

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

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

*Proceedings of the 11th 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 XI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 03 листопада 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. 169 с.

ISBN 978-617-7875-68-9

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 перспективних досліджень менеджменту, 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 – професор 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., Винник Т.М., Зарічна Н.З., Крамар І.Ю., Крупка А.Я., Мариненко Н.Ю., Левицький В.О., Письменний В.В., 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 № 3 від 19 жовтня 2023 р.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

ISBN 978-617-7875-68-9

© ФОП Паляниця В.А., 2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

Розвиток соціально-економічних систем мікро-, мезо- і макрорівня: конфлікт традиційних моделей та економічних реалій 21 століття

Балик Тетяна ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	7
Балушевський Костянтин, Якуб'як Олена ЗМІНИ ПРІОРИТЕТІВ ЛОГІСТИКИ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ	8
Ерстенюк Тарас ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ У ВІДПОВІДЬ НА ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗМІНИ ХХІ СТОЛІТТЯ	10
Зубрецький Сергій ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА В ПОСИЛЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	12
Киндич Тетяна ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ	13
Левковець Олена РОЗВИТОК СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ ЕТАП	16
Ленишин Іван, Мосій Ольга ТЕНДЕНЦІЇ У НАДАННІ НЕВІДКЛАДНОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНСЬКИХ ГРОМАДАХ У 2021-2023 РР.	19
Машлій Галина, Баляс Ігор ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ	20
Машлій Галина, Петришин Віталій НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	22
Синоверський Назар РОЛЬ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	23
Суховерша Володимир РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОКРАЩЕННІ КООРДИНАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ УКРАЇНИ У СПІВПРАЦІ З ПАРТНЕРАМИ ЄС	24
Суходольська Ірина ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ВИРОБНИЦТВО ТОВАРІВ В УКРАЇНІ	26
Фещин Тетяна ВІЙСЬКОВА ДОПОМОГА УКРАЇНІ З-ЗА КОРДОНУ ЗА 2022 РІК	28
Фойт Сергій, Крупка Андрій ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ДЕРЖАВИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	30
<h3><u>СЕКЦІЯ 2</u></h3> <h4><u>Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства</u></h4>	
Гапон Вадим ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	32
Кравців Ігор ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ІЗ ЦИФРОВИМИ ЗМІ	34
Кужда Тетяна БЮДЖЕТНИЙ ПРОЦЕС В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ	36
Панухник Олена АКАДЕМІЧНА ГРАМОТНІСТЬ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: ФЕНОМЕН ЧИ ДОСЯЖНА МІСІЯ?	38
Пастухевич Ігор ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	39

Письменний Віталій ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «БЮДЖЕТНА СИСТЕМА»	41
Стельмахук Юлія ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	43
Черкашин Інна ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНИ: ВІД ІННОВАЦІЙ ДО ДЕРЖАВИ У СМАРТФОНІ	45
СЕКЦІЯ 3 <u>Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави</u>	
Зарокозхченко Маруна “DUMMY CORPORATIONS” AS THE SHADOW ECONOMY OF ITALY	48
Артеменко Людмила ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ	49
Білий Юрій НЕОБХІДНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	52
Бурка Олександр ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДВИГУН ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	55
Віцента Ольга РЕЛОКАЦІЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА УМОВИ ПІДТРИМКИ	57
Галагань Юрій РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ НАЦІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СПРИЯННІ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ КРАЇНИ	59
Голодрига Артур СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД	61
Дмитерко Олександр ОСОБЛИВОСТІ НАЛАГОДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ	62
Крамар Ірина, Баранов Костянтин АГРОПРОМИСЛОВЕ ВИРОБНИЦТВО ТА ЙОГО ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ДЕРЖАВІ	64
Крамар Ірина, Потюк Василь РОЛЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ПЕРЕРОБКИ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ	66
Курах Олександр ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	68
Кутко Тарас НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАВАННЯ	69
Левицький Віталій ЕКОНОМІЧНО-ПРАВОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА	71
Ленишин Любомир РИНОК СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	75
Любінська Ольга УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС ТА ВІЙНА: ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ	77
Мариненко Наталія, Яворський Андрій МЕТА ВПРОВАДЖЕННЯ І РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ	79
Марценюк Олександр ОПТИМІЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА – ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	81
Машков Андрій СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ	83
Михайлишин Богдан ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	85
Могильська Васирина РОЛЬ БРЕНДИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	86

Наливайчук Ірина СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	88
Пелехатий Богдан ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	90
Радинський Сергій, Радинська Софія РЕЛОКАЦІЯ БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ІЗ РФ	92
Смачило Лілія МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗ	94
Черній Ігор ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД І БІЗНЕСУ	96
Шведа Тарас, Зяйлик Марія ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПОСЛУГ	98
Янчинський Ростислав, Панухник Олена СТАН ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ	100
СЕКЦІЯ 4 <u>Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози</u>	
Бейхор Василь ВАЖЛИВІСТЬ УТРИМАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ КРЕДИТНИХ УСТАНОВ	102
Бучко Тарас СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	104
Данилків Тетяна МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	106
Долик Ірина РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ	107
Овчаренко Анастасія, Артюх Оксана ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ	110
Околіта Світлана-Марія СТАНОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ	114
Петручок Юрій ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКУ ТА МЕТОДИКИ ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ	116
Підгородецький Мар'ян РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ	118
Пришляк Данило ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ	120
Провальна Юлія ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	121
СЕКЦІЯ 5 <u>Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності</u>	
Зарічна Надія ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ	124
Решетуха Станіслав ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ У СВІТІ	126
СЕКЦІЯ 6 <u>Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?</u>	

