відшкодовує страхова і на що розраховувати під час війни застрахованим. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/04/28/686388/> (дата звернення 15.03.2023)
3. Тенденції на страховому ринку України в умовах воєнного часу. URL: <http://surl.li/fmniq> (дата звернення 15.03.2023)
4. Під час дії воєнного стану ринок страхування продовжує працювати – результати опитування. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pid-chas-diyi-voyennogo-stanu-rinok-strahuvannya-prodovjuye-pratsyuvati--rezultati-opituvannya> (дата звернення 15.03.2023)

УДК 368

Пікус Руслана

кандидат економічних наук, професор
професор кафедри страхування, банківської справи та ризик-менеджменту
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна

Ruslana Pikus

PhD (Economics), Professor
Professor of the Department of Insurance, Banking and Risk Management
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine

РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ З ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ DEVELOPMENT OF FINANCIAL SERVICES FROM INTERNET INSURANCE

Страховий ринок є одним із найважливіших сегментів ринку фінансових послуг. Сучасні виклики щодо розвитку ринку фінансових послуг і страхового ринку є закономірним наслідком світових глобалізаційних процесів, а також проникнення інформаційних технологій в усі сфери економіки і суспільства. В цих умовах особливого значення набувають інтернет-технології, які дозволяють суттєво прискорити обмін інформацією і фінансовими потоками. Особливо гостро проблема віртуального страхування постала у період спалаху пандемії COVID-19, а також війни, коли більшість страхових компаній у реальному часі не могла обслуговувати клієнтів взагалі або значно обмежувала кількість клієнтів, яких могла прийняти за певний проміжок часу.

Інтернет-страхування, як відповідь страхового ринку на сучасні виклики, є позитивною рисою розвитку страхування в світі, оскільки дозволяє зменшити собівартість страхового продукту, сприяє зростанню довіри суспільства до системи страхових відносин в умовах підвищеної ризикогенності. Розвиток Інтернет-страхування в Україні дозволить поглибити міжнародне співробітництво в усіх сферах економіки і, як наслідок, наблизити процеси самого ринку до найкращих світових стандартів.

Становленню і розвитку фінансових послуг з Інтернет-страхування присвячено чимало наукових публікацій та видань. Дослідженням цього питання займалися такі вітчизняні вчені та науковці як Ерастов В.І., Моташко Т.П., Приказюк Н.В., Михайловська

І.М., Свешнікова К.Т. Спіцина Н.М. та ін. Серед зарубіжних авторів слід виділити праці А. Operkent . Здобутки вказаних вчених мають теоретичне та практичне значення і стали основою для проведення подальших досліджень з питання вдосконалення фінансових послуг з Інтернет-страхування.

В умовах сучасних викликів розвиток Інтернет-страхування набуває особливих рис, і, як наслідок, виникає потреба подальшого опрацювання зазначеної наукової проблематики з точки зору характеристики сучасних тенденцій його розвитку, особливо в розвинених країнах, можливостей імплементації їх позитивного досвіду в українську практику.

Метою публікації є визначення напрямків вдосконалення фінансових послуг з Інтернет-страхування на основі дослідження теоретичних основ та сучасної практики їх впровадження.

У результаті проведеного дослідження отримано висновки щодо економічної сутності поняття «інтернет-страхування», визначена процедура та основні етапи інтернет-страхування, охарактеризовано основні тенденції розвитку фінансових послуг з інтернет-страхування в розвинених країнах і в Україні, з'ясовано його переваги і недоліки, а також окреслено перспективні напрямки вдосконалення фінансових послуг з інтернет-страхування.

Інтернет-страхування являє собою комплексну взаємодію між страховою компанією та клієнтом, яка полягає у процесі продажу страхового продукту, його обслуговуванні та виплаті страхового відшкодування безпосередньо через мережу Інтернет.

Етапами Інтернет-страхування слід вважати: вибір страхового продукту, розрахунок страхового тарифу, страхової суми та вартості додаткових послуг, заповнення відповідної форми та оформлення замовлення, оплата страховки за допомогою банківської карти, отримання страхового поліса на електронну пошту або будь-яким доступним способом [2].

У розвинутих ринкових країнах Інтернет-страхування розвивається швидкими темпами і має значний потенціал. Зростання ринку Інтернет-страхування пов'язане із підвищенням попиту на системи самообслуговування. Відмова від додаткового персоналу та забезпечення автономності клієнта сприяє зменшенню черг та часу, що безумовно є позитивним аспектом [3].

Кількість страховиків, що використовують Інтернет-страхування, поступово зростає впродовж останніх років. Страхові компанії України здійснюють онлайн-продаж лише окремих видів страхових продуктів. Страхові послуги, які пропонують страховики через мережу Інтернет в Україні, включають майнове, особисте страхування та страхування відповідальності. При цьому, найбільшою популярністю в Україні серед продажів через Інтернет користуються такі продукти як страхування цивільно-правової відповідальності власників автотранспортних засобів, туристичне страхування, медичне страхування, страхування від нещасних випадків, страхування майна фізичних осіб і частково страхування автомобілів по КАСКО. Визначено, що лідерами на ринку Інтернет-страхування в Україні є страхові компанії «ARX» та «ВУСО».

Використання Інтернет-мережі у страхуванні має низку переваг як для страхувальника, так і для страховика. Для страхувальника основною перевагою є значна економія часу та коштів, можливість переглядати стан свого страхового обслуговування не виходячи з дому. Для страховика це відповідно менші витрати на адміністрування договорів страхування, географічна диверсифікація страхових продуктів компанії та нові можливості просування страхових послуг на ринок. До основних недоліків Інтернет-страхування віднесено: необхідність значних інвестицій на перших етапах, високі вимоги до апаратного забезпечення та захисту інформації [4].

Основним стримуючим фактором щодо повноцінного розвитку Інтернет-страхування в Україні слід вважати відсутність чіткого нормативно-правового регулювання.

Серед основних напрямків щодо вдосконалення Інтернет-страхування в Україні слід виокремити використання засобів залучення клієнтів та підвищення їх страхової культури, використання сучасних технологій та засобів комунікації, спрощення та інтеграція системи онлайн-оплати тощо. З огляду на позитивний досвід впровадження Інтернет-страхування у

зарубіжних країнах також доцільно імплементувати в українську практику створення спеціальних страхових порталів для покращення взаємодії між страховими компаніями та споживачами страхових послуг.

Перелік літературних джерел:

1. Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 № 2155-VIII: Відомості Верховної Ради України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
2. Ерастов В.І. Інтернет-страхування на ринку страхових послуг України: дис. к-та екон. наук: 08.00.08. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2018. 281 с.: веб-сайт. URL http://scc.univ.kiev.ua/upload/iblock/3d8/dis_Erastov%20V.I..pdf
3. Михайловська І. М. Основні підходи до визначення сутності, структури та принципів інтернет-страхування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(3). С. 157-160.
4. Приказюк Н.В., Моташко Т.П. Роль Інтернету в реалізації страхових послуг. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2014. № 3(156) .С. 45-52.

СЕКЦІЯ 7
ЕКОНОМІЧНО ЕФЕКТИВНА ТОРГІВЛЯ: РОЗУМІННЯ СУТІ ТА
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВЕДЕННЯ

УДК 338.439

Артеменко Людмила
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Liudmyla Artemenko
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ЄВРОПЕЙСЬКІ СИСТЕМИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ПРО
НЕБЕЗПЕЧНІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ НА РИНКУ УКРАЇНИ**
**EUROPEAN SYSTEMS TO WARN CONSUMERS ABOUT DANGEROUS
FOOD PRODUCTS ON THE MARKET OF UKRAINE**

Глобалізація світового споживчого простору призвела до об'єднання європейського співтовариства в бажанні реалізувати найголовніше соціальне право людини – доброякісне та безпечне споживання харчової продукції. Оскільки країни ЄС з наполегливою увагою реалізовували головні пріоритети стосовно питань формування правового законодавства в галузі регулювання виробництва продуктів харчування, на нинішній час, їх система безпеки харчових продуктів вважається однією з найкращих у світі.

Одним з перших об'єднань такого спрямування в Європі стала Міжнародна організація зі споживчих досліджень і випробувань (ICRT – International Consumers Research & Testing), яка застосовує практику порівняльних тестувань харчової продукції, що дозволяє національним органам влади сповіщати один одного про небезпечні їстівні товари та координувати споживачів із 46 країн світу, в колі яких перебуває і Україна.

Найбільш затребуваною та цінною процедурою попередження споживачів про небезпеку у сфері продуктів харчування, яка вдосконалювалася на протязі десятиліть з початку її створення у 1979 році, виявилася система RASFF регіонального, національного та європейського рівня (Rapid Alert System for Food and Feed – Європейська система швидкого оповіщення про харчові продукти і корми). До неї приєдналися такі країни як Ісландія, Ліхтенштейн, Норвегія, Швейцарія, в Україні вона запрацювала з 2015 року [1].

На порталі RASFF члени мережі передають Європейській Комісії інформацію про харчовий продукт чи корм, які становлять серйозний і безпосередній ризик для здоров'я та безпеки населення, і в базі даних щотижня оприлюднюється продукція, яка передбачає процедуру по відкликанню з ринків та вилучення її у споживачів. Метою таких звітів є визначення проблем та узгодження посиленних перевірок на кордонах країн Європи, аналіз кількості інцидентів про виявлення неякісних харчових продуктів. Найчастіше харчові ризики полягають у виявленні патогенних мікроорганізмів, пестицидів, важких металів, хімічних речовин.

Динаміка кількості повідомлень про небезпеку щодо харчових продуктів у країнах ЄС за роками

Види повідомлень	2018	2019	2020	2021
Сповідання	1118	1149	1398	1455
Відмова на кордоні	1401	1480	1049	1457

Джерело: [2]

Аналізуючи дані, які наведені в табл.1, зауважимо, що у 2020-2021 рр., порівняно із 2019 роком, кількість повідомлень про неякісні їстівної продукції та значний ризик для здоров'я споживачів зростає на 22 та 27% відповідно. Одночасно зафіксовано зниження випадків про відмову на кордоні у 2020 р. (-30%), що насамперед, пояснюється зменшенням обсягів світової торгівлі під впливом Пандемії COVID-19.

Найбільша кількість сповіщень за роками в історії діяльності RASFF спостерігалась у 2021 році: 4607 – про небезпеку харчових продуктів, 2290 – про невідповідність, 407 – про підозри на шахрайство [3, С. 130], тобто так звана «підміна», розбіжності фактичного і заявленого складу у харчових продуктах. Простежується аналогічна ситуація і онлайн-торгівлі, особливо що стосується дитячого харчування та харчових добавок, що, на нашу думку, свідчить як про динаміку збільшення кількості зазначеної продукції, так і про більш ретельний контроль зі сторони Європейської комісії.

Вітчизняні структури державного ринкового нагляду за якістю та безпечністю продукції завдяки суттєвому її реформуванню (Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів із розгалуженою обласною мережею) у співпраці із RASFF запровадили національну систему, що надає можливість здійснювати обмін даних, які носять переважно попереджувальний характер, забезпечити ефективний моніторинг будь-яких ризиків. На жаль, від компетентного органу виконавчої влади за останній рік надходили інформаційні повідомлення про виявлені харчові небезпеки, які потрапляли до «чорного списку» та вживалися заходи щодо вилучення з обороту внутрішнього ринку даного харчового продукту. Зокрема, доведено до відома споживачів такі випадки попадання неякісної продукції на вітчизняний ринок: сальмонели в курятині з Польщі; патогенних бактерій у великих кількостях в сирах з пастеризованого молока, що експортувались із Франції; гранати, лимони, свіжі огірки та кабачки із перевищеним вмістом нітратів (Туреччина) [4]; наявність кадмію у восьминогах «міні» з Італії; атропіну у кукурудзяному попкорні, токсичних елементів ртуті у тунці (Іспанія); перевищення вмісту свинцю в сушених бананах із В'єтнаму [5]. Головне управління Держспоживслужби в Тернопільській області тільки за декілька місяців 2023 р. проінформувало населення регіону через сайт, соціальні мережі щодо: виявлення високого вмісту небезпечного інгредієнту в печиві (Румунія), перевищення допустимого рівня кадмію у рисі для ризотто (експортер – Італія), високого вмісту алергенного барвника в напої (Франція), продуктів життєдіяльності грибів в арахісі (Бразилія), канцерогенних сполук в пальмовій олії (Республіка Гана) [6].

Таким чином, результативність офіційного контролю та захисних заходів у форматі RASFF знайшли практичне відображення в упередженні значної кількості ризиків, пов'язаних із можливістю спровокувати в українських споживачів серйозні порушення здоров'я, онкологічні захворювання, харчові алергії тощо. Наразі суттєвою проблемою ефективності функціонування зазначеної системи в нашій державі є обробка обсягу інформативних даних, яка надходить від партнерів та потребує належного рівня злагодженості між операторами, узагальнення, інтерпретації щодо прийняття рішення під час поточних подій.

Широкого використання набула нова директива Європейського співтовариства, що акумулювала в собі 40 різних нормативно-правових актів, створивши гармонізовану систему реєстрації, оцінки, здійснення перевірок на дотримання умов виробництва хімічних речовин через оцінку відповідності або ринковий нагляд. Система REACH (Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals – реєстрація, оцінювання та дозвіл для хімікатів) сфокусована на

ідентифікацію чинників і процес керування ризиком від хімікатів, забезпечення високого рівня захисту навколишнього середовища, здоров'я та безпеки населення. Вона набула чинності 1 червня 2007 року, регламент стосується тільки виробників та імпортерів хімічних речовин, які здійснюють свою діяльність в межах ЄС та передбачає сертифікацію хімічної продукції з метою підтвердження її безпеки. Щоб надати бізнес-спільноті час для адаптації виробничого процесу відповідно до вимог, директива поетапно набирала чинності до 2022 року. Завдяки новому підходу, а саме – стратегічній зацікавленості самої індустрії у гарантуванні поставок на ринок хімікатів, які не шкодять здоров'ю людей та безпеці довкілля, створюється стимул для інноваційних розробок та використання безпечніших речовин у виробництві.

В Україні, навіть в умовах війни, з метою забезпечення імплементації нормативно-правової бази в хімічній промисловості відповідно до європейської та реалізації єдиних принципів нової регуляторної політики у сфері безпеки виробництва і використання хімічної продукції у грудні 2022 р. був прийнятий Закон «Про хімічну безпеку та управління хімічною продукцією», де сформульовані чіткі правила роботи за міжнародними стандартами. Передбачено скасування ліцензування виробництва особливо небезпечних хімічних речовин, які не відповідають вимогам ЄС; здійснення суворого контролю обігу хімічної продукції для недопущення потрапляння на ринок товарів, що містять канцерогени та токсичні речовини.

В якості логічного доповнення до вказаного документу, на нашу думку, для реалізації контрольних функцій системи менеджменту безпечності, доречно передбачити цільове державне фінансування на розробку досконалої методології оцінки хімічних ризиків. Одночасно, має бути втілений дієвий механізм особистої відповідальності виробника та продавця, зміни психології, усвідомлення необхідності інтегрованого підходу на всіх етапах агропродовольчого ланцюга щодо впевненості в якості та безпечності продукції, оскільки до 70% токсинів різної природи потрапляють в організм людини з їжею рослинного і тваринного походження [7, С. 168].

Беручи до уваги, що роль харчової промисловості як детермінанти економічного відродження нашої держави після воєнної агресії є непересічною з огляду на її взаємозв'язок із іншими галузями виробництва, а також унікальними перспективами, як одного із локомотивів розвитку національної економіки, висвітлені системи попередження споживачів про небезпечні харчові продукти мають прикладне значення для України. Оскільки практична складова інтеграційних процесів із ЄС є ключовою домінантою комплексного поняття «єдиний нормативний простір», постає завдання узгодженості вітчизняної нормативно-правової системи із базовим технічним регламентом Європейського законодавства.

Розглянуті європейські системи захищеності обігу харчової продукції, базисом яких є відповідні закони, директиви та регламенти, демонструють ефективну дієвість, закладають підґрунтя для створення єдиної інформаційної бази даних, усувають безпековий компонент. Можна стверджувати, що процес подальшого реформування системи захищеності продукції в Україні, забезпечить максимально результативний синергетичний ефект: безпечне продовольство та підтримка здоров'я нації.

Водночас, національний ринок продовольства демонструє імовірні небезпеки, які унеможливають гарантії постачання якісних й безпечних категорій харчової продукції на регіональні ринки, серед яких можна виокремити:

- відсутність нормативної бази, яка б спонукала операторів ринку надавати достовірну інформацію щодо встановлення джерела небезпеки в реалізації концепції «від лану до столу»;
- наявність неточних методів ідентифікації компонентів товару;
- порушення технологічних режимів;
- випадки невідповідності заявленому маркуванню (фальсифікату).

Також погіршує ситуацію заборона на проведення державних перевірок безпечності таких продуктів під час війни, чим користаються недобросовісні виробники. Відповідно,

напрошується висновок про доцільність напрацювання цілеспрямованого комплексу запобіжних заходів та важелів впливу безпосередньо на процес їх створення.

Враховуючи те, що виробництво харчової продукції – це якісний показник, який впливає на загальний рівень продовольчої галузі, тому, у підсумку, усунення потенційних загроз та своєчасне їх вирішення будуть продукувати підвищення, як рівня життя всіх верств населення, так і конкурентоспроможності та престижності продукції на зовнішніх ринках.