Гнатюк Лідія, Тимошик Наталія ІНТЕГРАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО ТА СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	128
Тимошик Наталія СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЗМІН	130
<u>СЕКЦІЯ 7</u>	
<u>Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес</u>	
Агафонова Марія УКРАЇНА У СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	132
Білецька Олена СУТНІСТЬ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ	136
Бурліцька Оксана МАРКЕТИНГ ТОЧКИ ПРОДАЖУ	139
Бурліцька Оксана, Шоломейчук Сергій ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	140
Гарматюк Оксана, Якуб'як Олена НАЙБІЛЬШ ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ КЕРІВНИКІВ В РОБОТІ З ПРАЦІВНИКАМИ	142
Маркович Ірина МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В БІЗНЕСІ	144
Стецюк Олеся ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ	145
Хомик Христина КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В РЕАЛІЯХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	148
<u>СЕКЦІЯ 8</u>	
<u>Трансформація бізнес-процесів у контексті сталого розвитку</u>	
Боднар Артур ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	150
Головата Юлія РИЗИКИ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ МЕТОДИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ	153
Демборинська Вікторія РОЛЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	156
Луциків Іванна, Гупка Василь CRM ЯК ФІЛОСОФІЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	158
Роїк Юлія СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ВАЖЛИВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	160
Янчинський Володимир, Панухник Олена ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ДИРЕКТИВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОСТОРУ В РАМКАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ	162

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

УДК 351

Балик Тетяна
студентка групи БМм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Юрик Наталія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
м. Тернопіль, Україна

Tetiana Balyk
Student of BMm-51group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Yuryk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК
ІНСТРУМЕНТУ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING MANAGEMENT AS A
TOOL FOR STRENGTHENING THE COMPETITIVE POSITION OF THE
ORGANIZATION

Нові виклики сучасності, нова політична та економічна парадигми, які сформувалися під час війни в Україні призвели до зміни підходів та умов функціонування підприємств в різних сферах. Перед підприємствами постала велика кількість проблемних завдань, в тому числі, пов'язаних з конкурентоздатністю та виживанням в умовах війни. Це, у свою чергу, вимагає від організацій постійного ефективного моніторингу, перегляду та вдосконалення концепцій, програм та стратегій маркетингового менеджменту як інструментів впливу на споживачів й посилення власних конкурентних позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Щоб досягнути на практиці реальних хороших результатів в цьому процесі потрібно створити всі сприятливі умови для адаптації та реалізації новітніх видів маркетингу та сучасних технологій менеджменту в поєднанні. Це можна буде реалізувати при умові детального вивчення та врахування потреб сучасного споживача, акцент якого дуже змінився та перемістився «з мирних на військові потреби». Задоволення саме таких потреб вимагає дієвої системи управління маркетингом. В свою чергу, дана система маркетингового менеджменту повинна враховувати процеси інтернаціоналізації, глобалізації, розвитку цифрової економіки тощо [1]. Варто також зазначити, що нові вимоги споживачів виробника ще більше загострюють існуючу проблему реалізації продукції чи послуг організації. І тут важливу роль потрібно приділити чинникам внутрішнього і зовнішнього ринкового середовища. Шляхами реалізації успішної політики в цьому напрямку може бути поєднання маркетингової та менеджерської діяльності підприємства з урахуванням креативних та інноваційних підходів.

Отже, вдале використання інструментів менеджменту сприятиме досягненню основних цілей маркетингової діяльності, що, у свою чергу, сприятиме успішному

збалансованому управлінню та досягненню загальних цілей підприємства, а також його розвитку за існуючих умов.

Перелік використаних джерел:

1. Прядко А.Г. (2020) Місце маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. *Молодіжна наукова ліга*. Сучасний стан та перспективи розвитку науки. Том 1. С. 77-79.

УДК 338:658

Балушевський Костянтин

аспірант

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

Якуб'як Олена

студентка

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

Науковий керівник: Малюта Людмила

д.е.н., професор

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

Konstantin Balushevsky

Postgraduate student

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Yakubiak

Student

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Maliuta Lyudmila

Doctor of Economics, Professor

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЗМІНИ ПРІОРИТЕТІВ ЛОГІСТИКИ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ CHANGES IN LOGISTICS PRIORITIES OF MODERN COMPANIES IN THE CONDITIONS OF WAR

Війна, що розпочалася 24 лютого 2022 року, мала великий вплив як на окремих громадян України, так і на організації та компанії, що знаходяться та функціонують на території даної країни. Українські підприємства повинні були змінювати свої логістичні підходи та мережі збуту, оскільки стало неможливим перевезення вантажів повітряними та водними способами. Навіть більше, вони почали освоювати нові галузі та перемикалися на інші сфери діяльності - і все це лише заради того, щоб продовжувати функціонувати.

У розрізі попередніх досліджень щодо дослідження економічного становища вітчизняного бізнесу в сучасних умовах воєнного стану та визначення перспективних напрямів розвитку логістики у даному контексті [1; 2], досліджуючи сучасні наукові джерела [3; 4] обґрунтуємо основні проблеми на необхідність зміни пріоритетів логістики сучасних компаній в умовах війни.

Перш за все, слід відмітити той ключовий факт, що давно сформовані логістичні ланцюги зазнали руйнації, і це було наслідком блокування доступу до морських пристаней та аеропортів, виникнення небезпеки перевезення продукції на вантажівках, зміни маршрутів постачання продукції, труднощів з паливом тощо. Усе це швидко змусило вітчизняні підприємства змінювати свої шляхи розповсюдження та займатися оптимізацією всіх логістичних процесів організацій. Таким чином, мультимодальні перевезення, які вже тривалий час домінували у міжнародній логістиці і на сьогоднішній день розглядаються як основні чинники економічного розвитку, зайняли провідну позицію в логістиці країни.

Окрім того, збільшилися вимоги до критеріїв якості світових відвантажень, а такі показники логістичних операцій як швидкість, надійність, адаптивність та персоналізація послуг отримують все більшого значення. Перевагою підприємства, що дозволяє їй довести свою конкурентоспроможність на ринку, є ефективне управління всіма компонентами, що входять до комплексу логістичних послуг, в тому числі й передача даних про поточний стан та місце розташування товарів клієнтам без обмежень у часі.

У наш час така технологія, як автоматизація процесів за допомогою роботизації, може значно допомогти у сфері логістики. Вона дає можливість не лише передавати інформацію замовникам про час доставки, але й попереджувати про вірогідні затримки, що можуть виникати в процесі доставки. Всі повідомлення створюються та надсилаються автоматично, що допомагає працівникам компаній зберегти час на виконання інших, не менш важливих завдань.

На початку війни, коли до України перевозили різноманітні вантажі, потрібно було швидко реагувати. Логісти з різних компаній разом розв'язували цю проблему. Товари вивантажували в інших країнах, а потім вже довозили в Україну. Звичайно, змінилися не лише ті логістичні ланцюги, що пов'язують Україну з іншими державами, але й ті, що функціонують всередині країни. Складські запаси компаній перевозилися зі сходу та центру країни на захід, де, на жаль, не було достатньо приміщень, щоб задовольнити потреби всіх організацій. Все це вартувало великих коштів та погано відбивалося на бюджеті підприємств. Однак були і певні плюси - утворення інших шляхів збуту продукції, в тому числі й міжнародних, більшість з яких проходили через Польщу. Попри те, що в загальному все виглядало добре, насправді було залучено багато нових працівників, що було не на користь компаніям. Все погіршилося ще більше, коли розпочалася нестача далекобійників, оскільки багато водіїв залишили свої місця, щоб захищати державу на фронті. Крім того, певних утруднень додало і те, що ціни на паливо різко зросли, а потім взагалі виник його дефіцит.

Зрештою, зараз українські логістичні підприємства вже навчилися пристосовуватися до різних умов на ринку, які весь час зазнають змін. Організації та фірми стають більш гнучкими, вони своєчасно реагують на всі нові проблеми. Щоб надати більше додаткових послуг для організації супроводу вантажів та, в результаті, завоювати прихильність більшої кількості клієнтів, компанії сприяють автоматизації логістичних процесів та розвитку ІТ-інструментів. Все це здійснюється заради покращення процесу доставки та надання максимального комфорту споживачам.

Перелік використаних джерел:

1. Балушевський К.Р., Малюта Л.Я., Яковчук Б.О. Перспективні напрями розвитку логістики України / Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Наука, інновації, бізнес: проблеми, перспективи і сьогочасні тренди розвитку», (Тернопіль, 26 травня 2023 року). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 71-74.

2. Малюта Л.Я., Коваленко А., Сорокопуд Г. Економічне становище вітчизняного бізнесу в сучасних умовах воєнного стану / Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ ім. І. Пулюя, академіка НАН України М.Г. Чумаченка: «Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу», (Тернопіль, 18 листопада 2022 року). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 49-50.

3. Економіка України та логістичний сектор під час війни: проблеми модернізації та перспективи : веб-сайт. URL: <https://logist.fm/publications/ekonomika-ukrayini-ta-logistichniy-sektor-pid-chas-viyni-problemi-modernizaciyi-ta> (дата звернення: 21.10.2023).

4. Трансформація логістичного ринку протягом року : веб-сайт. URL: <https://trademaster.ua/logistic/313642> (дата звернення: 21.10.2023).

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

Taras Ersteniuk
Postgraduate student of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ У ВІДПОВІДЬ НА ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗМІНИ XXI СТОЛІТТЯ TRANSFORMATION OF TRADITIONAL BUSINESS MODELS IN RESPONSE TO THE TECHNOLOGICAL CHANGES OF THE XXI CENTURY

Сучасний світ переживає період глибоких технологічних змін, які диктують нові правила в бізнес-середовищі. Підштовхнуті швидким розвитком інновацій, компанії по всьому світу перебудовують свої бізнес-моделі, стратегії та підходи до взаємодії з клієнтами. У центрі цього перетворення знаходяться цифрові технології, які стають ключовим інструментом для виживання та конкурентної переваги в умовах глобалізації та змінних ринкових умов.

Україна, як і багато інших країн, стоїть перед викликами адаптації до цієї нової реальності. Впровадження цифрових технологій, інтеграція в світові ринки, зміна споживчих звичок – усе це робить актуальним питання трансформації традиційних бізнес-моделей.

Електронна комерція, відома також як e-commerce, є однією з ключових інновацій, яка вплинула на світовий бізнес за останні десятиліття. Початки електронної комерції можна простежити ще до 1970-х, коли були створені перші системи електронного обміну даними. Однак її справжній бум почався у 1990-х, коли Інтернет став широко доступним для загального користування. З того часу, завдяки розвитку технологій та змінам у споживчому поведінці, електронна комерція виростає в гігантські масштаби, пропонуючи нові можливості для підприємців та зручність для споживачів [1].

Електронна комерція відкриває безліч можливостей у порівнянні з традиційними роздрібними моделями. Вона пропонує постійний доступ до товарів та послуг 24/7, дозволяючи споживачам робити покупки у будь-який зручний для них час. З іншого боку, фізичні магазини обмежені годинами роботи. Електронна комерція також має глобальне охоплення, адже підприємства мають змогу обслуговувати клієнтів з усього світу, тоді як традиційні магазини обмежені своєю географічною зоною. Крім того, ведення бізнесу в онлайн може знизити операційні витрати, такі як оренда приміщення та утримання персоналу. Ще одна ключова особливість електронної комерції – це здатність надавати персоналізовані рекомендації для споживачів на основі їхнього поведінкового аналізу, що часто відсутнє в традиційних роздрібних моделях.

У 2022 році електронна комерція зайняла 21 % усіх роздрібних ринків. На даний момент, 87 % покупців вивчають інформацію в інтернеті, перш ніж зробити покупку. А за даними Nasdaq, до 2040 і зовсім 95 % всіх продажів (незалежно від їх типу) відбуватимуться онлайн.

У 2022 році обсяг роздрібною торгівлі (у ніші електронної комерції, звісно) у всьому світі становив приблизно 5,2 трильйона доларів США. А найближчими роками цей показник має зрости на 56 %. Основний гравець на ринку – Alibaba. Китайська корпорація очолює рейтинг найбільших роздрібних продавців, але за прогнозами незабаром першість займе Amazon [2].