Перелік використаних джерел:

1. Системи швидкого сповіщення про непродовольчі товари, що створюють серйозний ризик: URL: http://ec.europa.eu/consumers/archive/safety/rapex/index_en.htm/
2. Європейська Комісія. Річний звіт RASFF 2020, Офіс публікацій, 2021. URL: https://ec.europa.eu/food/safety/rasff-food-and-feed-safety-alerts_en
3. Ємченко І.В. ЗАХОДИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ПРО НЕБЕЗПЕЧНІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ НА РИНКУ ЄС. Товарознавчий вісник: збірник наукових праць. Випуск 15, частина 2. Редкол.: ред. Пахолюк О.В., відп. секретар Передрій О.І. Луцьк, 2022. С. 124-135. URL: <http://tovvisnik.lutsk-ntu.com.ua/index.php/tovvisnik/article/view/236/206>
4. Головне управління Держпродспоживслужби в Івано-Франківській області URL: <https://lfr.if.ua/derzhprodspozhivsluzhba-informuye>
5. Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <https://www.gudpss-zp.gov.ua/?page=news&id=2149>
6. Головне управління Держспоживслужби в Тернопільській області. URL: <https://new.dpss-te.gov.ua/> https://www.facebook.com/Dpssternopil/?locale=uk_UA
7. Сирохман І. В. Сучасні проблеми безпеки і якості харчових продуктів. Огляд. Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. 2014. Вип. 14. С. 168-171.

УДК 620.92:66.045.3:624.131.6

Балабан Степан

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри конструювання верстатів, інструментів і машин
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Каспрук Володимир

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри будівельної механіки
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Stepan Balaban

PhD (Engineering), Docent
Associate Professor of the Design of Machine Tools, Instruments and Machines Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Volodymyr Kaspruk

PhD (Engineering), Docent
Associate Professor of Construction mechanics Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ПОВТОРНЕ ВИКОРИСТАННЯ ТЕПЛА ВІДПРАЦЬОВАНИХ
ТЕХНОЛОГІЧНИХ ГАЗІВ ЯК ЗАСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКОЛОГО – ЕКОНОМІЧНОЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ УСТАНОВОК
REUSE OF HEAT FROM EXHAUST PROCESS GASES AS A MEANS OF
INCREASING THE ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF POWER
GENERATING UNITS**

В останні десятиліття глобальні зміни клімату вважаються однією з найважливіших проблем, які необхідно вирішувати людству. До основних причин таких змін відносять збільшення парникових газів в атмосфері Землі та теплове забруднення довкілля. Координації зусиль по боротьбі з цими явищами присвячується робота кліматичних самітів. Особливе місце серед них займають саміти у Кіото та Глазго. Результатом роботи Кіотського кліматичного саміту є підписання міжнародної угоди про обмеження висидів в атмосферу парникових газів – «Кіотського протоколу». Головна мета угоди: стабілізація рівня концентрації парникових газів в атмосфері на рівні, який не допускав би небезпечного антропогенного впливу на кліматичну систему планети. Кіотський протокол передбачає торгівлю сертифікатами на викиди парникових газів. Учасники кліматичного саміту у Глазго затвердили спільну декларацію – «Кліматичний пакт Глазго», який зобов'язує скорочувати використання викопних видів палива, і зокрема вугілля, як найбільш руйнівного для екології.

Кількість викидів парникових газів оцінюють у CO₂ еквіваленті. За одиницю вимірювання рекомендовано використовувати вуглецеву квоту, яка рівна викидам однієї тони вуглекислого газу. Для збільшення економічної зацікавленості об'єктів господарювання у зменшенні викидів парникових газів і використання викопних видів палива на території ЄС діють правила міжнародної торгівлі вуглецевими квотами. У випадку скорочення викидів парникових газів в атмосферу об'єкт господарювання отримує можливість продавати невикористані вуглецеві квоти.

Одним з найбільш ефективних і простих методів економії вуглецевих квот є повторне використання тепла відпрацьованих технологічних газів [1,2,3]. Запропоноване технологічне рішення дозволяє одночасно скоротити використання енергоносіїв і зменшити теплове забруднення довкілля. Повторно використовувати тепло відпрацьованих технологічних газів можна шляхом охолодження їх у теплообміннику з одночасним нагріванням у даному теплообміннику атмосферного повітря, яке необхідно подавати у енергогенеруючу установку. В результаті охолодження 1м³ відпрацьованих технологічних газів на 10⁰К виділяється 13кДж теплової енергії [4].

Кількість органічного палива, яку необхідно спалити щоб одержати таку кількість теплової енергії залежить від його теплотворної здатності. Теплотворна здатність деяких видів палива і процентний вміст вуглецю у ньому наведені у таблиці №1 [5]. Склад і властивості природного газу змінюються у дуже великому діапазоні. Тому для розрахунків обрано природний газ з параметрами: густина сухого газу $\rho=0,78\text{кг/м}^3$; теплотворна здатність $Q_H=33100\text{кДж/м}^3=42435\text{кДж/кг}$; склад сухого газу CH₄ - 91,6%; C₂H₆ – 1,6%; C₃H₈ – 0,8%; C₄H₁₀ – 0,4%; C₅H₁₂ – 0,2%; CO₂ – 0,6%. Враховуючи атомну масу вуглецю і водню визначаємо, що сумарний вміст вуглецю у вуглеводневих сполуках що входять до складу обраного природного газу становить 71,8%.

Обчислення кількості органічного палива для одержання необхідної кількості тепла Q₀ використовуємо формулу:

$$m = Q_0 / Q_H \quad (1)$$

Підставляючи у рівняння (1) теплотворну здатність приведених у таблиці №1 енергоносіїв, визначаємо їхню масу, необхідну для одержання 13 кДж теплової енергії. Отримані результати розрахунків приведені у таблиці №1.

Під час проведення розрахунків кількості вуглекислого газу, що виділяється в результаті спалювання необхідної кількості органічного енергоносія враховуємо, що за умов повного окислення, при спалюванні 1 кг вуглецю утворюється 3,67 кг вуглекислого газу [7]. У такому випадку кількість викидів вуглекислого газу m_{CO_2} при спалюванні m органічного енергоносія обчислюємо за формулою:

$$m_{CO_2} = \frac{3,67 mn}{100}, \quad (2)$$

де n – процентний вміст вуглецю у робочій масі конкретного органічного енергоносія.
Отримані результати розрахунків приведені у таблиці 1.

Таблиця 1

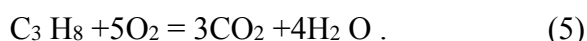
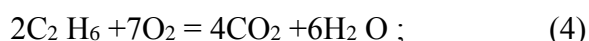
Кількість окремих видів органічного палива і вуглецевих квот необхідних для одержання 13кДж теплової енергії

Енергоносій	Вміст вуглецю, n , %	Теплотворна здатність, Q_n , кДж/кг	Маса енергоносія, $m \times 10^{-4}$, кг	Маса CO_2 , $m_{CO_2} \times 10^{-4}$, кг
Природний газ	71,8	42435	3,06	8,06
Кам'яне вугілля	69,8	20265	6,42	16,45
Буре вугілля	23	12603	10,32	8,71
Торф	57,8	10719	12,12	25,71
Дрова (дуб)	50,7	13124	9,91	18,44
Дрова (тополя)	48,8	9001	14,44	25,86
Солома (пшенична)	40	18000	7,22	10,6

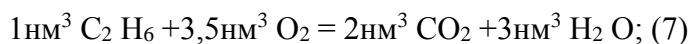
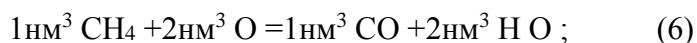
Таким чином, за умов спалювання у енергогенеруючій установці природного газу, в результаті охолодження 1 м³ відпрацьованих технологічних газів на 10⁰К і поверненні отриманого тепла у технологічний процес можна скоротити використання енергоносія на 3,06×10⁻⁴ кг і зменшити викиди вуглекислого газу в атмосферу на 8,06×10⁻⁴кг. Аналогічний прогноз можна зробити для інших видів палива.

Як відомо, антропогенні парникові гази, що викидаються енергогенеруючими установками в яких утилізуються відходи біомаси, сміття, енергія стічних вод та інших відновлюваних органічних енергоносіїв не регулюються Кіотським протоколом [5].

За повного згоряння газоподібного палива основна маса вуглекислого газу утворюється в результаті хімічних реакцій окиснення метану (CH₄), етану (C₂H₆) і пропану (C₃H₈):



Рівняння (3) - (5) можна переписати так:



де, нм нормальний метр кубічний газу за тиску 1 атм і температурі 0°С

До таких енергоносіїв відносять відходи деревини і соломи. Таким чином всю теплову енергію одержану в результаті їх спалювання можна перераховувати як економію вуглецевих квот.

Для прикладу використання результатів приведених розрахунків проведемо аналіз очікуваного екологічного і економічного ефекту від реалізації охолодження відпрацьованих технологічних газів печі А2ШБГ. Для технологічних потреб у печі спалюють природний газ. В умовах оптимального режиму роботи з печі виділяється в атмосферу відпрацьований технологічний газ в кількості $L=1955\text{м}^3/\text{год}$ з температурою $T_1=433^0\text{К}$. Використання

пластинчатого протитокового теплообмінника «повітря - повітря» з поверхнею теплообміну $F=25\text{м}^2$ дозволить охолодити дану кількість відпрацьованих технологічних газів до температури $T_2=313^0\text{К}$ [6].

З урахуванням вище викладеного для обчислення кількості M зекономленого природного газу в результаті повторного використання отриманої теплової енергії використовуємо формулу:

$$M = \frac{mL(T_1 - T_2)}{10} = 3,06 \times 10^{-4} \times (433 - 313) / 10 = 7,18 \text{кг/год}, \quad (9)$$

Для обчислення економії викидів вуглекислого газу використовуємо формулу:

$$M_{CO_2} = \frac{m_{CO_2}L(T_1 - T_2)}{10} = 8,06 \times 10^{-4} \times 1955 \times (433 - 313) / 10 = 18,9 \text{кг/год}, \quad (10)$$

Таким чином, на протязі 53 годин роботи системи повторного використання тепла відпрацьованих технологічних газів на печі А2ШБГ дозволить зменшити викиди вуглекислого газу на 1 тону, що рівне одній вуглецевій квоті. При цьому економія природного газу становитиме 380 кг або 488 м³.

Аналогічні розрахунки можна виконати для процесу згоряння інших видів органічних енергоносіїв.

Перелік використаних джерел:

1. Особливості використання утилізації тепла на енергозатратному обладнанні підприємств первинної переробки сільськогосподарської продукції / С. М. Балабан, М. І. Дуда // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-технічної конференції присвяченої пам'яті професора Гевка Б. М. «Проблеми теорії проектування та виготовлення транспортно – технологічних машин», 23-24 вересня 2021р. Тернопіль: 2021. С.45.

2. Обґрунтування вибору схеми рекуперації тепла відпрацьованих технологічних газів на підприємствах / І. Я. Стадник, С. М. Балабан, В. Б. Каспрук, А. В. Деркач // Екологічна безпека держави: тези доповідей Другого всеукраїнського круглого столу, м. Київ, 15 грудня 2021 року/ редкол. О. С. Волошкіна та ін. К.: ІТТА, 2021. С.120-123. № 619285-ЕРР-1-2020-1-FI-ЕРРКА2 СВНЕ-JP (15.11.2020 – 14.11.2023).

3. Про деякі особливості впровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах переробної та харчової промисловості / С. М. Балабан, В. Б. Каспрук // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 90 – річчю від дня народження професора Рибак Тимотія Івановича та 60-річчю кафедри технічної механіки та сільськогосподарських машин «Процеси, машини та обладнання агропромислового виробництва: проблеми теорії та практики», 29-30 вересня 2022 р. Тернопіль: 2022. С. 81-82.

4. Stadnyk I., Balaban S., Kaspruk V. and Derkach A. (2022). Assessment of economic expediency of heat utilization technology use at food industry enterprises. Galician economic journal, vol. 77, no 4, pp. 7-12.

5. Косинчук О. В. Визначення зменшення викидів парникових газів за рахунок використання відновлюваних джерел енергії / О. В. Косинчук, Г. Г. Кондратюк, Н. М. Козлова, Є. Г. Новицька // Журнал «Наукоємні технології» Том 5. № 1. 2010. С. 98-102.

6. Про особливості моделі розрахунку оптимального режиму рекуперації тепла відпрацьованих технологічних газів / С. М. Балабан, В. Б. Каспрук // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-технічної конференції, присвяченої пам'яті професора Шаблія Олега Миколайовича та 60-річчю кафедри теоретичної механіки «Математичні методи та моделі технічних і економічних систем», 22-23 листопада 2022 р. Тернопіль: 2022. С. 108-110

Бурліцька Оксана
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

Oksana Burlitska
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Industrial Marketing Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ІНСТРУМЕНТІВ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГУ CLASSIFICATION SIGNS OF TRADE MARKETING TOOLS

На ринку ведеться постійна боротьба між підприємствами, в якій перемогу отримує той, хто ефективно планує, реалізує та вимірює результати маркетингової діяльності. Для отримання більшого прибутку та задоволення потреб клієнтів підприємства застосовують механізм трейд-маркетингу. Це поняття мало досліджене українськими науковцями та недостатньо використовується сучасними виробниками та ритейлом.

Сьогодні інструменти трейд-маркетингу широко використовують практично всі компанії FMCG-ринку – як виробники, так і посередники. Але тільки невелика кількість із них робить це максимально ефективно. Комплексне завдання торгового маркетингу полягає не тільки у підтримці продажів на рівні ритейлу (мерчандайзинг і BTL), а й у розвитку дистрибуції та забезпеченні ефективного функціонування всього маркетингового каналу. Застосування інструментів трейд-маркетингу націлене на підвищення доступності товару для покупців, поліпшення можливостей його реалізації та комплексне підвищення інформаційної ефективності в рамках маркетингового каналу. Українськими науковцями та практиками в економічній сфері недостатньо досліджено систему інструментів трейд-маркетингу. Оскільки сьогодні трейд-маркетинг стає одним із провідних напрямів маркетингу, виникає необхідність розширення розуміння цього поняття, розроблення класифікаційних ознак інструментів даного засобу для ефективнішого використання та впровадження у сфері стимулювання збуту як виробничими, так і торговими підприємствами.

Учені розглядають трейд-маркетинг й як ефективний засіб для збільшення попиту та поліпшення показників збуту в торговельній мережі, й як спосіб становлення бренду та забезпечення сталих конкурентних позицій виробника на ринку [1].

Торговий маркетинг (Trade Marketing) – це комплекс технологій маркетингу, застосовуваних протягом усього життєвого циклу товару для здійснення впливу на трьох учасників ринку: торгового персоналу усіх гравців маркетингового каналу, торгових посередників та споживачів, а також це можливість доповнити систему управління підприємством економічно ефективною функцією, яка забезпечить постійне повернення інвестицій і виступить у ролі постійного джерела ідей для зростання продажів [2].

Трейд (торговий) маркетинг – це комплекс заходів, спрямованих на вивчення і задоволення потреб споживачів проміжної торговельної ланки (дистриб'юторів, дилерів тощо), а також стимулювання кінцевих споживачів у місцях продажу.

Торговий маркетинг відрізняється від споживчого маркетингу лише об'єктом, тобто в першому випадку комплекс маркетингу спрямований на вивчення і задоволення потреб учасників каналу розподілу, а в другому випадку – безпосередньо на кінцевого споживача. Це означає, що трейд-маркетинг розглядає покупця своєї продукції як споживача, беручи до уваги, що головна мета будь-якої торгової ланки – отримання максимального прибутку. Головна ж мета трейд-маркетингу – забезпечити міцне становище торгової марки на ринку, «проштовхнути» товар через торговельну мережу (канали) до споживача.

Саме споживач є тією особою, який обирає конкретний товар у роздрібному продажі, і для того, щоб гарантувати вибір якогось конкретного товару, потрібно комунікувати його переваги на кількох рівнях.

Простими словами це торговий маркетинг, що включає в себе сукупність інструментів, механізмів і дій, за допомогою яких можна досягти збільшення продажів, залучення нових клієнтів, уваги і впізнаваності бренду. Щоб краще розібратися в понятті «трейд-маркетинг» варто розглянути його інструменти [3]:

Залежно від місця розташування виділяють такі інструменти трейд-маркетингу.

1. Зовнішні інструменти: вибір місця розташування магазину, беручи до уваги відстань до зупинок громадського транспорту, доступності, наявності паркінгу; направлення покупця від зупинки (паркінгу) до торговельного об'єкта за допомогою білбордів, указівників та інших елементів зовнішньої реклами; розміщення вивісок, оформлення вітрин та фасаду точки продажу.

2. Внутрішні інструменти: оформлення торговельного об'єкта, шлях до товару та його розміщення на полицях; застосування нейромаркетингу (аудіо- та аромаркетингу, якому сприяють власні пекарні та кондитерські відділи); розміщення POS-матеріалів; персоналізація товару (напис на пакувальному пакеті, на стаканчику з кавою (Starbucks), унікальна упаковка ТМ (Coca-Cola) тощо) допомагає у створенні позитивного іміджу компанії та збільшенні лояльності клієнтів.

3. Online- інструменти: розміщення акційних пропозицій; можливість замовити продукти через Інтернет; індивідуалізація клієнта – визначення нагальних потребі переваг клієнта завдяки анкетуванню та попереднім замовленням.

Залежно від місця об'єкта впливу виділяють такі інструменти трейд-маркетингу:

1. Бонусні програми: знижки (на заздалегідь обумовлених індивідуальних умовах; під час закупівлі одноразово; під час виконання плану; сезонні); командні бонуси; лотереї (маркетингові дії для винагородження чи заохочення оптових покупців, які дають можливість продати більшу кількість продукту за трохи зниженою ціною, що в результаті дає більший дохід та встановлення довготривалих відносин із покупцем; також таким чином продається непопулярний або залежаний продукт).

2. Програми лояльності: бонусні (сертифікати; премії; кешбек); дисконтні (знижки; купони; акційні пропозиції; конкурси, ігри та лотереї). (маркетингові дії для винагородження чи заохочення споживачем, які допомагають залученню нових покупців, що можуть отримувати ексклюзивні знижки в рамках програми лояльності, а також сприяють установленню довірливих відносин зі споживачем за рахунок надання спеціальних акцій. Програмами лояльності можна користуватися в рамках конкретної торгової точки/мережі).

3. Демонстрації продукту та дегустації (безоплатне надання продукту для тестування з метою опитування та отримання реакції покупців задля подальшого використання отриманих даних для поліпшення продукту; також привертання уваги до продукту з метою збільшення попиту на нього).

4. Мерчандайзинг: викладка продукції на полицях; розташування рекламних матеріалів у місці продажу; демонстрація новинок товарів (складова частина маркетингової діяльності, спрямована на привертання уваги споживачів та забезпечення максимально ефективного просування товару на рівні роздрібною торгівлі за рахунок емоційних (спонтанних) покупок).

Залежно від постачальника виділяють такі інструменти трейд-маркетингу:

1. Продажі товарів власної торгової марки (Private Label). Розроблена та ексклюзивно представлена ТМ певної торговельної мережі. Відмінності продукції під ВТМ: доступність і економія для покупця, впізнаваний дизайн упаковки, продукція від перевірених виробників, з якими торговельна мережа працює унапрямі «власна торгова марка» протягом багатьох років. Ціна на продукцію під ВТМ на 5–10% нижче, ніж на аналогічні товари економічного цінового сегмента.

2. Продажі товарів власного імпорту. Продукти популярних іноземних виробників,

відібрані фахівцями торговельної мережі. Відмінності продукції: потрапляють від іноземного виробника відразу на полиці супермаркетів, без посередників, завдяки чому споживач купує імпортовані продукти за найкращою ціною.

3. Еко-тренд у торгових мережах. Продажі екологічно чистої продукції від надійних постачальників або високоякісна продукція власного виробництва. Відмінності продукції: висока якість, екологічна чистота, відносно висока ціна.

4. Продажі товарів торгових марок виробників.

Розроблені та представлені виробниками ТМ. Відмінності продукції під ТМ виробника: гарантована якість, упізнаваний дизайн упаковки, широкий та глибокий асортимент, відносно висока ціна на продукцію в результаті потужної маркетингової підтримки у ЗМІ та ритейлі.

Це мала частина всіх інструментів, які використовує трейд-маркетинг, але саме вони трапляються найчастіше в повсякденному житті. Також будь-який інструмент трейд-маркетингу має перед собою чітко поставлену мету.

Одними із найголовніших завдань трейд-маркетингу є привернення уваги та збільшення продажів. Але крім цих існують ще безліч завдань, деякі з них ми наведемо.

1. Аналіз поведінки цільової аудиторії: аналіз важелів, які впливають на здійснення покупки споживачем; мотивування на повторну покупку; збільшення часу перебування потенційного покупця на сайті.

2. Робота над конкурентоспроможністю: залучення нових і підтримка відносин з постійними клієнтами; повне задоволення потреб покупця.

3. Робота зі збутом: підігрів інтересу і привернення уваги; аналіз цільової аудиторії; створення впізнаваності товару; просування товару або бренду.

4. Технологічна робота: доступність товару; комфорт клієнта на території, де розміщений товар: сайт або магазин.

5. Робота з рекламою: впровадження нових видів реклами; інформаційна підтримка клієнта щодо продукту; розвиток маркетингових комунікацій.

У всьому світі компоненти трейд-маркетингу прийнято розділяти на три групи: стратегічні, оперативні і виконавчі. Але це не означає, що компоненти цих груп абсолютно незмінні. Усе залежить від вашої компанії, саме під неї ви і будете коригувати всі компоненти, а в приклад ми наведемо класичну модель [1].

Стратегічні компоненти: аналітичні дані; сервіс клієнтів; стратегія торгівлі.

Оперативні компоненти: інвестиції; планування та продаж; план розвитку торгівлі.

Виконавчі компоненти: заходи, мета яких вибудувати відносини з покупцями; робота зі споживачами; заходи, спрямовані на збільшення кількості контактів; управління торговими приміщеннями і контентом.

Глибоке розуміння сучасних тенденцій використання трейд-маркетингових інструментів та визначення ефективності трейд-маркетингових кампаній дасть змогу виробникам та підприємствам торгівлі повною мірою задовольняти потреби споживачів, а отже, отримувати прибутки.

Перелік використаних джерел:

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. : для студентів вищ. навч. закл. / Вікторія Вікторівна Божкова, Юлія Миколаївна Мельник. – 2-ге вид, стер. – Київ: Центр учбової літератури, 2018. 200 с.

2. Бурліцька О. П., Голда Н. М. Медіапланування як складова рекламної діяльності. *Středoevropský věstník pro vědu a výzkum* (ISSN 2336-3630) № 4 (2021), Praha, Publishing house Education and Science s.r.o. Pp. 49-55

3. Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2009_649/14.pdf

СЕКЦІЯ 8
МАЙБУТНЄ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: РОЗУМНЕ
УПРАВЛІННЯ, РОЗУМНІ ТЕРИТОРІЇ, РОЗУМНИЙ БІЗНЕС

УДК 338

Вознюк Віктор
заступник директора з розвитку ТОВ «Завод «Ремпобуттехніка»
м. Тернопіль, Україна

Лазарюк Валерій
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри інжинірингу машинобудівних технологій
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Viktor Vozniuk
Deputy Director for Development Factory Rempobuttechnika LTD
Ternopil, Ukraine

Valeriy Lazaryuk
PhD (Engineering), Associate Professor
Associate Professor of the Mechanical Engineering Technology Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ – КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР В ЕКОСИСТЕМІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО, РОЗУМНОГО СУСПІЛЬСТВА
QUALITY OF MANAGEMENT AS A KEY FACTOR IN THE ECOSYSTEM OF
COMPETITIVE, SMART SOCIETY

Упродовж всієї своєї історії людство перебуває в постійних пошуках досконалих методик, технік та інструментів ефективного управління. Шведський професіонал-практик Бенгт Карлоф спільно з дослідником Клодом Джоржем систематизували історію розвитку менеджменту з 5000 р. до нашої ери і до кінця ХХ століття [1]. Так давні шумери започаткували писемність та реєстрацію фактів, а давні єгиптяни визнали необхідність планування, організації, контролю, а також письмових запитів і децентралізації управління [1]. Лише в 1911 році, коли американським професором Харлоу Персоном (Harlow Stafford Person) була організована перша наукова конференція з менеджменту в США, менеджмент отримав наукове визнання.

Якість управління (менеджменту) набуває критичного значення для успішного позиціонування компаній, регіонів, країн в сьогоdnішньому глобалізованому, конкурентному віті. Це стосується як бізнесу, так і державного управління, місцевого самоврядування, роботи громадських, професійних об'єднань та асоціацій.

Основними дійовими сторонами в екосистемі конкурентоспроможного розумного суспільства є:

- 1) освітньо-наукова система – освіта, наука, технологічні парки, дослідницькі центри, які є генераторами наукових надбань, винаходів, інновацій;
- 2) бізнес, підприємництво (мсб), бізнес-асоціації, об'єднання, кооперативи які комерціалізують наукові досягнення країни;
- 3) влада, як центральна, так і місцева, в ролі найнятого модератора управлінських процесів для забезпечення ефективного функціонування всієї екосистеми;
- 4) суспільство, яке вибирає, наймає самих модераторів-управлінців і наділяє їх владними повноваженнями.

Головною критичною дійовою стороною в приведеній системі є влада, саме як модератор і управлінець. Від якості управління ключовими елементами в цій екосистемі

залежить і результат, який дана система здатна буде видати. Демократичне суспільство теж важливий чинник, оскільки обирає владу, але все таки воно не керує. При якісному управлінні, освіта, наука та бізнес, як правило, показують добрі результати.

Можемо назвати ключові компоненти, які визначають здатність бізнесу, громади, суспільства, країни до сильної конкурентоспроможної позиції у світовому співтоваристві, а саме:

1) Візійне лідерство – вміння визначати тренди майбутнього і вже сьогодні готуватися до нього.

2) Запровадження ефективних ланцюгів інновацій – креативу – високопродуктивного та ефективного виробництва або якісних послуг.

3) Системне мислення, системне управління, моделювання динаміки систем дозволяє створювати якісні моделі управління для вирішення складних, комплексних соціотехнічних завдань.

4) Ефективне використання технологій вирішення проблем.

5) Продуктивні процеси розробки, узгодження і прийняття рішень.

6) Якісні методики та інструменти досягнення поставлених цілей.

7) Використання новітніх технологічних розробок і продуктів для підвищення якості управління.

8) Ефективна фінансова система підтримки та розвитку архітектури конкурентоспроможного, розумного суспільства.

Чудовим прикладом неймовірної трансформації суспільства завдяки докорінному реформуванню управління стала повоєнна Японія. Якість управління була визначена основоположним пріоритетом і за двадцять років країна з руїни перетворилася на одну з провідних країн віту, а ще через 10 -15 років стала лідером технологічного розвитку та очільником світового рейтингу інновацій і конкурентоспроможності.

Серед викликів майбутнього можемо назвати наступне:

1) постійно зростаючу швидкість і якість змін в усіх сферах життя;

2) високу турбулентність економічного, політичного, технологічного розвитку;

3) питання забезпечення сталості розвитку, живучості;

4) нагальну потребу реагування на кліматичні зміни;

5) врахування майбутніх технологічних викликів для людини.

Саме якість управління може допомогти ефективно реагувати на ці виклики, а де в чому й перетворити їх на конкурентні переваги шляхом правильного аналізу і адекватного розуміння сьогоdnішнього стану справ та проблем, розробки ефективних рішень та оптимальної гнучкої моделі функціонування.

Також, ключовим елементом успіху є перехід від реактивних стратегій та дій до проактивних, притаманних візійним лідерам майбутнього.

Отже, в Україні є достатня кількість передумов, щоб стати добрим прикладом для застосування світового досвіду в сфері якості управління для кардинальної якісної трансформації і побудови модернової екосистеми конкурентоспроможного, розумного суспільства. При ефективному використанні досвіду інших країн, що пережили значні потрясіння військових конфліктів, за 5-10 років країна може пройти шлях динамічного розвитку, на який інші країни витрачали декілька десятиліть.

Перелік використаних джерел:

1. Карлофф Б. Ділова стратегія / Б. Карлофф ; пер. з англ. Київ : Міноріка, 2004. 239 с.

Кондрацька Лілія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Liliya Kondratska
PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of International Tourism and Hospitality Business
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ГАЛУЗІ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ INSTITUTIONAL FUNDAMENTALS OF THE CREATIVE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

Україна від початку своєї незалежності і до тепер впевнено крокує до створення власної туристичної індустрії, виділивши туризм пріоритетною галуззю розвитку вітчизняної економіки. Однак сучасний розвиток галузі в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч: з одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристичних послуг, скороченням матеріальної бази галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах, а з іншого боку показано високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне зростання кількості числа туристичних організацій по всій території України [1].

Туризм – це надзвичайно багатогранна галузь, яка об'єднує історію, географію, культуру та показує рівень розвитку сучасного суспільства.

Сьогодні стає дуже популярним та дозволяє отримати не тільки незабутні нові емоції, а й назавжди запам'ятати їх новий напрям туризму – креативний. Цей різновид туризму користується великим успіхом і з кожним разом кількість бажаючих провести відпочинок саме таким чином істотно зростає.

Креативний туризм – це подорож, спрямована на отримання зацікавленого і автентичного досвіду, зі спільним навчанням в царині мистецтва, спадщини або особливого характеру простору, і вона забезпечує зв'язок з тими, хто проживає в цьому місці і створює цю живу культуру [1]. Традиційними напрямками мистецтва є вишивка, ткацтво, декоративний розпис, мереживоплетіння, валяння, соломоплетіння, лялька-мотанка, набійка, живопис, гончарство, витинання, гобеленове ткацтво, розпис, різьблення, писанкарство, лозоплетіння, художня обробка металу і шкіри. Відмінною рисою даного виду туризму від традиційного є інтерактивність, ознайомлення з новою культурою, яке відбувається безпосередньо з освоєнням навичок, властивих конкретному регіону. Головним завданням, яке стоїть перед подорожуючими – це повністю зануритися в новий світ, з усіма його звичаями і традиціями, і бути готовим до освоєння різного роду занять. Від опанування навиків Львівської копальні кави, де можна видобувати зерна з надр львівської площі Ринок, харківського клубу гончарства, де можна зануритись в історію наших предків, до Львівської майстерні шоколаду, яка притягує до себе своїми солодкими майстер-класами [2]. Тому розуміючи актуальність галузі та необхідність ще більшої її популяризації серед населення дослідимо інституційне середовище креативного туризму (табл. 1)

Інституційне середовище креативного туризму в Україні

№ з/п	Правовий документ	Визначення
1.	Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р.	<i>визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України у сфері туризму, встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України</i>
2.	Закон України «Про курорти» № 2026-III від 05.10.2000 р.	<i>визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні та спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів, які є надбанням народу України, та їх охорони</i>
3.	Закон України «Про культуру» № 2778-VI від 14.12.2010 р.	<i>визначає правові засади діяльності у сфері культури, регулює суспільні відносини, пов'язані із створенням, використанням, розповсюдженням, збереженням культурної спадщини та культурних цінностей, і спрямований на забезпечення доступу до них</i>
4.	Закон України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III від 08.06.2000 р.	<i>регулює правові, організаційні, соціальні та економічні відносини у сфері охорони культурної спадщини з метою її збереження, використання об'єктів культурної спадщини у суспільному житті, захисту традиційного характеру середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь</i>
5.	Закон України «Про народні художні промисли» № 2547-III від 21.06.2001 р.	<i>регулює правові, організаційні та економічні відносини у галузі народних художніх промислів, визначає статус суб'єктів народних художніх промислів, засади їх діяльності і спрямований на охорону, відродження, збереження та розвиток народних художніх промислів як важливої складової духовної культури українського народу.</i>
6.	Закон України «Про охорону археологічної спадщини» № 1626-IV від 18.03.2004 р.	<i>регулює відносини, пов'язані з охороною археологічної спадщини України – невід'ємної частини культурної спадщини людства, вразливого і невідновлюваного джерела знань про історичне минуле, а також визначає права та обов'язки дослідників археологічної спадщини.</i>

Примітка: сформовано автором на основі [3]

Отож, креативний туризм як новий вид туристичних послуг сприяє стимулюванню соціокультурного розвитку та підйому місцевої економіки, допомагає зберегти звичаї, традиції та спадщину місцевості, створює нові робочі місця для жителів у сфері туризму і в суміжних галузях, формує новий ринок туризму, а також сприяє залученню туристів і просуванню країни на міжнародному рівні.

Перелік використаних джерел:

1. Voronkova Valentina, Maksimenyuk Marina, Nikitenko Vitalina. Humanistic Management in the Context of Philosophic Anthropology : Human Dimension /«Intellectual Archive. Ontario, Kanada, 2016. P.37-48.
2. Баранова К.А. Креативний туризм як інноваційний вид туризму : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні» (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.). Херсон : ХДАЕУ, 2021. 327 с. С.180-182.
3. Туризм. Спадщина. Креативність. Звіт про проведену інвентаризацію ресурсів (активів) спадщини для розвитку креативного туризму та продуктів культури. 2021. URL: <http://www.frgn.mk.ua/wpcontent/uploads/2021/03/zvitInve.pdf>

Кондрацький Віталій

студент групи МЕНзмсв-11
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Гуменюк Юрій

доктор економічних наук, доцент
професор кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Vitalii Kondratskyi

Student of the group MENzmsv-11
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iurii Humeniuk

Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor
Professor of the Department of International Tourism and Hospitality Business
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

РЕАЛІЗАЦІЯ МЕДИЧНОЇ РЕФОРМИ В УМОВАХ ВІЙНИ IMPLEMENTATION OF MEDICAL REFORM IN THE CONDITIONS OF WAR

Розвиток охорони здоров'я є одним з основних показників ефективного розвитку країни, адже інші сфери діяльності не можуть повноцінно розвиватися, якщо система охорони здоров'я знаходиться на низькому рівні.

Внаслідок повномасштабного вторгнення росії на територію України сектор охорони здоров'я став одним із найбільш постраждалих – руйнація медичної інфраструктури, неможливість дотримання норм профілактики та лікування, брак медичних кадрів в деяких регіонах та порушення логістичних зв'язків. Через таке планомірне знищення української медичної інфраструктури з початку вторгнення, заклади охорони здоров'я стикнулися з низкою проблем.

Станом на кінець червня 2022 року було повністю зруйновано 118 об'єктів закладів охорони здоров'я, частково зруйновано – 633 об'єкти різного ступеня руйнування (від 2% до 90%). При цьому, орієнтовна вартість збитків за попередніми підрахунками становила майже 35 млрд. грн. [1].

У таких критичних, напружених і екстремальних умовах воєнного стану сфера охорони здоров'я продовжує і сьогодні працювати, щодня демонструючи приклади справжнього героїзму. Навіть попри війну в Україні продовжується розпочата ще 2017 року медична реформа (рис. 1), зокрема, здійснюється реалізація інфраструктурного етапу.

19 липня 2022 року набув чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення надання медичної допомоги» № 2347-IX від 1 липня 2022 року [3], який передбачає об'єднання мережі закладів охорони здоров'я в кожній області в госпітальний округ, який своєю чергою буде поділений на кластери.

Згідно з нововведеннями, кожен заклад охорони здоров'я матиме визначений функціонал. Базові послуги надаватимуть у загальних лікарнях, якомога ближче до пацієнта, а високоспеціалізовані чи вузькопрофільні – у кластерних (багатопротільні лікарні в межах госпітального округу, які мають забезпечити потребу населення в лікуванні найбільш поширених захворювань) і надкластерних (лікарні, в яких є ресурси та технології для надання медичної допомоги у надскладних або рідкісних випадках захворювань). Такий підхід, серед іншого, передбачає забезпечення медичних закладів тим обладнанням, яке відповідає їхньому рівню надання послуг, щоб ефективніше використовувати ресурси [4].



Рисунок 1. Інфографіка медичної реформи в Україні

Джерело: [2]

Упровадження в Україні медичної реформи сприятиме забезпеченню доступності медичних послуг, зміцненню здоров'я та подовженні тривалості життя населення громадян, створить передумови для розвитку конкуренції в системі охорони здоров'я, збільшить інвестиційну привабливість вітчизняної системи охорони здоров'я та підвищить якісний рівень медичного обслуговування [5].

Отже, сьогодні реформа системи охорони здоров'я в Україні проводиться задля покращення надання медичної допомоги населенню та отримання якісної і вчасної допомоги. Звісно, війна завдала удару по всіх сферах життя, і не завжди вдається втримати встановлену раніше планку, однак дуже важливо пам'ятати, що для перемоги нам потрібні якісні зміни та ефективна держава.