У XXI столітті виробничий сектор зіткнувся з революційними технологічними змінами, які вимагали переосмислення та адаптації традиційних бізнес-моделей. Основний акцент змістився від масового виробництва до гнучкіших та адаптивних методів.

3D-друк став головною інновацією, яка змінила сприйняття виробництва. Завдяки можливості створювати складні деталі без потреби в експенсивних формах або верстатах, підприємства можуть виготовляти невеликі партії продукції з високим рівнем індивідуалізації [3].

Роботизація також внесла свій внесок у трансформацію виробничого процесу. Роботи, оснащені сучасними датчиками та інтелектуальними системами, можуть виконувати задачі з високою точністю, при цьому їх можна швидко перепрограмувати для нових завдань.

Інтелектуальні виробничі системи, що базуються на Інтернеті речей, дозволяють збирати детальні дані про виробничий процес, що сприяє оптимізації та підвищенню продуктивності [4].

Сучасний етап розвитку технологій став детермінантом глобальних змін у бізнес-моделях підприємств. Цифрова трансформація не лише створює нові можливості, але і накладає відповідальність на компанії бути гнучкими, інноваційними та орієнтованими на потреби споживачів. Ці процеси призводять до переосмислення вже встановлених бізнес-моделей, адаптації до змінних реалій ринку та активного впровадження технологічних нововведень.

Тим не менше, трансформація традиційних бізнес-моделей – це не лише виклик, але і величезний потенціал для росту. Компанії, які вдалими кроками адаптуються до нових реалій, відкривають для себе нові ринки, диверсифікують джерела доходів та покращують якість взаємодії з клієнтами.

Останнім часом важливість гнучкості та інноваційності в бізнес-моделях стає очевидною. В умовах глобалізованого світу, де технологічні зміни відбуваються зі швидкістю світла, здатність швидко реагувати на зміни, прогнозувати потреби ринку та втілювати інноваційні рішення є ключем до успіху будь-якого сучасного підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В.. Електронна комерція та інтернет-торгівля. Київ, 2021. С. 16-22.
2. Статистика електронної комерції у 2022 р. Тенденції, факти, прогнози. URL: <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-komercii-u-2022/>.
3. 3D-друк – інновація чи буденність?. URL: http://stem.tnpu.edu.ua/assets/files/proekt_3d.pdf.
4. Як працює Інтернет речей: суть технології та її застосування в сучасному світі. URL: <https://focus.ua/uk/digital/521863-kak-rabotaet-internet-veshchey-sut-tehnologii-i-ee-primenenie-v-sovremennom-mire>.

Зубрецький Сергій
студент групи БММ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Юрик Наталія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
м. Тернопіль, Україна

Serhii Zubretskyi
Student of BMm-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Yuryk Nataliia
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА В ПОСИЛЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ SIGNIFICANCE AND ROLE OF THE MODERN MANAGER IN STRENGTHENING THE COMPETITIVE POSITION OF THE ORGANIZATION

У складних умовах сьогодення успішно функціонувати і утримувати конкурентні позиції спроможне не кожне підприємство чи організація. Для реалізації таких цілей необхідна наявність висококваліфікованих управлінських кадрів, тобто менеджерів-професіоналів, які б володіли теоретичними знаннями, мали б практичні навички роботи не тільки в стабільних умовах ринкової економіки, але й в умовах невизначеності та кризи. Особливо це стосується підприємств виробничої сфери, котрі повинні забезпечувати усі потреби суспільства, не дивлячись на політичні чи економічні процеси, які відбуваються в країні. Ефективність діяльності менеджерів виробничих підприємств можна оцінювати через отримані кінцеві результати функціонування останніх. При такому підході до оцінювання ролі та значення менеджерів основний акцент повинен ставитись на їх професійних вимогах, які базуються на відповідних здібностях та вміннях [1].

Вважаємо, що сучасні менеджери, приймаючи виклики сьогодення, повинні володіти здібностями та вміннями, такими як: аналітичність (ефективно застосовувати прогресивні методи діагностування та аналізу; оперативність та гнучкість (приймати своєчасні управлінські рішення, враховуючи ситуаційний чинник); нестандартність (вирішувати нестандартні завдання та приймати нестандартні управлінські рішення); багатовимірність (володіти багатовимірним типом управлінського мислення); багатоваріантність (вибирати найбільш оптимальний варіант з кількох альтернативних управлінських рішень); відповідальність (нести повну відповідальність за виконання своїх посадових обов'язків); комунікативність (встановлювати ділові виробничі відносини всередині та зовні організації за допомогою вербальної та невербальної комунікації); адаптивність (вміти пристосуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища організації); творчість (використовувати творчий підхід в управлінській діяльності). Отже, використовуючи дані здібності та вміння, сучасні менеджери зможуть не тільки досягнути значних професійних результатів, але й посилити конкурентні позиції підприємства на ринку і покращити його діяльність в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Корсікова Н.М., В.М. Череватий. Системний підхід до підвищення особистої ефективності сучасного керівника. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11, Вип. 1. URL: <https://www.fie.onaft.edu.ua/>

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
Student of PP-21 group
.Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Sergii Radynskyi
PhD (Economics)
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE

Сьогодні в Україні відбуваються серйозні економічні зміни. У цій ситуації покращення інвестиційного середовища та підвищення ефективності інвестиційного процесу є одним із основних напрямів національної політики на даному етапі. Вирішальним фактором погіршення інвестиційного середовища в Україні за останній рік стала повномасштабна війна.

Руйнування інфраструктури та промислових потужностей, логістичні проблеми, зміна попиту населення, зниження купівельної спроможності громадян та невизначеність щодо перебігу військових дій заважають бізнесу впевнено планувати свої інвестиції. З огляду на те, виникає нагальна потреба у пошуку шляхів розвитку інвестиційного клімату в Україні в умовах війни з метою забезпечення зростання національної економіки та підвищення рівня інвестиційної привабливості України.