Перелік використаних джерел:

1. Проект Плану відновлення України : матеріали робочої групи «Охорона здоров'я». Національна рада з відновлення України від наслідків війни, 2022. 184 с.
2. Офіційний сайт Міністерства охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/>
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення надання медичної допомоги : Закон України від 01.07.2022 р. № 2347-IX. *Законодавство України* : сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2347-20#Text>
4. Хуторна К. Медицина в умовах війни: як змінилася система охорони здоров'я / Mind. URL: <https://mind.ua/publications/20245779-medicina-v-umovah-vijni-yak-zminilasya-sistema-ohoroni-zdorov-ya>
5. Філіпова Н.В. Перспективи імплементації страхової медицини в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2021. № 3. С. 119-123.

Лаготюк Вікторія
к.е.н., викладач економічних дисциплін
Чернівецький фаховий коледж технологій та дизайну
м. Чернівці, Україна

Viktoria Lagotiuk
PhD (Economics), Teacher
Chernivtsi College of Technology and Design
Chernivtsi, Ukraine

**КОНЦЕПЦІЯ «ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ» – ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ
ВИКЛИКІВ**
**THE CONCEPT OF "ENVIRONMENTAL MARKETING" IS THE KEY TO
INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF
MODERN CHALLENGES**

Сучасні виклики конкурентного середовища спонукають підприємців шукати нові напрями підвищення ефективності і конкурентоспроможності їх діяльності. З метою реагування на новітні потреби споживачів не достатньо лише виробити і реалізувати товар на ринку, потрібно підійти з належним рівнем врахування найвибагливіших запитів споживачів, які все більше орієнтовані до безпечного ставлення до довкілля.

В економічній літературі все більшого розвитку набуває дослідження концепції «екологічного маркетингу». Підвищення забруднення атмосфери, водойм, глобальне потепління, що спричинює танення льодовиків, посуху в багатьох країнах світу, вимирання деяких видів тварин і зникнення певних видів рослин та інші негативні явища спричинені несвідомою діяльністю підприємств, які прагнуть отримати значний дохід забуваючи про нашу планету і безпеку людей.

Дослідженням питань «екологічного маркетингу» займається багато українських та зарубіжних науковців. Серед них варто зазначити: Гаврилець О.В., Грищенко О.Ф., Дочинець Н.М., Кампо Г.М., Куць Н., Мальчик М.В., Мартинюк О.В., Отман Ж., Рябова Т.А., Рябов І.Б. та інші.

Концепція екологічного маркетингу зародилася у 1975 році в США, коли американська асоціація маркетингу вперше провела семінар під назвою «Екологічний маркетинг» [4]. В 2006-2007 роках набув розвитку новий етап у сфері екологічного маркетингу, зокрема споживачі стали більш свідомими у задоволенні власних потреб, в споживачів почали виникати нові потреби до екологічного споживання. Не завжди споживачів мотивувало безпечне ставлення до власного здоров'я чи безпеки нашої планети, інколи ним слугували модні тенденції до екологізації та заклопотаність глобальними екологічними проблемами людства.

Екологічний маркетинг – це господарська діяльність підприємств, спрямована на виробництво екологічно орієнтованої продукції, формування попиту на цю продукцію, приведення всіх ресурсів підприємства у відповідність до вимог і можливостей ринку для отримання прибутку без нанесення шкоди навколишньому природному середовищу [7]

Як правило, екологічний маркетинг, в сучасних умовах його часто трактують як «зелений», практикують компанії, які прагнуть до сталого розвитку та забезпечення корпоративної соціальної відповідальності. Здійснюючи свою діяльність в межах стратегії оптимізації витрат та екологізації виробництв підприємства усвідомлюють, що можуть зробити свою продукцію більш привабливою для споживачів. При цьому зменшивши витрати на упаковку, транспортування продукції, споживання енергії та води, утилізації упаковки тощо.

У свою чергу, це призводить до демонстрації високого рівня соціальної відповідальності підприємства, що призводить до більшої лояльності споживачів до бренду серед соціально-свідомих споживачів.

Негативними аспектами використання екологічного маркетингу є потреба платити вищу ціну за безпечні і якісні продукти, проте свідомі споживачі обирають безпеку для себе і підтримують модні тенденції в світі щодо збереження природи.

У результаті вибору «зеленого шляху» в своїй діяльності підприємства несуть більші витрати, але в стратегічній перспективі це принесе хороші результати і забезпечить конкурентоспроможність на довготривалий час.

Зважаючи на низький рівень розуміння і втілення в життя концепції «екологічного маркетингу», виникає необхідність визначити основні чинники, які впливають на нього [6]:

1) більшість виробників не розуміють сутності екологічного маркетингу, тому й не можуть ефективно використовувати маркетингові інструменти, а в результаті споживачі слабо проінформовані про такі товари;

2) відсутні ґрунтовні маркетингові дослідження, що унеможливує розгляд природи поведінки споживачів у процесі прийняття рішення про покупку екологічних товарів, в результаті чого важко змодельювати поведінку споживача за інтегрованих маркетингових комунікацій;

3) потрібно узгоджувати діяльність виробників відповідно до вимог конкурентного середовища, з використанням концептуальних підходів маркетингу.

З метою пропагування концепції екологічного маркетингу науковці [1; 3; 4] пропонують використовувати засоби інформаційного впливу на споживачів, які направлені на формування обізнаності про товар чи послугу і формують бажання його купувати. Інструменти інформаційного впливу на споживача згрупуємо на рисунку 1.

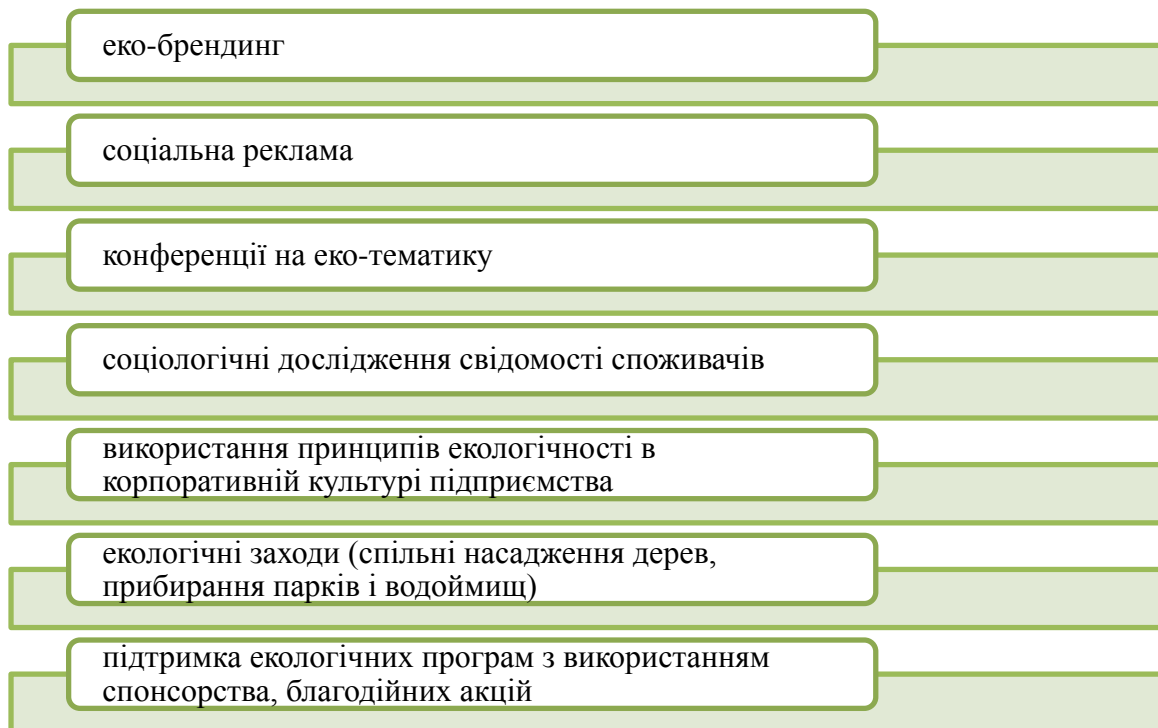


Рисунок 1. Інструменти інформаційного впливу на споживачів

Примітка. Складено автором на основі [1]

У сучасних ринкових умовах вкладання коштів лише у природоохоронні заходи є недостатнім. Окремі автори вважають, що підприємствам необхідні екологічний маркетинг та екологічні інвестиції, які, з одного боку, дадуть змогу дбайливіше використовувати ресурси, а

з іншого – пом'якшать або взагалі ліквідують негативний вплив на довкілля та здоров'я людини [6].

Це доводять і потреби споживачів на ринку, про що свідчать результати соціологічних опитувань. Так, 48% споживачів у США заявляють, що точно чи можливо змінять звички споживання, щоб зменшити негативний вплив на довкілля.

Прикладами успішного застосування стратегії екологічного маркетингу на вітчизняних підприємствах є:

- використання сонячних електростанцій для власних потреб, досягнення нейтрального вуглецевого сліду до 2030 року (Нестле Україна);
- переробка вторинної сировини від клієнтів – папір, пластик, скло, метал (Сільпо);
- створення боксів для відокремленого збору відходів, створення відео з популяризації захисту довкілля (Bosh Україна);
- використання біо-упаковки та інші.

В результаті проведеного дослідження вбачаємо за доцільне пропагувати і активно розвивати концепцію екологічного маркетингу на українських підприємствах.

Природне багатство нашої країни зазнає нищівної шкоди від військових дій з боку агресора, проте ми не повинні забувати і негативного впливу від здійснення підприємницької діяльності на екологічну ситуацію в країні. І з метою оптимізації її нищівного впливу пропонуємо налагоджувати алгоритм розробки та впровадження стратегії екологічного маркетингу на підприємствах різноманітних галузей економіки.

Зокрема, важливо розвивати екологічне мислення і дбайливе ставлення до природи з шкільного віку, формуючи свідоме суспільство, яке буде адаптоване до споживання екологічної продукції. Зі сторони підприємств – важливо усвідомити, що згідно визначення підприємництва, доцільно на рівні з економічним і соціальним ефектом, дотримуватися принципів екологічності в процесі здійснення своєї діяльності. Це принесе не лише хороший результат, а й високий рівень конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках на стратегічну перспективу.

Перелік використаних джерел:

1. Гаврилець В., Дочинець Н., Кампо Г. Зелений маркетинг – перспективна концепція ринкового позиціонування як реакція на виклики сьогодення. Міжнародний науковий журнал «Механізм регулювання економіки». № 3-4. 2022. С. 118-123.
2. Грищенко О. Ф., Косторнова С. О. Дослідження перспектив використання зеленого маркетингу в туризмі. Ефективна економіка. 2017. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5723>
3. Куць Н. Екологічна свідомість українців & довкілля / Аналітичний документ. URL: <http://epl.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/ekosvidomist.pdf>
4. Мальчик М. В., Мартинюк О. В. Парадигма формування та розвитку «зеленого маркетингу» в сучасних умовах. URL: [http://www.venu-journal.org/download/2015/2\(29\)/pdf/11-Malchik.pdf](http://www.venu-journal.org/download/2015/2(29)/pdf/11-Malchik.pdf)
5. Платформа рішень для менеджерів природоохоронної діяльності. Інтернет-портал. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <https://ecolog-ua.com/news/zelenyy-marketyngh-yaki-mozhlyvosti-daye-shyrokomashtabna-programa-veryfikaciyi-ukrayinskyh>
6. Рябова Т. А., Рябов І. Б. Проблеми та перспективи екологічного маркетингу в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 3 (108). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/3_2019/32.pdf
7. Ottman J.A., Reilly W.R. Green Marketing: Opportunity for Innovation. USA : Booksurge Llc, 2006. 288 p.

Любінська Ольга
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Винник Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olha Liubinska
student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Tetiana Vynnyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ РЕЛОКАЦІЇ НА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА THE EFFECT OF RELOCATION ON THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

Повномасштабна війна принесла горе у родини українців та завдала масштабних збитків економіці країни. Щоб підтримати бізнес та зберегти виробничі потужності, які знаходилися на території бойових дій, Кабінет Міністрів України регламентував безоплатне перевезення майна вітчизняних установ та організацій [1]. За програмою релокації в більш безпечні регіони вже переміщено 761 підприємство, 80% з них вже відновили роботу на новому місці. У 2022 році більшість бізнесів перемістилися в межах України до Львівської (30% релокованих підприємств), Закарпатської (17%), Чернівецької (11%), Івано-Франківської (8%), Хмельницької (7%) та Тернопільської (7%) областей [2]. За кордон релокувалося 11% опитаних підприємств, а 17% відповіли, що перемістилися і в межах України, і за кордон, тобто діяльність відбувається на двох територіях [3].

Серед релокованих підприємств, які вже відновили свою діяльність на новому місці, найбільшу частку складають [2]:

- підприємства у сфері оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів (40,24 % від загальної кількості релокованих підприємств);
- переробної промисловості (31,71 %);
- інформації та телекомунікацій (6,34 %);
- професійної, наукової та технічної діяльності (5,85%);
- будівництва (4,15%).

Аналізоване товариство з обмеженою відповідальністю «Торгівельний дім «Дельта» релокувалося із Запорізької області у Тернопільську та не лише відновило свої виробничі потужності, а й розширило карту дистрибуції.

Конкурентна перевага – це відносна категорія, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливість успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі [4, с. 27]. Кожне підприємство має визначити свої конкурентні переваги, для того, щоб потенційний споживач помітив продукцію та мав бажання її придбати.

Компанія «Торгівельний дім «Дельта»», яка є власником торгової марки «Гуляй поле» з 2015 року активно розвиває власний брендинг та має такі фактичні конкурентні переваги:

1. Співпрацює великими торгівельними мережами – АТБ-маркет, Novus, Сільпо, Рукавичка та інші.

2. Розробила власний фірмовий стиль пакування продукції, щоб привертати увагу покупців та залишатись впізнаваною.

3. Проходить усі сертифікації, для того, щоб відповідати усім стандартам якості. У 2018 році успішно пройдено сертифікацію виробництва продукції підприємства згідно з вимогами стандарту Halal (Халяль). До того ж компанія має сертифікат на систему управління безпечністю харчових продуктів ISO 22000:2018.

4. Компанія щорічно купує нове обладнання, що сприяє підвищенню ефективності виробництва та покращенню умов праці.

5. Регулярно оновлює та розширює асортимент продукції з метою збільшення частки на ринку та задовольняти усі потреби та вимоги споживачів.

6. При виготовленні своєї продукції використовують виключно натуральні продукти.

7. Компанія піклується про персонал та дбає про професійне зростання своїх співробітників, оскільки вважає, що саме працівники є рушійною силою успішного бізнесу.

Усе вище зазначене позитивно впливає на збільшення ефективності діяльності, навіть після релокації – протягом 2015-2022 років обсяг виробництва зріс з 1 000 тонн/рік до 14 000 тонн/рік, а виробнича потужність варильного устаткування збільшилася з 200 тонн/місяць до 2 000 тонн/місяць [5].

Таким чином, товариство з обмеженою відповідальністю «Торгівельний дім «Дельта» продовжує розвивати власний бренд, розширювати ринки збуту, нарощувати обсяги виробництва та потужності, незважаючи на вимушену релокацію у Тернопільську область.

Перелік використаних джерел:

1. Чуприна А. Релокація бізнесу: Державна підтримка та досвід компаній. 2022. URL: <https://eba.com.ua/olga-bojko-chasy-protystoyannya-vlady-ta-biznesu-zakinchyls/>

2. Релокація бізнесу: 760 підприємств вже переїхали, майже 600 – відновили роботу. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/10/25/693056/>

3. Релокація бізнесу: скільки компаній вже перемістили свій бізнес та куди. *Finance.ua*. 09.07.2022. URL: <https://news.finance.ua/ua/relokaciya-biznesu-skil-ky-kompaniy-vzhe-peremistyly-sviy-biznes-ta-kudy> (дата звернення: 20.03.2022)

4. Цюцюпа, С. В. Конкурентні переваги підприємства у ринковому середовищі: формування та забезпечення. Вчені записки Університету «КРОК». №57. 2020. С. 24–31.

5. Офіційний сайт компанії «Торгівельний дім «Дельта»». Фінансові показники діяльності. URL: <https://delta-food.ua/about-us/>

УДК 331.108.242

Наврот Пьотр

студент групи МЕНзмсв-11
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Кондрацька Лілія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Piotr Nawrot

Student of the group MENzmsv-11
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Liliya Kondratska

ПРОБЛЕМА ПЛИННОСТІ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ THE PROBLEM OF PERSONNEL TURNOVER AT THE ENTERPRISE

Нестабільна економічна й політична ситуація в державі, військові дії на території України звичайно мають негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання та на найважливіший його ресурс – працівників. В теперішній час ситуація на ринку праці є досить непередбачуваною, а сучасні виклики змінили основні принципи та зміст кадрової політики підприємства. Наразі, для підприємств різних організаційно-правових форм власності однією з актуальніших проблем є пошук оптимальних напрямів розвитку кадрової політики, методів управління працею, які могли б забезпечити активізацію людського капіталу в господарській діяльності підприємства. Тому формування кадрової політики стає питанням, що все частіше цікавить суб'єктів підприємницької діяльності. Воно пов'язане не лише з визначенням основної мети, а також з вибором ресурсів, методів та пріоритетів подальшого розвитку.

Кадрова політика базується на підсистемі: правил, традицій, процедур, комплекс заходів, – пов'язаних безпосередньо із здійсненням добору кадрів, необхідної їх підготовки, розстановки, використання, перепідготовки, мотивації та подальшого просування за кар'єрними сходами [1].

Наразі в Україні склалася складна економічна ситуація. Пріоритети організацій до підбору персоналу змінилися, ринок праці перенасичений новими кандидатами різних напрямів. Кадрова політика організацій щодо персоналу переглядається, оптимізуються витрати на персонал. Підвищення рівня задоволеності власною професійною діяльністю має особливе значення в цих умовах [2].

Однією із проблем формування ефективної кадрової політики підприємства є висока плинність кадрів. Вважається, що плинність кадрів у розумних межах корисна компанії. Приплив «свіжої крові» у вигляді нових фахівців дозволяє уникнути застою, а отже, дає компанії можливість для розвитку. Але якщо надто часта зміна співробітників стає звичною справою, тоді, ймовірно, компанія має деякі проблеми із залученням і утриманням персоналу.

Насамперед, для успішної боротьби з проблемою високої плинності кадрів, необхідно з'ясувати основні причини, через які вона виникає. Так, найпоширенішими є такі причини плинності персоналу на підприємстві:

- неконкурентоспроможна низька заробітна плата;
- затримка заробітної плати;
- незручний графік роботи;
- незадовільні умови праці;
- незадоволеність соціальним пакетом;
- погане ставлення керівництва до колективу;
- проблеми із проїздом до місця роботи;
- відсутність можливостей для просування, навчання чи підвищення кваліфікації, розвитку, кар'єрного зростання;
- неефективний відбір та розстановка кадрів;
- відсутність системи адаптації;
- негативний імідж та ділова репутація підприємства;
- нестабільність кадрової політики;
- застаріле обладнання та устаткування;
- специфіка виробничого процесу;
- втрата значної частини клієнтів.

За інформацією американського журналу The Wall Street Journal є такі способи знизити плинність кадрів у компанії [3]:

1. Наймати правильних людей із самого початку
2. Призначати правильну зарплату та додаткові вигоди
3. Переглядати компенсаційний пакет хоча б раз на рік
4. Бути уважними до особистих потреб співробітників і виявляти якомога більшу гнучкість
5. Підтримувати зацікавленість працівників
6. Створювати позитивне робоче середовище
7. Окреслювати шляхи кар'єрного зростання.

Сама по собі плинність персоналу не є проблемою. Лише перевищення її рівня над оптимальними його межами для окремого підприємства може стати сигналом наявності проблем у середині. Питаннями кадрової політики необхідно займатися безперервно на підприємстві, формувати її і адаптувати на усіх рівнях до обставин, що змінюються в зовнішньому середовищі. Слід розуміти, що завжди знайдуться працівники, які захочуть піти з підприємства, де робота їм буде більш цікава, комфортніша. Повністю виключити плинність кадрів неможливо. Але можна її зменшити, надавши комфортне робоче місце працівникам, гідну оплату праці та можливості для кар'єрного росту. Адже персонал – це запорука успіху будь-якої організації.

Перелік використаних джерел:

1. Білявський В.М., Шуліковська К.В. Основні аспекти формування ефективної кадрової політики сучасних підприємств. Підприємництво та інновації, (25). С. 33-40.
2. Сафін О.Д. Почуття гумору як чинник міжособистісної взаємодії у проблемних ситуаціях. *Правничий вісник Університету «КРОК»*. Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК». Київ, 2012. Вип. 11. С. 126-131.
3. Erin White. How to Reduce Employee Turnover / *The Wall Street Journal*. URL: <https://www.wsj.com/articles/BL-HOWTOMB-131>

УДК 331.446

Олійник Надія

кандидат педагогічних наук, доцент

доцент кафедри менеджменту

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

м. Кам'янець-Подільський, Україна

Nadiya Oliynyk

PhD (Pedagogical Sciences), Docent

Associate Professor of the Department of Management

Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohienko University

Kamianets-Podilskyi, Ukraine

ОСОБИСТІ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ PERSONNEL WORK BEHAVIOR MANAGEMENT PROCESS

На сучасному етапі розвитку соціально-трудових відносин в організації набуває проблема формування особистісних процесів управління поведінкою. Персонал є найскладнішим та специфічним видом ресурсів з особистісними та груповими поведінковими процесами, що використовує організація у своїй діяльності. При цьому ефективність діяльності залежить від ефективності праці персоналу, особистісних відмінностей персоналу, ставлення та поведінки при виконанні посадових обов'язків.

Принципові зміни в економічному, політичному, соціальному житті країни постійно вимагають від керівників вивчення й опанування сучасних методів і форм управління організаціями, осмислення ролі та місця людини в сучасних моделях управління,

поведінкових орієнтацій, ціннісних уподобань працівників. Також в управлінні важливо звернути увагу на соціальну сутність працівника, пріоритету особистості у трудових відносинах. При цьому, актуалізується завдання підвищення трудової активності працівника, найповнішого використання людського чинника у виробництві з огляду особистісних поведінкових процесів, які забезпечують реалізацію інтересів особистості, формування нових підходів управління трудовою поведінкою працівників в організації.

Дослідження аспектів трудової поведінки працівників підприємств стає досить актуальним серед як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед вагомих наукових розробок слід виділити публікації таких науковців, як О. А. Грішнова, М. С. Дороніна, А. В. Доронін, П. Ф. Друкер, Т. І. Заславська, А. М. Колот, Б. В. Новіков, Ю. Г. Одегов, М. А. Робер, М. В. Семікіна, С. В. Смирнов, В. А. Співак, Л. В. Шаульська, А. Ю. Шибалкін, Г. В. Щекін, Д. М. Ядранський та інших науковців. Аналіз наукових підходів дає можливість оцінити проблему управління поведінкою персоналу. Недостатньо дослідженою залишається проблема особистісних поведінкових процесів та задоволення роботою.

Характеристика особистості розглядається індивідуальні особливості, що визначають її поведінку. Особистість – це сталий набір характеристик і тенденцій, що визначають такі узагальнення та відмінності в психологічній поведінці (думки, почуття та дії) людей, які є тривалими в часі та які непросто зрозуміти як єдиний результат одномоментних соціального та біологічного тисків [5]. Теорії особистості часто описують спільне та відмінне всіх людей. Для того, щоб зрозуміти особистість індивіда, необхідно з'ясувати спільні та індивідуальні риси, а тому кожен працівник в організації є унікальним та може реагувати оригінально або стереотипно на певну ситуацію.

Особистість індивіда ми вивчаємо передусім для розуміння організаційної поведінки, оскільки існує зв'язок між особистістю та її поведінкою. Розгляньмо деякі *специфічні* риси особистості, що є особливо важливими для розуміння організаційної поведінки, а саме:

- *почуття власної гідності* – це результат самооцінки індивіда, враження про власну поведінку, можливості, зовнішній вигляд та самодостатність;
- *локус контролю* – це міра, до якої індивіди вважають, що можуть контролювати події, які мають на них вплив;
- *інтроверсія* – це тенденція до спрямування погляду всередину себе та до більшої чутливості щодо абстрактних ідей і особистих почуттів;
- *екстраверсія* – це орієнтація назовні, до інших людей, подій та об'єктів;
- *догматизм* – це непохитність переконань особи, занадто догматичний індивід сприймає світ як загрозу, часто вважає легітимну владу абсолютною та приймає чи відкидає інших через їхнє погодження чи непогодження з владою чи доктриною;
- *авторитаризм* тісно пов'язаний з догматизмом, але є поняттям дещо вужчим. Нині авторитарна особистість описується як така, що дотримується загальноприйнятих цінностей, підкоряється прийнятій владі, виражає негативний погляд суспільства, поважає владу і жорсткість та протидіє виявленню особистих почуттів [3, С. 61-63].

Важливо зазначити, що ставлення є ще одним різновидом *індивідуальних відмінностей*, що впливають на поведінку. Ставлення виявляє відносно тривалі почуття, переконання та поведінкові тенденції, спрямовані на певних людей, групу, ідею, питання чи об'єкт. Ставлення відображає індивідуальний досвід та виховання, а також зумовлює чи спричиняє поведінкові процеси особистості. Проте передбачення поведінки, виходячи із ставлення, можна поліпшити за умов дотримання трьох принципів: загальне ставлення найкращим чином передбачає загальну поведінку; специфічне ставлення найкраще передбачає специфічну поведінку; що менше часу минає між оцінкою ставлення і поведінкою, то змістовнішим буде зв'язок між ставленням і поведінкою.

У трудовій поведінці важливим ставленням – є загальне ставлення до роботи, яке часто називають задоволенням від роботи. Для менеджерів особливий інтерес становлять джерела задоволення від роботи, оскільки вони часто визначають заходи, яких необхідно вжити для підвищення задоволення працівників від роботи, а також складний взаємозв'язок між

задоволенням роботою та виконанням роботи. Проте існує набір відповідних ставлень до роботи, які можуть стосуватися різних аспектів праці. Вагомим джерелом для всіх працівників є зацікавленість роботою, міра фізичної активності, робочі умови, тип винагород в організації та характери колег. У таблиці 1 зазначено перелік факторів, які відносяться до рівня задоволення працею.

Таблиця 1

Вплив різноманітних факторів праці на задоволення роботою

Фактори праці	Впливи
Сама робота, виклик.	Розумово складна праця, яку люди можуть успішно виконувати, дає задоволення.
Фізичні вимоги.	Виснажлива робота не дає задоволення.
Персональний інтерес.	Особиста зацікавленість сприяє задоволенню.
Структура винагороди.	Справедлива винагорода, що має зворотний ефект від виконання, сприяє задоволенню роботою.
Умови праці, фізичні фактори.	Задоволення залежить від того, наскільки відповідають умови праці фізичним потребам.
Досягнення цілей.	Умови праці, які сприяють досягненню цілей, дають задоволення. Високе почуття власної гідності відіграє провідну роль у задоволенні роботою.
Інші в організації.	Люди задоволені керівництвом, колегами чи підлеглими, які допомагають їм отримати винагороду. І вони будуть більш задоволені колегами, які дивляться на речі так само, як вони.
Організація та управління.	Люди будуть задоволені тією організацією, яка проводить політику та процедури, що допомагають їм отримати винагороду. Вони будуть незадоволені роботою, якщо повинні будуть виконувати конфліктну та/чи двояку роль.
Додаткові пільги.	Для більшості пільги не мають сильного впливу на задоволення роботою.

Джерело: складено автором на основі [3, с. 69]

Важливим висновком із взаємозв'язків цих факторів є те, що задоволення роботою слід розглядати як результат досвіду роботи індивіда. Таким чином, високий рівень незадоволення може вказувати менеджеру на те, що існує проблема, наприклад, з умовами праці на заводі, системою винагород чи роллю працівника в організації.

Іншим важливим ставленням до роботи, пов'язаним з трудовою поведінкою, є відданість організації. *Відданість організації* визначається як ступінь участі працівників у справах організації та ідентифікації з нею. Високий ступінь відданості організації характеризується: вірою у цілі та цінності організації та їхнім сприйняттям, бажанням докладати значних зусиль від імені організації, прагненням підтримувати членство в організації. Організаційна відданість дає більше можливостей, ніж лояльність, прагнення зробити значний внесок в досягнення цілей організації. Вона є скоріше ставленням до роботи, ніж задоволенням нею, оскільки застосовується до всієї організації, а не лише до роботи. Більше того, відданість зазвичай стабільніша, ніж задоволення, тому що буденні події не змінюють її.

Щодо задоволення роботою, то менеджерів цікавить зв'язок між відданістю організації та поведінкою на роботі. Одним із найважливіших зв'язків з організацією є зв'язок між відданістю організації та меншою плінністю робочої сили. Велика відданість також пов'язана з низьким рівнем прогулів та відносно високою продуктивністю. Регулярне відвідування роботи значно вище серед працівників із великою відданістю організації. Віддані особи прагнуть більшої цілеспрямованості та меншого марнування часу на роботі, а також позитивного впливу на типові виробничі заходи. Ефективне управління може сприяти підвищенню відданості та лояльності щодо організації, відповідно працівники зацікавлені в стосунках на основі довіри й поваги, а також у підвищенні відданості шляхом застосування системи винагород і продуктивної праці, а не збільшенням тривалості робочого дня.

Особистісні відмінності та етична поведінка привертає до себе пильну увагу в бізнесових та інших організаціях. Частина цієї уваги сфокусована на можливий вплив індивідуальних відмінностей на етичну поведінку. Так, запровадження контролю та розвиток когнітивної (пізнавальної) моралі важливі для пояснення етичності поведінки людей. Тобто, розвиток когнітивної моралі – це індивідуальний рівень моральної оцінки. На вищих рівнях

когнітивної моралі в людей розвивається глибше розуміння принципів оцінки, етичної поведінки та балансування між індивідуальними та соціальними правами. А також, працівники з вищим внутрішнім контролем виявляють при прийнятті організаційних рішень етичнішу поведінку, ніж люди з більшим зовнішнім контролем. Особи з вищим рівнем розвитку когнітивної моралі поведуть себе більш етично, ніж інші.

Розглянемо види управлінської етики в організації. Арчі Керол, професор менеджменту, припустив, що терміни *неморальний*, *моральний* і *аморальний* означають важливі етичні відмінності між менеджерами [4]:

1) Управлінська поведінка, позбавлена будь-яких етичних принципів, називається *неморальним менеджментом*. Ті, хто практикує неморальне управління, переконані в потребі максимально використовувати можливості задля корпоративних або власних цілей. Якщо результат задовольняє, то будь-який метод виправданий. Навіть юридичні стандарти є бар'єрами для подолання, а не вказівками щодо належної поведінки;

2) Протилежним за змістом є *моральний менеджмент*, коли поведінка менеджерів і працівників зорієнтована на дотримання етичних норм, професійних стандартів поведінки та погодження з існуючими правилами та законами. Моральне управління не означає відсутності зацікавленості в прибутках. Однак моральний менеджер не буде переслідувати мету отримання прибутків, якщо це суперечить закону та етичним принципам;

3) Управлінська поведінка, байдужа до питань етики, характеризується як *аморальний менеджмент*. Аморальні менеджери та працівники не усвідомлюють етичних чи моральних питань і діють, не враховуючи впливу, який спричиняють їхні дії.

Як зазначалося раніше, організація не може безпосередньо управляти вимірами особистості (наприклад, локусом контролю) або когнітивними індивідуальними відмінностями (наприклад, розвитком когнітивної моралі). Проте менеджери можуть сприяти моральному керівництву та етичному ставленню на робочому місці таким чином: визначити етичне ставлення, необхідне для функціонування організації та шляхом навчальних програм, тренінгів впроваджувати в процеси трудової поведінки працівників; організація повинна розробити та використовувати стандартні питання для співбесіди, які б дали змогу оцінити етичні цінності апліканта; встановити культуру роботи, яка б посилювала етичне ставлення, тобто менеджери й організації можуть вживати заходи для впливу не тільки на особистісні поведінкові процеси, а також а також організаційну культуру, включаючи її зв'язок з етичною поведінкою.

Отже, взаємозв'язок між ставленням та поведінкою індивіда не завжди чіткий. Зв'язок ставлення – поведінка може стати чіткішим, коли наміри індивіда щодо його поведінки відомі, а специфічне ставлення і норми, пов'язані з поведінкою, зрозумілі. Відповідно, задоволення роботою визначається загальним набором ставлень працівника до роботи, що відображає трудову поведінку. Індивідуальні відмінності, як локус контролю та розвиток когнітивної моралі, мають вплив на особистісні процеси управління поведінкою та результативність взаємодії в колективі. При цьому, організації можуть зробити конструктивні кроки щодо сприяння етичному ставленню та поведінці серед менеджерів і працівників.

Перелік використаних джерел:

1. Гуторова О. О. Менеджмент організації : навч. посіб. Харків : ХНАУ, 2017. 267 с.
2. Колот А. М., Грішнова О. А., Герасименко О. О. та ін. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / за наук. ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2009. 711 с.
3. Організаційна поведінка / Дон Гелрігел та ін; перекл. з англ. І. Тарасюк. М. Зарицка, Н. Гайдукевич. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. 726 с.
4. Caroll, A. B. In search of the moral manager. *Bussiness Horizons*, April 1992, P. 2–6.
5. Maddi, S. R. *Personaliti Theories : A Comparative Analysis*, 5th ed. Homewood, Ill.: Dorsey, 1989. P. 10.

Пришляк Данило
студент групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Danylo Prushlyak
Student of the group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ REGULATORY AND LEGAL BASIS OF FUNCTIONING LIMITED LIABILITY COMPANIES IN UKRAINE

Товариства з обмеженою відповідальністю є однією із найбільш поширених організаційно-правових форм підприємницької діяльності в Україні. Особливість цих компаній полягає в тому, що вони мають певні права та обов'язки перед державою та іншими суб'єктами господарювання, а фінансова відповідальність за зобов'язання обмежується внесками засновників у статутний капітал.

Основним законодавчим актом, який регулює функціонування товариств з обмеженою відповідальністю в Україні, є Цивільний кодекс України [1]. Згідно з ним, товариство з обмеженою відповідальністю є юридичною особою, яка має статутний капітал, розділений на певну кількість часток, які належать його засновникам. Згідно з законодавством, мінімальний статутний капітал такого товариства становить 1 гривню.

Крім Цивільного кодексу, функціонування товариств з обмеженою відповідальністю регулюється такими нормативно-правовими актами, як Закон України «Про підприємництво» [2], Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» [3] та іншими.

Згідно зі Законом України «Про підприємництво», товариства з обмеженою відповідальністю мають право займатися будь-якою діяльністю, яка не заборонена законом. У той же час, такі компанії зобов'язані дотримуватися вимог законодавства та сплачувати податки.

Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» визначає порядок реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю в Україні. Згідно з цим законом, для реєстрації компанії необхідно подати до державного органу з питань реєстрації документи, які містять інформацію про засновників та керівництво компанії, величину статутного капіталу, предмет діяльності та іншу необхідну інформацію.

У разі змін у документах компанії, зокрема у статуті, зміни необхідно зареєструвати відповідним державним органом. Також, згідно зі Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», товариства з обмеженою відповідальністю зобов'язані подавати до державного органу з питань реєстрації річні звіти про свою діяльність та іншу необхідну інформацію.

Окрім цих законів, існує також низка нормативно-правових актів, які регулюють питання діяльності конкретних видів підприємств, які можуть бути корисними для товариств

з обмеженою відповідальністю. Наприклад, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4] регулює питання ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності підприємств, в тому числі і товариств з обмеженою відповідальністю.