Основні аспекти, які ватро врахувати при розробці інвестиційних проектів у таких умовах:

1. Політичні та геополітичний аналіз: в умовах війни важливо ретельно аналізувати політичну ситуацію в країні або регіоні, де планується інвестування. Геополітичні ризики можуть вплинути на стабільність та безпеку проекту.

2. Ризики безпеки: оцінка ризиків безпеки є критично важливою. Інвестори повинні бути готові до можливих конфліктів, терористичних актів, кібер атаках та інших загроз безпеці.

3. Законодавство і врегулювання: важливо розуміти правові рамки та врегулювання в країні, або регіоні, де розглядається проект. Законодавство може бути суворішим або змінюватися в умовах конфлікту.

4. Стратегічне планування: розробка стратегій для зменшення ризиків та підвищення стійкості проекту в умовах війни є важливою. Це може включати в себе резервні плани, вибір зон з меншими ризиками, а також обговорення можливостей співпраці з місцевими або міжнародними організаціями, які можуть забезпечити додаткову підтримку.

5. Фінансова стійкість: в умовах війни ризики фінансових втрат можуть зростати. Інвестори повинні бути готові до додаткових витрат і можливих перерв у проекті [2].

Першим у списку факторів, що негативно впливає на інвестиційний клімат України, є російсько-українська війна. Суттєвий вплив на погіршення інвестиційного клімату в Україні також чинить корупція та слабка судова система. Серед позитивних змін у підвищенні інвестиційної привабливості України доцільно відзначити отримання Україною статусу

кандидата в ЄС, скасування мит і квот на український експорт, а також «транспортний безвіз» із Європейським Союзом [1].

Чистий приплив прямих іноземних інвестицій за вісім місяців 2022 року оцінюється в 47 млн дол. США (в т.ч. реінвестування доходів в 681 млн дол. США). Для порівняння, чисті надходження за вісім місяців 2021 року склали 4,4 млрд дол. США (включаючи реінвестиції доходів – 4,8 млрд дол. США). Чистий приплив акціонерного капіталу (без урахування реінвестування доходу) становить 215 млн дол. США (за 8 місяців 2021 року – 585 млн дол. США). Чисті погашення за борговими інструментами становили 718 млн дол. США (за 8 міс. 2021 р. – 231 млн дол. США). Чистий приплив прямих іноземних інвестицій за серпень 2022 року оцінюється в 116 млн дол. США, а за серпень 2021 року – в 892 млн дол. США (рис. 1).

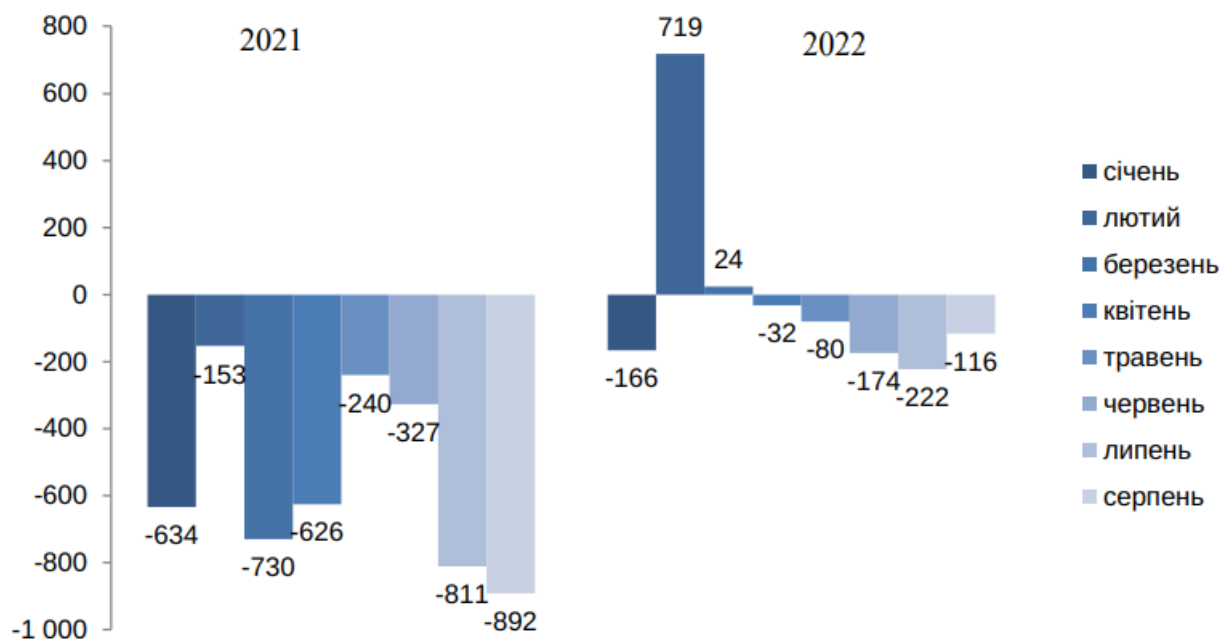


Рис.1. Прямі інвестиції, млн. дол. США [3]

За портфельними інвестиціями зведене сальдо економіки торгівлі між резидентами та нерезидентами у січні-серпні 2022 року було позитивним (1325 млн дол. США) на відміну від відповідного періоду минулого року (-2769 млн дол. США) (рис. 2).

Доцільно відзначити, що інвестиційний клімат в Україні, особливо у сфері інновацій, з року в рік покращується. Однак, враховуючи умови сьогодення, не зрозуміло, що буде зі стартапами в майбутньому.

Основним ресурсом для підтримки та сприяння розвитку інноваційних проєктів в Україні є венчурні компанії, які інвестують значні кошти на початкових етапах розробки та розширення проєкту. [3].

Сьогодні венчурні компанії знаходять в невизначеності. Економічна нестабільність свідчить про подальше скорочення фінансування таких проєктів. Очікується, що майбутні рівні інфляції дозволять іноземним інвесторам купувати або фінансувати стартапи дешевше, але вони не принесуть прибутку, оскільки люди не мають коштів купувати ці послуги чи продукти.