В Україні діють законодавчі акти, що регулюють функціонування виробничих підприємств в країні з точки зору нормативно-правового регулювання. Особливості функціонування виробничих підприємств в Україні з точки зору нормативно-правового регулювання полягають у наступному:

1. Реєстрація підприємства. Згідно з законодавством України, для здійснення підприємницької діяльності необхідно зареєструвати підприємство відповідно до вимог закону. Для реєстрації необхідно подати до відповідного державного органу певний пакет документів, який містить інформацію про засновників, їх права та обов'язки, структуру підприємства та інші деталі.

2. Охорона праці. Українське законодавство передбачає вимоги щодо охорони праці на підприємствах, які повинні бути виконані підприємцями. При цьому, підприємства повинні мати дозвіл на здійснення діяльності та відповідні ліцензії.

3. Податкове регулювання. Україна має розвинену систему оподаткування, яка регулює сплату податків на різні види діяльності підприємств. При цьому, підприємства повинні мати свої рахунки в банківських установах, через які здійснюються безготівкові операції.

4. Ліцензування. Для деяких видів діяльності необхідно отримати спеціальний дозвіл, або ліцензію. Наприклад, якщо підприємство займається виробництвом медикаментів, то воно повинно отримати ліцензію на цей вид діяльності.

5. Правовий захист інтелектуальної власності. Законодавство України передбачає захист інтелектуальної власності. Це означає, що якщо підприємство має якісь патенти, авторські права на винаходи, то ці права повинні бути захищені іншими підприємствами.

6. Контроль за виробництвом та споживанням продукції. Українське законодавство передбачає обов'язковий контроль за якістю виробів, що виготовляються на підприємствах, а також за дотриманням вимог щодо безпеки продукції.

7. Охорона навколишнього середовища. Виробничі підприємства повинні дотримуватися екологічних норм, які передбачають зменшення впливу виробництва на навколишнє середовище.

8. Регулювання трудових відносин. Українське законодавство передбачає вимоги щодо дотримання трудових прав та обов'язків працівників, забезпечення їх соціального захисту, відповідальність за порушення трудового законодавства.

Перелік використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України, Закон від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

2. Закон від 16.03.2010 року №289-VI «Про підприємництво» // Відомості Верховної Ради України. 2010. № 25. Ст. 288. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/95-15>

3. Закон від 15.05.2003 року №755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 28. Ст. 228. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

4. Закон від 16.07.1999 року №996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» // Відомості Верховної Ради України. 1999. № 43. Ст. 382. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

СЕКЦІЯ 9
ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

УДК 330

Бурка Олександр
студент групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oleksandr Burka
student of the PFm-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**
**FINANCIAL RESOURCES OF TERRITORIAL COMMUNITIES IN THE CONTEXT OF
ENSURING THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

У 2015 році Генеральна Асамблея ООН прийняла Порядок денний сталого розвитку до 2030 року, який включає цілі сталого розвитку (ЦСР). Україна, як і інші країни-члени ООН, приєдналася до забезпечення сталого розвитку. На рисунку 1 зображено 17 цілей сталого розвитку, які повинні бути реалізованими [1].



Рисунок 1. Цілі сталого розвитку [2]

У країнах, що приєдналися до сталого розвитку повинні здійснюватися усі необхідні процеси для реалізації його цілей. Насамперед, ці процеси повинні задіяти кожен складову життя громадян: державу, бізнес, органи місцевого самоврядування та домогосподарства.

Держава, в свою чергу, має забезпечити можливість реалізації ЦСР, створити сприятливі умови та необхідну нормативно-правову базу для цього.

Україна активно впроваджує реформи щодо реалізації поставленої мети. Наша держава досягла важливих результатів за період впровадження реформ. Для прикладу, відповідно до національного огляду в Україні у 2021 році, рівень бідності населення знизився з 58,3% у 2015 році (на початку реформ) до 43,2% у 2018 році.

Сьогоднішня ситуація в державі, а саме військові дії на території України, внесли свої корективи щодо реалізації ЦСР в таких непростих умовах. Так, за прогнозами ООН, до кінця 2023 року рівень бідності населення України може зрости до 55% [3].

Незважаючи на військові дії, Уряд планує провести Добровільний національний огляд прогресу у досягненні ЦСР [4].

Реалізація цілей сталого розвитку найкраще відслідковується на рівні фінансів територіальних громад. Тут відображаються результати діяльності держави та бізнесу, що покращують життя населення. Територіальні громади є важливим елементом сталого розвитку, оскільки вони відповідають за соціально-економічний розвиток на місцевому рівні. Органи місцевого самоврядування розпоряджаються фінансовими ресурсами з метою реалізації цілей сталого розвитку.

У розпорядженні громад фінансові ресурси можуть бути різних типів, відповідно до джерел залучення: бюджетні, інвестиційні, грантові та кредитні.

Незалежно від джерела залучення, фінансові ресурси повинні бути спрямовані на розвиток громади. Саме це є метою формування бюджету розвитку громади.

Бюджет розвитку – це механізм який спрямовує власні та залучені ресурси громади у економіку, нові робочі місця, і, відповідно, збільшує економічний потенціал. Це в свою чергу приносить результат у вигляді зменшення рівня безробіття, бідності, розвитку нових технологій, тощо [5, С. 34].

Бюджетні ресурси громади можуть бути власні (податкові надходження, продаж та оренда землі, тощо) та залученими (субвенції та дотації державного бюджету). Вони спрямовуються на фінансування потреб розвитку громади. Залучаючи кошти із державного бюджету, громада може реалізувати великі проекти на умовах фінансування або співфінансування. Така форма фінансування допомагає розділити фінансове навантаження на один муніципалітет [6, С. 45].

Для прикладу, будівництво навчальних закладів, що відповідає 4 цілі сталого розвитку ООН «Якісна освіта»: таке капітальне вкладення є занадто важким для громади, тож спосіб співфінансування із державним бюджетом може полегшити фінансове навантаження.

Як правило, бюджетні кошти складають основну частину бюджету громади та є основним джерелом доходу.

Інвестиційні ресурси громади мають більш креативний характер. Для їх залучення органам місцевого самоврядування необхідно провести клопітку роботу для залучення інвестора. Вони можуть бути залучені у різних формах, відповідно до стратегії розвитку громади.

Якщо бюджет громади потребує негайного фінансування великого проекту, органи місцевого самоврядування можуть прийняти рішення залучення невідновлювальних інвестицій (продаж комунальної власності, землі, тощо з переходом прав власності на комунальні активи) [6, С. 50].

У довгостроковій перспективі можна використати відновлювальні інвестиції – оренду комунальний активів, ще передбачає тимчасовий перехід прав власності та приносить постійний дохід у вигляді орендної плати.

Комбінацією попередніх двох механізмів є державно-приватне підприємство. Це форма співпраці яка зменшує боргове навантаження на бюджет громади та залишає право власності

на актив. Ця форма співпраці дозволить розвинути комунальні підприємства для забезпечення соціальних та економічних інтересів громади. Часткова приватизація зробить підприємство конкурентоспроможним за рахунок приватного менеджменту та буде регульоване відповідно до інтересів населення [6, С. 58].

Грантові програми залучення ресурсів не завжди мають фінансову складову, це можуть бути консалтингові послуги, матеріали, обладнання, тощо. Ресурси залучені за допомогою грантів мають цільове призначення: на реалізацію проєктів з екології та охорони природи (території, що підлягають особливій охороні, боротьба із забрудненнями), демократичні реформи (партисипація, розвиток третього сектора), медіакомунікації та ін. [6, С. 60].

Грантові ресурси можуть бути залучені від міжнародних та державних організацій. Їх використання цілком відповідає цілям сталого розвитку ООН.

Кредитні ресурси не є популярними для фінансів місцевого самоврядування. Їх залучення може мати різні форми: банківські кредити, облигації, казначейські позики.

Кредити, що надаються міжнародними організаціями, зазвичай супроводжуються грантами. Наприклад, Швейцарсько-український проєкт «Підтримка децентралізації в Україні» DESPRO, допомагаючи у забезпеченні питною водою сіл, вимагав, щоб невеличку частку грошей сплатили самі селяни. У Вінницькій області було запропоновано позичити гроші у «Вінницькому обласному фонді сприяння інвестиціям та будівництву» (який є комунальною організацією) під 6% річних. Згодом люди усі ці гроші повернули. Таким чином за 2 роки фонд вклав у подібні проєкти близько 2 млн. грн. [6, С. 67].

Усі перелічені форми залучення коштів до бюджетів громад мають конкретне призначення. Відповідно до створених стратегій розвитку, органи місцевого самоврядування спрямовують ці кошти на соціально-економічний розвиток громади. Саме цій меті відповідають цілі сталого розвитку ООН.

Реалізація проєктів може потребувати комбінації форм залучення ресурсів. Для того, щоб громада могла вільно розпоряджатися своїми ресурсами, необхідно покращувати інвестиційний клімат, залучати грантові програми та розвивати інфраструктуру і підприємство у громаді.

Таким чином, поєднуючи джерела та форми залучення фінансових ресурсів, громада може ефективно їх використовувати та, відповідно, покращувати життя населення.

Перелік використаних джерел:

1. Цілі сталого розвитку ООН. Радник: веб-сайт. URL: <https://radnyk.org/noviny/czili-stalogo-rozvytku-oon/>
2. Цілі сталого розвитку. ДіяБізнес. URL: <https://business.dija.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cili-stalogo-rozvitku>
3. Рівень бідності. Громадське інтерактивне телебачення : веб-сайт. URL: <https://uagit.tv/2022/12/21/26630-do-kintsya-2023-riven-bidnosti-v-ukrayini-mozhe-zrosty-do-55-naselennya-ekonomist-poyasnyv-chomu>
4. Незважаючи на війну, що триває, Україна планує у 2023 році провести добровільний національний огляд прогресу в досягненні цілей сталого розвитку. UNDP: веб-сайт. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/nezvazhayuchy-na-viynu-shcho-tryvaye-ukrayina-planuye-u-2023-rotsi-provesty-dobrovilnyy-natsionalnyy-ohlyad-prohresu-v>
5. Наталенко Н. Фінанси та бюджет об'єднаної громади. Київ: ІКЦ «Легальний статус», 2016. 72с.
6. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг: навч. посіб. / [Г. А. Борщ, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, Ю. Ф. Дехтяренко, О. С. Ігнатенко, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук, В. В. Юзефович]. К. : 2017. 107 с.

Галушак Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Поливода Анастасія
студентка групи БМ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olha Halushchak
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Anastasiia Polyvoda
Student of the group BM-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВАЖЛИВІСТЬ РОЗРОБКИ КОНТЕНТ-ПЛАНУ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

THE IMPORTANCE OF DEVELOPMENT OF CONTENT PLAN FOR DOING BUSINESS IN SOCIAL NETWORKS

Функція планування є найважливішою у будь-якій сфері діяльності. Завдяки плануванню можна передбачити майбутню діяльність, вберегтись від помилок та передбачити ризики. Здійснення бізнесу в соціальних мережах теж не обходиться без планування. В онлайн-сфері такий вид діяльності має бути постійним і називається контент-плануванням. Контент-план - це заздалегідь прописаний графік публікацій (рис.1). Залежно від виду товару чи послуги його розписують або на кілька тижнів, або на кілька місяців. Контент-план – це таблиця, яка містить інформацію про дату та час публікації, текст посту, статус виходу публікації (у роботі, на погодженні чи готова). Також з цієї таблиці можна дізнатися про тип та вид публікації, побачити її візуальне оформлення та хештеги.

Дата	Час	Тип	Вид	Текст	Візуальне оформлення	Хештеги	Статус роботи
15.03	19:00	instagram stories	Пост з фото залучає			-	Готовий

Рисунок 1. Контент-план на 15.03.2023

Існує три типи публікацій в Інстаграм – публікація в стрічці, stories та IGTV. Публікація в стрічці – це фото здебільшого з підписом, викладені у стрічку профілю, які зберігаються постійно. Instagram stories – це фото або відео тривалістю 15 секунд, яке будуть бачити читачі протягом 24 години. Ці фото можна зберегти у «Вибрані stories», а потім переглянути. IGTV – це відео, опубліковане у стрічці, читач побачить його, зайшовши на відповідний профіль.

Контент-пости в Інстаграм поділяють на: а) пости, спрямовані на покращення продажу продукції. Їх частка 10-20%; б) розважальні пости – 30-40%; в) інформаційні пости – 30–40%; г) пости, які залучають читачів – 10-20%.

Пости, спрямовані на покращення продажу продукції, містять інформацію про товарні картки, знижки, акції, розпродажі, анонси, а також відгуки покупців. Найчастіше рекламують недорогу продукцію, публікації про дорожчі товари роблять 1-2 рази на місяць. Особливу увагу слід звернути на рекламу. Блогерам доцільно синхронізувати пости з рекламою, щоб товари, які рекламуються, покупець одразу помітив, а не шукав серед всього асортименту.

Розважальні пости є важливими і їм потрібно приділяти дещо більше уваги, ніж постам, спрямованим на вдосконалення збутової діяльності. До розважальних постів відносять різні добірки цікавої інформації, новинки, історії з власного життя. Вони відволікають та розважають покупців, створюють атмосферу родинних стосунків та довіри. На такі публікації звертають більше уваги, їх зберігають та поширюють.

Інформаційні пости – це інформація про технологію виготовлення товару, техніку використання, можливі методи утилізації, експертну думку. Пости, які залучають, містять публікації, що спонукають до дії – конкурси, дискусії, розіграші, ігри. Це потрібно робити для збільшення переглядів профілю, збільшення кількості лайків та коментарів. Чим більша активність у профілі, тим краще Інстаграм сприяє підприємницькій діяльності [1].

Текст посту повинен бути актуальним та читабельним. Не потрібно копіювати інформацію з Інтернету. Краще дати власне написаний текст, поділений на абзаци з використанням емоджі. Візуальне оформлення – це те, що дозволить залучити клієнта. Кожна людина спочатку сприймає інформацію з Інтернетку очима. Саме від вигляду профілю, якості фото, кольорової гами залежатиме успіх у бізнесі.

Без використання контент-плану виникатиме низка проблем:

- відписка клієнтів через відсутність регулярності їх інформування. Клієнти мають знати, якого дня тижня буде цікава інформація чи новинка у певному магазині.
- відсутність поступовості. Будь-який клієнт хоче мати інформацію, як про товар, так і про продавця. Доцільно викладати пости з певною логікою, розпочинаючи зі знайомства і закінчуючи перевагами товару чи магазину.
- неможливість проаналізувати ефективність роботи магазину через хаотичне подання інформації. У такому випадку важко прослідкувати активність користувачів, щоб визначити, в які дні тижня краще публікувати пост.
- неможливість розставити цілі та пріоритети розвитку [2].

Графік із зазначенням теми, типу посту й часу публікації можна скласти, використовуючи будь-який текстовий редактор, який підтримує таблиці. Заповнюють дані самостійно або за шаблоном. Існують різні програми і сервіси для створення контент-плану: Microsoft Word або Excel, Google Документи або Таблиці, Trello, Asana, Basecamp [3].

Отже, контент-план – це чіткий розклад постів в Інстаграм. Склавши його, можна уникнути форс-мажорних ситуацій. Контент-план допомагає чітко дотримуватись балансу між розважальною частиною публікацій та публікацій, спрямованих на реалізацію товару. Він дає можливість проаналізувати результати просування та продажу товару, вчасно змінити стратегію діяльності.

Перелік використаних джерел:

- 1 Як створити контент-план для Інстаграм? URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-sostavit-kontent-plan-publikatsij-v-instagrame-i-zachem-eto-nuzhno>
- 2 Як створити контент-план для Instagram. URL: <https://www.adindex.ua/uk/jak-stvoriti-kontent-plan-dlja-instagram/>
- 3 Як скласти ефективний контент-план: приклади та поради. URL: https://textum.com.ua/blog/kak-pravilno-sostavit-kontent-plan/#Instrumenti_dla_stvorennja_kontent-planu

Крамар Ірина

доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Лисий Володимир

студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Iryna Kramar

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Volodymyr Lysyi

Student of the group PPM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БІОЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ SOME ASPECTS OF THE BIOECONOMY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Однією із ключових передумов розвитку економіки будь-якої країни є розвиток та удосконалення підприємництва як особливого виду господарської діяльності. Саме підприємництво сприяє інноваційному типу економічного зростання, що ґрунтується на підприємницькій ініціативі у сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності.

З метою забезпечення сталого розвитку окремих підприємств, галузей та економіки в цілому важливим є зважене й обґрунтоване стратегічне управління, пов'язане з інтеграцією ресурсів, бізнес-процесів і конкурентної політики. Саме комплексний та мультифункціональний підхід є ключовим у формуванні ефективної стратегії підприємства. У даному контексті важливим її елементом виступає процес планування як у коротко-, так і в довгостроковій перспективах, зокрема для підприємств біоенергетичної галузі. В умовах сталого розвитку економіки кожне підприємство повинно чітко виділяти свої конкурентні переваги для охоплення більшої частки ринку й максимізації прибутку з дотриманням критеріїв енергоефективності, екологічності та інноваційності. Саме тому обрання ефективної стратегії управління повинно забезпечити стійкий розвиток підприємства не лише з точки зору досягнення ним позитивних економічних результатів, а й забезпечення екологічних, технологічних та соціальних стандартів діяльності.

Сучасні глобальні проблеми людства, зокрема, вичерпність викопних ресурсів, невпинно зростаюча кількість населення у світі, дефіцит продуктів харчування та ліків в окремих регіонах, забруднення навколишнього середовища тощо, зумовили необхідність пошуку альтернатив хімічній сировині та технологіям, зміну традиційного виробництва шляхом використання біотехнологій, біопродуктів та біопроектів. У даному контексті важливого значення набуває біоекономіка, яка заснована на застосуванні біотехнологій, що використовують відновлювану біологічну сировину [1].

На сьогодні у світі працює 575 заводів з виробництва біоетанолу загальною потужністю 80,631 млн. тонн, при цьому економія нафти при використанні біоетанолу становить 50 млн. тонн, що дорівнює річному споживанню у Нідерландах і Польщі разом [2]. Виробництвом біоетанолу у світі, як правило, займаються технологічно-розвинені країни, які при цьому мають достатньо запасів відновлювальної високоенергетичної біосировини. За даними [2] частка США у виробництві біоетанолу становить близько 55 %, Бразилії – 34 %. У той же час спостерігається тенденція зростання обсягів виробництва біопалива в Європі та Китаї.

Розвиток біоекономіки є надзвичайно актуальним напрямком і для України, адже з одного боку, вона має для цього значний потенціал, а з іншого – це дозволить знизити виробничі енергозатрати, відновити родючість ґрунтів, збільшити рівень зайнятості сільського населення, забезпечити ринок продовольством та сировиною вітчизняного виробництва.

У березні 2021 року Кабінет Міністрів України ухвалив Національну економічну стратегію на період до 2030 року. Місією цієї Стратегії є «створення можливостей для реалізації наявного географічного, ресурсного та людського потенціалу країни з метою забезпечення належного рівня добробуту, самореалізації, безпеки, прав та свобод кожного громадянина України через інноваційне випереджальне економічне зростання з урахуванням Цілей сталого розвитку та необхідності досягнення кліматичної нейтральності не пізніше 2060 року» [3].

Одним із принципів економічної політики країни відповідно до даної Стратегії визначено декарбонізацію економіки, що полягає у підвищенні енергоефективності, розвитку відновлюваних джерел енергії, розвитку циркулярної економіки та синхронізації із ініціативою «Європейський зелений курс». З даним питанням безпосередньо і пов'язана біоекономіка.

У свою чергу, Україна має перспективи для виробництва та споживання біологічних видів палива. У складних сучасних умовах функціонування, біопаливо відіграє важливу роль у забезпеченні стійкого розвитку національної економіки загалом та окремих галузей зокрема. Вітчизняна індустрія біопалива пропонує біогаз, біоетанол і «зелену» електроенергію. Кожен із цих видів біологічного палива розвинений по-різному. Варто зазначити, що потенціал української альтернативної енергетики повною мірою не використовується.

З метою стимулювання виробництва та використання біологічних видів палива, розвитку в Україні національного паливного ринку на основі залучення біомаси, як відновлювальної сировини для виготовлення біологічних видів палива Верховною Радою було прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо сприяння виробництву та використанню біологічних видів палива» [4].

Окрім того, слід зауважити, що Україна імпортує значний обсяг нафтопродуктів, ціни на які залежать від курсових коливань та сезонності, що виступає ще однією причиною необхідності переорієнтації на виготовлення біопалива. За інформацією «Української асоціації виробників біоетанолу», у 2021 році було вироблено 77 тис тонн біоетанолу [5]. За словами Андрія Біленького, представника компанії ETG, «загалом можна орієнтуватися на забезпечення 10% частки європейського ринку біоетанолу, що становить 1,8 млн т кукурудзи і 10% від загальної пропозиції кукурудзи в Україні...», що дозволить створити додану вартість і додаткову стабільність внутрішнім цінам [6].

Додавання біоетанолу до бензину дозволяє також покращити економічну незалежність держави, сприяти скороченню парникових газів та створенню замкнутого виробничого циклу (вирощення та переробка культур, отримання біоетанолу, біогазу, електроенергії, створення стоків, доочищення їх та повернення у землю у вигляді міңдобрив), що має як економічний, так і екологічний ефект.

Окрім того, на сьогодні розроблено ряд вітчизняних технологій переробки біоетанолу, зокрема, в диметоксиетан, як перспективну кисневмісну добавку до моторних палив. Розширення застосування паливного етанолу та його похідних у нашій країні, що відповідало б світовим тенденціям використання відновлюваних ресурсів, можливе лише за умови запровадження низки заходів на рівні держави, зокрема, встановлення пільгового акцизу на альтернативне моторне паливо та запровадженні доступного кредитування для будівництва нових потужностей з виробництва та переробки біоетанолу та державної підтримки підприємств даної галузі.

Перелік використаних джерел:

1. Проциликіна А. М. Передумови становлення та розвитку біоекономіки. Ефективна економіка № 12, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5314> (дата звернення: 12.03.2023 р.).
2. СИГАЙОВ А.О. Перспективи економіки виробництва біоетанолу. Облік і фінанси АПК: освітній портал. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/perspektivi-ekonomiki-virobnictva-bioetanolu.html> (дата звернення: 19.03.2023 р.).
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 179 Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179> (дата звернення: 18.03.2023 р.).
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо сприяння виробництву та використанню біологічних видів палива. № 1391-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1391-17#Text> (дата звернення: 19.03.2023 р.).
5. Укрібіоетанол. Українська асоціація виробників біоетанолу. Офіційний веб-сайт. URL: <https://ukrfuel.org/> (дата звернення: 20.03.2023 р.).
6. Ринок біопалива: наскільки відкрите вікно можливостей для України. Агропортал. 2023. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/rinok-biopaliva-naskilki-vidkrite-vidkno-mozhливостей-dlya-ukrajini> (дата звернення: 20.03.2023 р.).

УДК 658.64

Поливода Анастасія

студентка групи БМ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Галушчак Ольга

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри менеджменту та адміністрування

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Anastasiia Polyvoda

Student of the group BM-31

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Olha Halushchak

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of Management and Administration Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ORGANIZATIONAL ASPECTS OF INTERNET TRADE

У ХХІ столітті Інтернет є безпосередньо чи опосередковано дотичним до усіх сфер діяльності в суспільстві. Він дає неймовірно великі можливості для розвитку, спілкування чи матеріального збагачення при відсутності територіальних, вікових та часових бар'єрів. Завдяки можливостям Інтернету при спалаху пандемії COVID-19 здійснення різних видів діяльності відбувалося віддалено, люди здебільшого працювали з дому. В умовах карантину надання деяких послуг та виконання робіт стало неможливим, натомість значно розширилася онлайн-діяльність. Це, у свою чергу, відкрило можливості для:

- заробляння онлайн;
- придбання онлайн;
- навчання онлайн;

- спілкування онлайн.

Цей перелік можна продовжувати іншими видами робіт та послуг. Проте, на нашу думку, Інтернет відкриває найбільші можливості для заробляння коштів онлайн. Йдеться про розвиток бізнесу в Інтернеті. Створення та функціонування інтернет-магазину ще кілька років тому було простим та безперешкодним процесом. Зареєструвати бізнес у нашій країні зараз нескладно, проте важливо правильно оформити та здійснювати майбутню підприємницьку діяльність. Перш за все потрібно визначитися з формою ведення бізнесу. Можна зареєструватися як фізична особа (ФОП) або юридична особа (наприклад, ТОВ). Далі слід обрати вид економічної діяльності, кількість найманих працівників та систему оподаткування. Для реєстрації ФОП заповнюють реєстраційну заяву та заяву про застосування спрощеної системи оподаткування. Якщо майбутній інтернет-магазин матиме статус товариства з обмеженою відповідальністю, то потрібно визначитися з його назвою, складом засновників та розміром статутного капіталу. Реєстрація бізнесу є важливим моментом у створенні онлайн-магазину, тому доцільно звертатися до фахівців за допомогою [1].

Перший крок у процесі реалізації магазину - це вибір ніші ринку. для створення магазину. По-перше, це має бути важливий та необхідний товар для клієнта.. По-друге, вибір продукту впливає на кількість споживачів та вендорів, розмір стартового капіталу та прибутку. нішу конкурента тощо.

Далі варто обрати платформу, на якій функціонуватиме магазин. Це може бути створення сайту або є реалізація продукції через соцмережі - Instagram, Telegram, Viber, Facebook та ін. Звичайно, можна це все об'єднати, тоді клієнтів буде в рази значно більше, але це доцільно робити, коли досягається бажаний успіху на одній із платформ. Отже, під час Створенням сайту може займатися сам підприємець є два варіанти реалізації - або всім займається самостійно або наймає або web-розробника. Слід детально обдумати структуру сайту, адже це має бути насамперед забезпечуючи зручність та інформаційність для користувачеві. При використанні такого ресурсу Варто звернути увагу на трендові кольори та стилі року.

Якщо обирати серед соціальних мереж, то потрібно враховувати вік вашої цільової аудиторії. Із проведеного дослідження (рис. 1) видно та проаналізованих результатів, стає зрозуміло, що 18-24-річні люди найбільше використовують Instagram і Telegram, тоді як Facebook і Viber рідше. Проте аудиторія 25-34 користується чотирма соцмережами майже однаково. Люди старше віком 35-45 років частіше користуються Facebook (рис. 1). Тобто, відповідно до цільових продажів продукту, вибирається платформа реалізації проекту [2].



Рисунок 1. Використання соціальних мереж залежно від віку користувачів

Наступний крок – вибір постачальника. Фактично, сьогодні є чимало вендорів, з яких можна обрати. Існує так звана база оптовиків та виробників, де можна вибрати саме ту базу постачальників, яка відповідає всім вимогам. Найкраще вибрати кількох.

Далі потрібно обрати визначитися із способом оплати. Зазвичай Існують наступні три форми оплати у мережі Інтернет – повна оплата на карту чи (тут вже ви обираєте на карту якого банку) або ж оплата на рахунок, якщо бізнес зареєстрований; часткова оплата (передплата) (оплата деякого відсотка частини вартості на карту чи рахунок, а решта оплати – при отриманні) та накладний платіж (оплата здійснюється при отриманні товару покупцем).

Також не менш важливим є вибір доставки постачальника товару. Це може бути використання послуг Нової пошти, Укрпошти, Delivery, самовивіз. Рекомендуємо Доцільно використовувати усі можливі варіанти способи доставки, адже це зручно для багатьох людей для зручності покупців.

Вважаємо, що одним із найважливіших кроків – це створення контент-плану. Розпочнемо з того, що планування – це запорука успіху будь-якої справи. Контент-план – це попередньо встановлений графік публікацій у соціальній мережі, блозі чи веб-сайті. По суті, це проста форма, у якій вводиться тема статті, публікації, відео, аудіо та текст для електронної розсилки із зазначенням дати та часу публікації. Можна створити індивідуальний контент-план для кожного сайту або створити загальний план. Все залежить від потреб. Це економить час і забезпечує регулярне розміщення контенту. Щоб скласти контент-план необхідно:

- визначити цільову аудиторію (цільова аудиторія – це, мабуть, найважливіше у кампанії, оскільки це люди, з якими ви збираєтеся спілкуватися)

- вивчити конкурентів (конкурентів не уникнути і це дуже добре. Найкраще використовувати систему аналізу SWOT)

- пости по категоріях (зазвичай, публікації ділять за такою схемою: **20% продаючих постів, 50% інформаційних і 30% розважальних**)

- виділити цільову дію (абсолютно кожен пост повинен мати ціль і спонукати потенційного клієнта до дії)

- скласти графік (потрібно просто визначити планову дату публікації постів, адже регулярність – це підтримання зв'язку з клієнтами) [3].

Завершальний етапом у створенні інтернет-магазину. як вже згадувалося раніше – це його реєстрація. Почнемо з того, що діяльність, яка приносить дохід, має бути зареєструється та оподатковується, щоб підтримати економіку нашої країни у воєнний час відповідно до законодавства України. Тож варто знайти свій Досягненню успіху в інтернет-торгівлі сприятиме власний неповторний стиль подання інформації, можливості та обладнання для гарної зйомки, якісно зроблені фото та відео демонстрація товарів продукції, незвичні ракурси та показати своїм підписникам товари, які вони ніколи раніше не бачили [4].

Перелік використаних джерел:

1 Реєстрація інтернет-магазину в Україні – онлайн-консультація. URL: <https://legal-support.top/reiestraciya-internet-magazinu/>

2 Viber розповів про свою аудиторію в Україні. URL: <https://www.unian.ua/economics/telecom/amp-10850747-viber-rozpoviv-pro-svoyu-auditoriji-v-ukrajini-top-3-mist-koristuvachiv.html>

3 Як скласти ефективний контент-план: приклади і поради. URL: <https://textum.com.ua/blog/kak-pravilno-sostavit-kontent-plan/>

4 Як відкрити інтернет-магазин в «Інстаграм». URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/9-kitov-dlja-raskrutki-internet-magazina-v-instagrame>

Радинський Сергій

кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Левицький Віталій

доктор історичних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Serghiy Radynskiy

PhD (Economics)
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Vitalii Levytskyi

Doctor of Sciences (History), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE TERNOPIL REGION

Розвиток інноваційних процесів в Україні є принципово важливим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Освіта, наука та інновації стають сьогодні найбільш визначальними сферами розвитку суспільства та держави. Стрімкі темпи науково-технічного прогресу та загострення конкуренції на сучасних глобалізованих ринках однозначно визначають пріоритетність інноваційного шляху розвитку економік, регіонів, галузей та окремих підприємств. Проблема забезпечення сталого розвитку економіки регіонів та України загалом визначає основні напрямки державної політики на регіональному рівні, а саме збереження і розвиток науково-технічного, технологічного і виробничого потенціалу та випереджаючого зростання виробництва наукоємної продукції. Загострення конкуренції на ринках створює нові стимули для пошуку можливостей підвищення ефективності виробництва, що змушує розробляти і впроваджувати інноваційні продукти і технології як передумову підвищення ефективності виробництва всіх суб'єктів ринку.

Досліджуючи інноваційну активність Тернопільської області у 2015-2021 роках необхідно відмітити те, що вона збільшилася. У 2015 році частка підприємств, що впроваджували інновації, у загальній кількості підприємств області складала 17,4 %, у 2019 році цей показник зріс до 28,9 %, а у 2021 році значення показника становило 29,8%. Частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції у 2021 році становила 1,1 % та зменшилась на 1,9 відсоткового пункту у порівнянні з аналогічними показниками 2015 року [1].

У 2019 році інноваційною діяльністю у промисловості в області займалися 29 підприємств, що становить 29,9 % промислових підприємств. Тернопільська область посідає 1 місце в Україні серед регіонів за часткою інноваційно активних підприємств.

У 2019 році на інновації підприємства області витратили 268 млн гривень (13 місце по Україні), у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 262,3 млн гривень (97,9 %), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 3,9 млн гривень (1,4 %) та на інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (інші витрати) – 1,8 млн гривень (0,7 %).

У Тернопільській області у 2019 році впроваджено 46 найменувань інноваційних видів продукції (на 17,9 % більше у порівнянні з 2017 роком), з яких 19 – нових або вдосконалених видів машин, обладнання.

Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів становила 34, з яких 8 – нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсоберігаючих. У 2019 році 12 підприємств області, які здійснювали інноваційну діяльність, реалізували інноваційної продукції на 153,4 млн гривень, що складає 0,9 % до загального обсягу реалізованої промислової продукції.

Значна кількість підприємств (52,8 %) реалізувала продукцію, що була новою виключно для підприємства, на суму 80,9 млн гривень [2].

Серед чинників, що стримують інноваційну діяльність, більшість підприємств Тернопільської області визнають недостатність її державного фінансування та відсутність чіткої системи державного регулювання інноваційних процесів як на рівні держави, так і на рівні регіонів. Питання комерціалізації наукових розробок на сьогодні не завжди є основним пріоритетом науковців. Можливість реального впровадження інновацій вони сприймають як віддалену та нереальну перспективу. Таке сприйняття інноваційної діяльності суттєво знижує практичне спрямування наукових і науково-технічних праць.

Серед інших проблем, які стримують інноваційний розвиток у Тернопільській області, є наступні: - недостатня поінформованість про міжнародні ринки; - проблеми захисту прав інтелектуальної власності; - недостатній рівень підготовки керівників підприємств у галузі інноваційного менеджменту; - надмірна декларативність державних інноваційних проектів; - складна процедура отримання ліцензій і дозволів для застосування інноваційних технологій, сертифікації інноваційної продукції.

Комплексне розв'язання проблем функціонування та розвитку промислового сектору економіки Тернопільської області передбачає проведення структурної модернізації промисловості у напрямку збільшення частки високотехнологічних видів діяльності в обсягах виробництва, задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції вітчизняного виробництва.

Вирішення проблемних питань інноваційного розвитку Тернопільської області неможливе без реалізації ключових завдань стратегії розвитку економіки області, яка повинна передбачати: впровадження інвестиційно-інноваційної моделі розвитку економіки, орієнтованої на стимулювання інвестицій в людський капітал, впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій, технічну модернізацію виробництв та освоєння випуску нових видів конкурентоспроможної продукції; розбудову системи інституційного забезпечення довготривалих інвестиційних процесів, у тому числі створення технопарків, бізнес-інкубаторів, консалтингових та інформаційних систем, суб'єктів інфраструктури фондового ринку, пенсійних, страхових та інвестиційних фондів; покращення територіальної структури розміщення і розвитку продуктивних сил області, вирівнювання диспропорцій у розвитку окремих галузей і районів області, в першу чергу через стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу та використання конкурентних переваг; включення Тернопільщини у європейську мережу транспортної, інформаційної та освітньої інфраструктури; повномасштабне використання ресурсних та геополітичних переваг області, вкладання бюджетних коштів у розвиток соціальної, виробничої і транспортної інфраструктури.

Перелік використаних джерел:

1. Державна служба статистики Тернопільської області. URL: <http://www.te.ukrstat.gov.ua/statinfoDP.html> (дата звернення до ресурсу 13.03.2023 року)
2. Стратегія розвитку Тернопільської області та план заходів із їх реалізації у 2021-2023 рр. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/strategiya-rozvytku-ternopilskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf> (дата звернення до ресурсу 13.03.2023 року)

Стручок Володимир
старший викладач
кафедри обладнання харчових технологій
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Volodymyr Struchok
Senior Lecturer of Technology Food Equipment Department
Ternopil Ivan Puluy National Technical University
Ternopil, Ukraine

ФІНАНСУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ FINANCING OF WASTE MANAGEMENT

В Україні далі залишається невирішеною проблема управління відходами, в тому числі твердими побутовими відходами (ТПВ). На відміну від європейських держав в Україні дуже низький рівень перероблення та утилізації ТПВ і високий показник їх захоронення на полігонах [1]. У 95 відсотках випадків усі вони йдуть на полігони або сміттєзвалища [2]. Значна частина полігонів перевантажена і не відповідає природоохоронним та санітарним нормам.