Загалом, ситуація залежатиме від тривалості війни та подальшої підтримки національної економіки з боку країн партнерів.

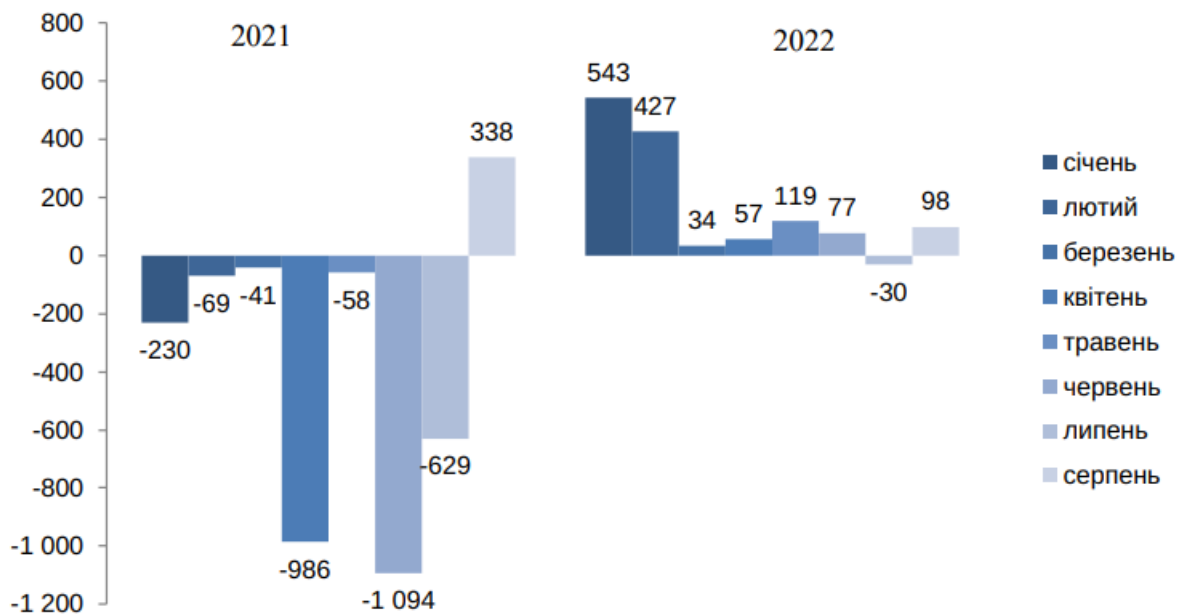


Рис. 2. Портфельні інвестиції, млн. дол. США [3]

Інвестиції на сьогоднішній день вважаються ключовим катализатором розвитку національної економіки та потужним інструментом для впровадження структурних та якісних змін у соціально-економічній системі.[4]. До 2022 року інвестиційне середовище в Україні характеризувалося низькою активністю в цій сфері. В умовах війни Україна довела свою здатність діяти як правова держава, демонструючи гармонійну співпрацю різних інституцій на всіх рівнях, спрямовану на збереження державного порядку і комплексну підтримку економічної діяльності протягом цього періоду.

Навіть за таких важких обставин існують реальні інвестори, які готові надалі вкладати кошти у військову економіку країни, незважаючи на всі ризики. Для забезпечення цього процесу важливо, щоб держава надавала належну підтримку.

Перелік використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення до ресурсу 23.10.2023 року)
2. Дослідження інвестиційної активності в Україні. URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analytika>. (дата звернення до ресурсу 23.10.2023 року)
3. Статистика зовнішнього сектору. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external#6>. (дата звернення до ресурсу 23.10.2023 року)
4. Інвестиції в Україну URL: https://lb.ua/blog/olena_korobkova/563936_investitsii_ukrainu_strahuvannya.html (дата звернення до ресурсу 23.10.2023 року)

Левковець Олена
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
м. Харків, Україна

Olena Levkovets
PhD, Associate Professor
Associate Professor of International Economics and Management Department
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
Kharkiv, Ukraine

РОЗВИТОК СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ ЕТАП THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINE STARTUP ECOSYSTEM: THE CURRENT STAGE

Цифровізація та глобалізація радикально змінюють природу соціально-економічних процесів і підходи до управління ними. Знижуються бар'єри входження до галузей, нівелюється значення локації бізнесу. Стартапи в нових умовах перетворилися на потужну економічну силу, є рушіями інноваційного розвитку національних економік, виконують низку важливих макроекономічних функцій [1, с. 59]. Але передумовою для цього є наявність у країні розвиненої стартап-екосистеми. Чому? Стартап - тимчасова організація, створена для пошуку відтворюваної, придатної для масштабування бізнес-моделі. Обов'язковими характеристиками стартапу є: високі темпи зростання; пошук і апробування бізнес-моделі, безупинні тестування /валідації гіпотез. Успішний розвиток передбачає 2 варіанти завершення проектного циклу: 1) масштабування з перетворенням на зрілу організацію, яка використовує знайдену інноваційну бізнес-модель для експансії; 2) екзит (exit) через продаж великій компанії. Це визначає особливі умови для успішної реалізації таких проєктів, тому функціонування стартапів розглядають у контексті певної *екосистеми*.

Під *стартап-екосистемою* розуміють сукупність суб'єктів, між якими складається система взаємозв'язків у процесі ідентифікації, підтримки, розвитку, комерціалізації стартапів. Це відкрита динамічна система, утворена інституціями, що мають спільне бачення стратегічного напрямку руху, об'єднані розгалуженою мережею взаємозв'язків, функціонують на принципах саморегуляції, емерджентності, коеволюції, адаптивності, саморозвитку. Концепція стартап-екосистеми ґрунтується на моделі життєвого циклу стартапу, що дозволяє визначити ключові напрями підтримки для розвитку проєкту: 1) стадії pre-seed, seed, запуск - формування (залучення талантів, доступ до знань/ експертизи); 2) раннього та пізнього зростання - перевірка (розроблення мінімально життєздатного продукту, забезпечення Product & Market Fit); 3) експансії – зростання/масштабування (Business Model & Market Fit).

Для класифікації суб'єктів екосистеми акцентують на ключових функціях: таланти, підприємництво, навчання, фінансування, сервіс. Startup Commons виокремлює творців бізнесу, постачальників підтримки (акселератори, інкубатори та ін.), розробників екосистем (забезпечують інтеграцію та взаємодію елементів екосистеми), великі корпорації, венчурних інвесторів. Ці суб'єкти можуть бути поліфункціональними та учасниками інших екосистем. В глобальному цифровому ландшафті конкурентоспроможна стартап-екосистема має бути цифровою. Український фонд стартапів (USF) визначає *стартап-екосистему* як платформу, мета якої полягає у створенні та просуванні українських стартап-команд, і яка складається з українських та глобальних стейкхолдерів, що здійснюють функції координації та підтримки [1, с. 63].

Продуктивність стартап-екосистем визначають: якість інститутів (базові умови для інновацій); якість учасників (компетенція та навички); якість зв'язків (створення мереж,

розвиток). Формування та розвиток таких екосистем відбуваються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників.

Цифрова глобалізація відкриває для стартапів будь-якої локації можливість брати участь у програмах провідних акселераторів світу, взаємодіяти з великими корпораціями, усуває бар'єри входження до галузей, дозволяє обходити ресурсні обмеження національних економік; гнучкість і адаптивність зумовлюють переваги стартапів перед великими корпораціями в динамічних сферах AI, IoT та ін. Масштабування потребує ємності ринку не менш як у 100 млн. споживачів, що зумовлює відпочатку *глобальне орієнтування* діяльності стартапів (звичайним є такий алгоритм дій: ранні стадії - локальний ринок, подальші комунікації - в країнах масштабування). Зміна стартапами юрисдикції та місцезнаходження спричинює проблему *ідентифікації національної належності* (так, Startup Blink встановлює її з огляду на те, яка екосистема підштовхнула стартап до успіху, тому у рейтингу GSEI-2023 до стартап-екосистеми України віднесено єдинорогів Grammarly та People.ai). Відбуваються зміни в *економіці стартапів*: відбуваються IPO або M&A стартапів без прибутку; короткі технологічні цикли зумовлюють необхідність безперервних інновацій (не одної); статус єдинорога (капіталізація від 1 млрд. дол.) стартап може отримати вже у перший рік існування; венчурні фонди відтермінують IPO портфельних стартапів, прагнучи збільшити вартість останніх. *Рецесія* та скорочення обсягів венчурного фінансування в світовій стартап-індустрії (Crunchbase у 2022-2023 рр. фіксує стиснення глобальних інвестицій у стартапи, відновили зростання лише напрями AI) ускладнюють залучення інвестицій. Специфіку ж національних стартап-екосистем визначають низка внутрішніх чинників, які накладають певні обмеження на дії учасників: державне регулювання, бізнес-середовище, розвиненість ІКТ, стан і кон'юнктура ринку, соціо-культурні норми та ін.

У 2022 р. Dealroom оцінила українську стартап-екосистему в 23,3 млрд. євро (1500 активних стартапів). В рейтингу Startup Blink (GSEI) 2023 Україна посіла 49 місце серед 100 країн з найбільшим стартап-потенціалом, додавши 1 позицію порівняно з 2022 р. На державному рівні задекларовано підтримку національної стартап-екосистеми. Утім, в умовах виключних ресурсних обмежень така підтримка має спиратися на стале методологічне підґрунтя. Для означених цілей доцільно застосувати елементи методології Startup Genome і Startup Commons [1, с. 66].

Стартап-екосистема має життєвий цикл, протягом якого проходить кілька стадій. Кожна стадія має певні особливості, характеристики ресурсів, завдання. Startup Genome вирізняє 4 стадії розвитку екосистем стартапів (активування, глобалізація, залучення, інтеграція), з якими корелюють принципово різні стратегії підтримки. Startup Commons класифікує стадії розвитку стартап-екосистем за рівнем зрілості (A – декларування, B – картографування та vision, C – вимірювання та оцінювання, D – оркестрування та інтеграція), підкреслюючи формування релевантних заходів підтримки відповідно до особливостей кожної. Перспективи розвитку стартап-екосистеми визначають: 1) збереження та зростання внутрішнього потенціалу (успішність стартапів, вартість їх ринкових оцінок і екзїтів), зміни стартапами екосистеми, частка реінвестованих доходів стартапів та суб'єктів екосистеми; 2) зовнішній потенціал: суб'єкти та ресурси, що можуть бути залучені.

Аналіз, виконаний нами в [1], дозволяє стверджувати наступне. Стартап-екосистема України, попри успіхи 2017-2021 рр., перебуває на ранній стадії розвитку: рівень «B» за Startup Commons, перехідний до етапу «глобалізації» – за Startup Genome. Головним чинником успіху, за оцінками Startup Blink, є людський ресурс («таланти»). Утім, для екосистем ранніх стадій його питома вага становить лише 10 %, оскільки за відсутності інших чинників таланти змінюють екосистему. Startup Blink другий рік поспіль зазначає (GSEI-2023), що серед найбільших викликів для української стартап-екосистеми – безпрецедентна підтримка від інших держав, що формує ризики зміни фахівцями екосистем. Екосистема, яка втрачає ресурси, повертається на попередні стадії розвитку.

Функціонування стартап-екосистеми України наразі має адаптивний характер, відбувається досить успішно (з огляду на умови), але потребує підтримки з боку держави та

операторів екосистеми, оскільки одні й ті самі чинники формують як можливості збереження, так і ризики втрати інноваційного потенціалу країни унаслідок зміни стартапами екосистеми.