Причинами наростання зазначених проблем, зокрема, є недостатнє фінансування з державного та місцевих бюджетів природоохоронних заходів, фінансування таких заходів за залишковим принципом, запровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій, розвиток відновлюваних джерел енергії, нематеріального природокористування відбуваються безсистемно і надто повільно [1].

В цілому поводження із відходами визначено законом України «Про відходи» (далі - закон), а починаючи з липня 2023 року управління відходами буде регулюватися новим рамковим законом України «Про управління відходами» (далі – новий Закон).

Проведемо порівняльний аналіз вимог зазначених законів та Директиви Європейського парламенту і Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року «Про відходи та про скасування деяких директив» (далі – Директива) щодо фінансування заходів у сфері управління відходами. Дані аналізу наведемо у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз вимог законів України «Про відходи», «Про управління відходами», Директиви Європейського парламенту і Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року «Про відходи та про скасування деяких директив» щодо фінансування заходів у сфері управління відходами

№ з/п	Найменування та зміст статті закону України «Про відходи»	Найменування та зміст статті закону України «Про управління відходами»	Найменування та зміст статті Директиви Європейського парламенту і Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року «Про відходи та про скасування деяких директив»
1.	Стаття 41. Фінансування заходів у сфері поводження з відходами. Фінансування заходів у сфері поводження з відходами здійснюється за рахунок коштів виробників відходів та їх власників. Для фінансування цих заходів можуть залучатися кошти місцевих бюджетів, фондів охорони навколишнього природного середовища, добровільні внески	Стаття 55. Фінансування заходів у сфері управління відходами. 1. Фінансування заходів у сфері управління відходами здійснюється за рахунок коштів утворювачів та власників відходів. Для фінансування заходів у сфері управління відходами можуть залучатися кошти державного та місцевих бюджетів, фондів охорони навколишнього природного	Стаття 14. Витрати. 1. Відповідно до принципу «забруднювач платить», витрати на управління відходами, у тому числі на необхідну інфраструктуру та її експлуатацію, повинен нести початковий утворювач відходів або теперішні чи попередні володільці відходів. 2. Без порушення статей 8 і 8а, держави-члени можуть вирішити, що витрати на управління

підприємств, установ, організацій, громадян та їх об'єднань, а також кошти Державного бюджету України, передбачені на проведення заходів.	середовища, добровільні внески підприємств, установ, організацій, громадян України та їх об'єднань, а також інші джерела, не заборонені законом.	відходами частково або повністю повинен нести виробник продукту, з якого походять відходи, і що частину цих витрат можуть нести дистриб'ютори такого продукту.
---	--	--

Порівняльний аналіз законів України з Директивою показує, що у новому Законі України «Про управління відходами» введено новий базовий термін «утворювач відходів», що означає фізичну особу, юридичну особу, в результаті діяльності якої утворюються відходи. Зазначений термін є ключовим і у Директиві, де він означає будь-яку особу, діяльність якої призводить до утворення відходів. Тобто наголос робиться на початкового, стартового утворювача відходів. Він повинен турбуватися про відходи, що утворюються в результаті споживання його продукції. Згідно Директиви повинен діяти принцип «забруднювач платить».

Тому статтю 10 нового Закону введена розширена відповідальність для виробників продукції, у результаті споживання якої утворюються різноманітні відходи та запроваджується система розширеної відповідальності.

У цілому, згідно нового Закону має діяти вимога, що фінансування заходів у сфері управління відходами повинно здійснюватись за рахунок коштів утворювачів та власників відходів. Але допускається можливість фінансування шляхом залучення коштів державного та місцевих бюджетів. На нашу думку це буде основним джерелом фінансування в Україні у найближчому десятилітті, а також залучення коштів інвесторів та грантів країн Європейського союзу, США, Великобританії, Канади, Японії, Швеції та інших передових в цій галузі діяльності країн.

Зазначений висновок базується на тому, що необхідним є врахування того, що в умовах воєнного стану має місце різке зростання безробіття, загальне зубожіння населення, падіння обсягів виробництва, скорочення більш, ніж на 40% валового національного продукту України, а також з огляду на те, що пункт 1 частини третьої статті 10 нового закону щодо повного вступу в дію системи розширеної відповідальності виробника набирає чинності тільки через сім років після встановлення новим законом розширеної відповідальності виробника.

Перелік використаних джерел:

1. Закон України від 28.02.2019 № 2697-VIII «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19>.

2. Постанова Верховної Ради України від 14.01.2020 р. №457-IX «Про рекомендації парламентських слухань на тему: «Пріоритети екологічної політики Верховної Ради України на наступні п'ять років» //Київ. 2020. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/457-20>.

УДК 336

Фойт Сергій

студент гр. ПФМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Крупка Андрій

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Sergiy Foit

Student of the group PFm-51

ОСНОВНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ BASIC MECHANISMS FOR ENSURING FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES

Одним із головних завдань будь-якого успішного менеджера підприємства є забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. Досягнення належного рівня фінансово-економічної безпеки неможливе без розробки та впровадження механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства базується на відповідному механізмі її управління, під яким розглядають сукупність станів та процесів, з яких складається управління щодо протидії небезпекам, загрозам та ризикам. До складу механізму управління фінансовою безпекою підприємства можна віднести такі складові елементи, як: об'єкти та суб'єкти управління, сукупність фінансових інтересів підприємства, функції, принципи і методи управління, організаційну структуру, нормативно-правове забезпечення, інформаційне забезпечення тощо. Усі перелічені складові елементи управління в сукупності складають механізм управління фінансово-економічною безпекою [1, С. 340].

Під механізмом забезпечення фінансової безпеки підприємства також розуміють сукупність чітко визначених дій зі створення надійних умов гарантування його захисту від негативного впливу внутрішніх і зовнішніх загроз. Ці дії можуть містити в собі сукупність організаційних, фінансових і правових засобів впливу з боку суб'єктів управління фінансами підприємства, спрямованих на своєчасне виявлення, попередження, нейтралізацію та ліквідацію загроз фінансовій безпеці суб'єкта підприємництва [2, С. 141].

Фінансово-економічний механізм управління фінансовою безпекою підприємства як складова механізму управління підприємством у науковій літературі розглядається як сукупність управлінських, економічних, фінансових способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Кінцевим результатом дії зазначеного механізму є вплив на процес розробки та реалізації управлінських рішень щодо захисту фінансових інтересів підприємства з урахуванням особливостей його діяльності, що забезпечує зростання ринкової вартості підприємства та максимізацію отриманого ним прибутку [3, С. 287].

Проведений аналіз теоретичних основ та практичних аспектів дозволило розробити орієнтовну модель механізму забезпечення фінансово-економічною безпекою підприємства (рис. 1).

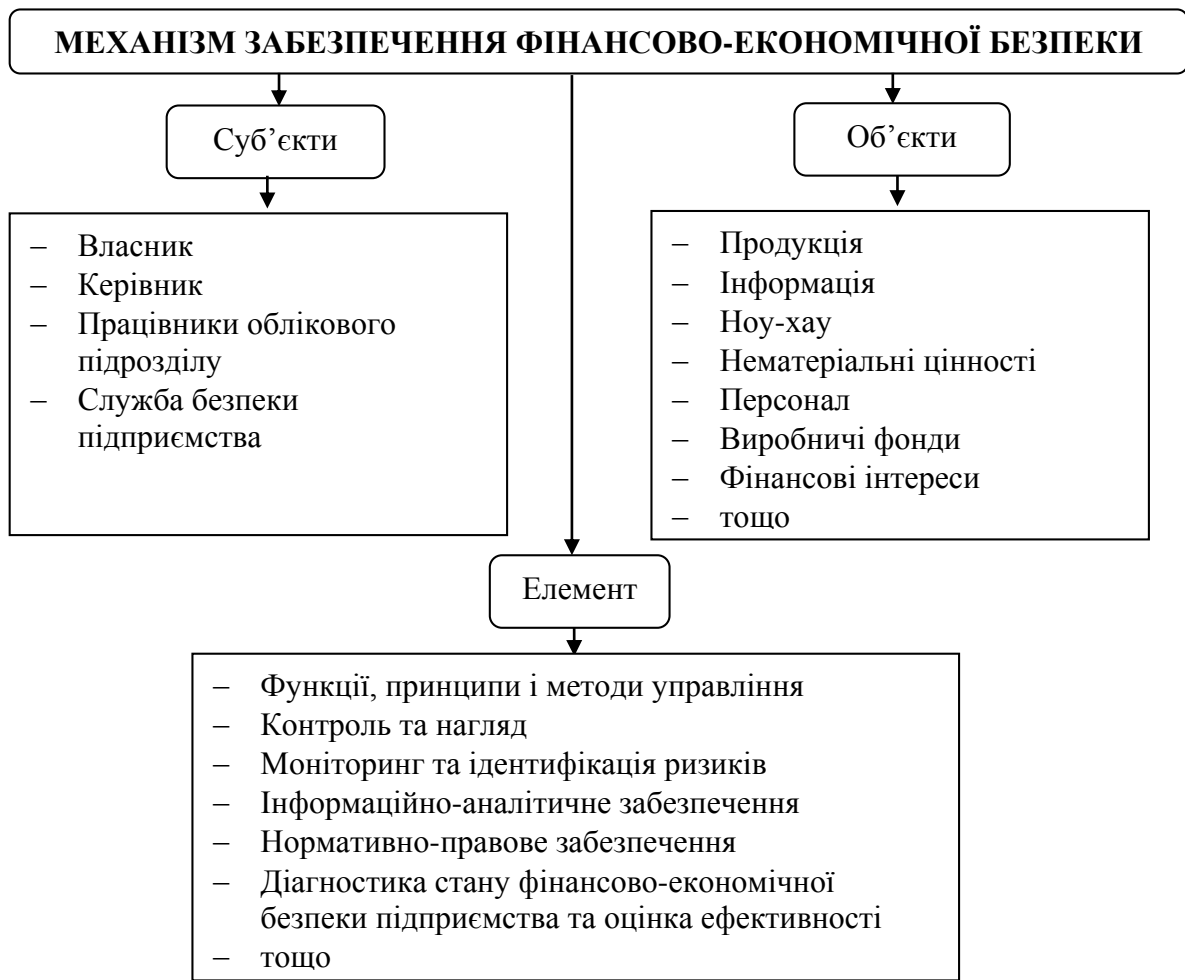


Рисунок1. Механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств

Одним із важливих елементів механізму фінансово-економічної безпеки підприємств є принципи. Зокрема, реалізація принципів командності, самостійності, системності та гнучкості є однією із передумов для успішного функціонування механізму фінансово-економічної безпеки підприємств.

Не менш важливим елементом є функції механізму фінансово-економічної безпеки підприємств. До основних функцій механізму фінансово-економічної безпеки підприємств можна віднести контрольну, інформаційну, прогностичну, ощадну, стабілізаційну, адаптивну, захисну тощо. Зміст кожної із функцій залежить від завдань, які реалізуються в рамках певної функції.

Принципи та функції механізму фінансово-економічної безпеки підприємств є взаємозалежними, оскільки від їх реалізації залежить стан фінансово-економічної безпеки підприємства.

Ключовим аспектом забезпечення належного рівня фінансово-економічної безпеки підприємств є наявність власної системи фінансових та економічних інтересів підприємства, яка повинна бути обов'язково врахована при розробці механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств.

З метою запобігання можливих збитків та шкоди, підприємства повинні визначитись із методами та інструментами механізму фінансово-економічної безпеки, додатково визначивши основні завдання для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

Для попередження потенційних ризиків та загроз, підприємства можуть визначити наступні завдання механізму фінансово-економічної безпеки:

- підвищувати регулярно рівень кваліфікації працівників, які мають стратегічне значення для підприємства;

– забезпечувати надійний захист комерційної та конфіденційної інформації, в тому числі із використанням сучасних технологій;

– забезпечувати постійний аналіз змін до законодавства, які впливають роботу підприємства;

– дотримуватись власної системи правил безпеки;

– реалізовувати заходи матеріального заохочення для працівників.

– підвищувати рентабельність активів та конкурентоспроможність;

– забезпечувати надійний захист майна підприємства;

– упроваджувати інноваційні методи управління персоналом.

Таким чином, механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства це система методів, принципів, інструментів, способів функціонування підприємства з метою забезпечення його фінансово-економічної безпеки, стійкості до внутрішніх та зовнішніх загроз із врахуванням фінансових та економічних інтересів підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Клименко, Т.В. Основні елементи механізму забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання. *Вісник ЖДТУ*. 2011. с. 340–343.

2. Пігуль Н. Г., Дехтяр Н. А., Боярко І. М. Особливості забезпечення фінансової безпеки акціонерних товариств. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник наукових праць*. 2013. с. 140-146.

3. Шевчук І.Л., Ставерська Т.О. Фінансова безпека у системі економічної безпеки держави. *Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки*. Дніпропетровськ. 2014. с. 286-298.

УДК 330

Черній Ігор

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена

доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Igor Cherniy

Postgraduate Student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

«ГНУЧКІСТЬ» ЯК ОBOB'ЯЗKOBA XAPAKTEPИCTИKA CYЧACHOГO БІЗНЕСУ

"FLEXIBILITY" AS AN MANDATORY CHARACTERISTIC OF MODERN BUSINESS

Діяльність підприємств в сучасних умовах обумовлюється поєднанням великої кількості факторів, які часто мають суперечливі прояви та наслідки для суб'єктів господарювання. Державне регулювання, внутрішні обмеження, можливості ринку і таке інше вимагають від організацій високого рівня гнучкості та адаптивності.

Гнучкість бізнесу – це здатність компанії швидко та ефективно адаптуватися до змінних потреб клієнтів та ринкових умов. У своїй книзі "The Agile Enterprise: Building and Running Agile Organizations" Марік Мандел та Стефан Хагманн описують роль гнучкості у побудові успішної організації та надають практичні поради з її впровадження [1].

Гнучкість бізнесу також може розглядатися як здатність компанії до зміни своїх стратегій та підходів відповідно до нових викликів та можливостей. У своїй статті "Business Agility: A Literature Review and Research Agenda" Джонатан Сабір та його колеги провели огляд літератури з питань гнучкості бізнесу та запропонували напрямки майбутніх досліджень у цій області [2].

Гнучкість бізнесу може бути досягнута шляхом формування та реалізації адаптивних стратегій, використання новітніх технологій, побудови гнучкої структури компанії, розвитку мобільності та працевлаштування спеціалістів з різними професійними навичками.

Особливість формування та реалізації адаптивних стратегій бізнесу полягає в тому, що підприємства повинні бути готові до змін, враховувати вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність компанії. Такі стратегії передбачають використання гнучких методів управління бізнесом, що дозволяють швидко реагувати на зміни на ринку та використовувати нові можливості.

Одним з основних елементів формування адаптивних стратегій є аналіз ринкових тенденцій та розуміння потреб клієнтів, що дозволяє компанії визначити свої сильні та слабкі сторони та розробити стратегію на основі цих даних.

Також до складу адаптивних стратегій входять побудова гнучких структур управління та комунікації в компанії, використання новітніх технологій та інновацій, а також розробка програм забезпечення навчання та розвитку співробітників.

Важливим елементом реалізації адаптивних стратегій є планування та контроль результатів, що дозволяє компанії вчасно вносити корективи до своєї діяльності та досягати більшої ефективності.

Отже, особливість формування та реалізації адаптивних стратегій бізнесу полягає в готовності до змін та використанні гнучких методів управління, які дозволяють компанії швидко реагувати на зміни та використовувати нові можливості.

Один з прикладів гнучкості бізнесу – це здатність компанії швидко реагувати на зміни у попиті на ринку та змінювати свою стратегію відповідно до цього.

Наприклад, компанія, яка спеціалізується на виробництві одягу, може виявити, що змінюються модні тенденції, і попит на певні типи одягу зменшується. Якщо компанія має гнучку стратегію, то вона може швидко реагувати на цю зміну, перенаправляючи свої зусилля на виробництво більш популярних типів одягу, які додають більшої цінності для споживачів. Також, якщо компанія працює в інноваційній галузі, наприклад, в галузі технологій, то їй необхідно забезпечувати стале покращення своїх продуктів та послуг. Гнучкість дозволить такій компанії бути готовою до змін у технологіях та інших важливих параметрах, що дозволяє більш ефективно реагувати на зміну потреб споживачів та зміни на ринку. Загалом, гнучкість бізнесу дозволяє компанії швидко адаптуватися до змін на ринку та змінювати свої стратегії відповідно до нових умов. Це дозволяє компаніям збільшувати свою конкурентоспроможність, залучати нових клієнтів та зберігати існуючих, підвищувати рівень задоволеності клієнтів та співробітників, а також забезпечувати стабільну прибутковість в умовах змінюваної ринкової ситуації.

Перелік використаних джерел:

1. Mandel, M., & Hagmann, S. (2020). *The Agile Enterprise: Building and Running Agile Organizations*. Springer
2. Sabir, J., Fakhri, M., Kamble, S. S., & Baghel, A. (2020). Business Agility: A Literature Review and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 106, 287-301

ДЛЯ ПОТАТОК

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

***Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»***
(Тернопіль, 31 березня 2023 р.)

***Proceedings of the 10th International Scientific-Practical Conference
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”***
(Ternopil, March 31, 2023)

Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 31 березня 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. 147 с.

ISBN 978-617-7875-35-1

Координати оргкомітету:
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
кафедра економіки та фінансів
вул. Білогірська, 50, каб. 204,
м. Тернопіль, Україна, 46000
ел. адреса: kafedra.ef@gmail.com
Редагування, оформлення, верстка Маркович І.Б.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори

Підписано до друку 04.04.2023. Формат 60×90, 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.
Умовно–друк. арк. 11,13. Наклад – 100 прим.
Замовлення № 04042023

Друк ФОП Паляниця В. А.
Свідоцтво ДК №4870 від 20.03.2015 р.
м. Тернопіль, вул. Б. Хмельницького, 9а, оф.38.
тел. (0352) 528–777.