Ідентифікація рівня зрілості дозволяє розробити систему релевантних заходів підтримки. Рівень «В» передбачає створення спільного бачення та стратегії розвитку стартап-екосистеми, актуальним завданням етапу є картографування. Етап «глобалізації» потребує підтримки стартапів для збільшення раннього глобального охоплення ринку. В 2023 р. USF спільно з венчурним фондом TA Ventures та Міністерством цифрової трансформації представили карту стартапів з 9 пріоритетними вертикалями секторів для інвестування (техніка, будівництво, ЖКГ; логістичні технології, експорт/імпорт, AgTech/FoodTech, EdTech, кібербезпека, цифрове здоров'я, military tech та ін.), що є важливим кроком у розвитку національної стартап-екосистеми. Утім, мету розвитку української стартап-екосистеми все ще не сформульовано. USF бачить її у тому, щоб стартапи створювалися, розвивалися, залишалися в країні, формуванні репутації стартап-нації для подальшого глобального успіху [1, с. 75]. Тривають дискусії щодо ефективності державної підтримки стартапів ранніх стадій з огляду на глобальний характер їх діяльності. Аргументи «за»: ІТ-сектор забезпечує приплив валюти в країну від стартап-аутсорсингу; нетворкінг (розробники поширюють інформацію про компанії за своїми ком'юніті, сприяючи розвитку ділових зв'язків). Так, Genesis активно будує власну екосистему TRMNL4 - платформу, що об'єднуватиме стартапи Центрально-Східної Європи. Місія: поєднати фаундерів з досвідом Genesis, провідних світових компаній (Meta, AWS, Notion, ін.), та інвесторів. Платформа співпрацює зі стартап-екосистемами різних країн [2].

Перспективи розвитку українських стартапів під час війни пов'язані з активним інтегруванням національної стартап-екосистеми до світової через акселераторські програми (Y-Combinator, Startup Wise Guys, ін.). Роль держави полягатиме у пошуку/підтримці оптимальних форматів такої інтеграції. Наразі підтримка спрямована переважно на захист і відновлення роботи стартап-команд, здійснюється у формі освітніх та PR-проектів, допомоги щодо доступу до міжнародного фінансування (Google for Startups та ін.), участі у програмах провідних акселераторів. USF запустив ініціативу розміщення та пошуку стартапами підтримки на платформі SaveUASstartups – інтерактивній карті, яка постійно оновлюється. Проект дозволяє стартаперам отримати безкоштовне менторство за актуальними напрямками (AI, фінанси, бізнес-моделі, PR та комунікації, ін.). Пряма ж державна підтримка передбачена лише для проектів критично важливих для країни технологій (military tech, dual-tech).

Збереження стартап-індустрії – це шанс на відновлення науково-технічного потенціалу країни в умовах катастрофічних масштабів утрат. Передумова успіху: системний підхід до розроблення та реалізації заходів державної підтримки національної стартап-екосистеми відповідно до цілей, завдань, ризиків поточної стадії її розвитку.

Перелік використаних джерел:

1. Левковець О. М. Стартап-екосистема України в контексті завдань збереження та розвитку інноваційного потенціалу. *Економічна теорія та право*. 2022, № 3 (50). С. 59-85 URL: http://econlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Economic-Theory-and-Law-2022-3_59-85.pdf
2. Пилипів І. Нова Кремнієва долина: як Genesis будує найбільшу стартап-спільноту в Центрально-Східній Європі. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/10/13/705434/>

Ленишин Іван
студент групи БАМ-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Мосій Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Ivan Lenyshyn
Student of BAm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

ТЕНДЕНЦІЇ У НАДАННІ НЕВІДКЛАДНОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНСЬКИХ ГРОМАДАХ У 2021-2023 РР. TRENDS IN THE PROVISION OF EMERGENCY MEDICAL AID IN UKRAINIAN COMMUNITIES IN 2021-2023

Розбудова спроможних українських громад нерозривно пов'язана із охороною здоров'я населення. Від якості надання невідкладної медичної допомоги залежить здоров'я та життя громадян. Деякі з тенденцій у наданні невідкладної медичної допомоги станом на 2021-2023 рр. включали:

- все більш поширеною стає телемедицина, що дозволяє медичним працівникам віддалено оцінювати та лікувати пацієнтів. У невідкладній медицині це особливо корисно для початкового триажу, консультацій та подальшої допомоги. Кількість користувачів такими послугами під час війни значно збільшилася, зокрема і через потребу в консультаціях українцям з-за кордону, неможливість потрапити до лікувального закладу через його нефункціональний стан;

- розробка мобільних додатків (наприклад, онлайн-сервіс Helsi, додаток TacticMedAid, медична система MISU, застосунок HealUA, додаток mojeIKP), які можуть допомогти людям отримувати своєчасну інформацію про надзвичайні ситуації, знайти сусідні заклади охорони здоров'я, знайти лікаря та записатись до нього на прийом або ж отримати онлайн-консультацію, замовити ліки зі знижкою, записатись на вакцинацію, зберегти свої медичні дані (результати аналізів, плани лікування, рецепти на ліки та ін.), і навіть запропонувати рекомендації щодо основного надання першої допомоги;

- розширення ролі фельдшерів поза традиційним реагуванням на надзвичайні ситуації для забезпечення профілактичної допомоги та подальшого спостереження в громаді, особливо для пацієнтів із хронічними станами;

- використання портативних діагностичних пристроїв та швидкого тестування для швидкої оцінки та діагностики стану пацієнтів, допомагаючи визначити найбільш відповідний курс лікування;

- використання розширеної аналітики даних та машинного навчання для більш ефективного прогнозування та реагування на надзвичайні ситуації, оптимізацію розподілу ресурсів та покращення результатів пацієнтів;

- підвищення уваги до готовності та реакції на масові нещасні випадки, які можуть включати стихійні лиха, теракти та пандемію та залучення до надання медичної допомоги

фармацевтів, студентів 4-6 років навчання за спеціальностями галузі знань «Охорона здоров'я», лікарі-інтерни в якості допоміжного персоналу;

- зростання важливості задоволення потреб психічного здоров'я в умовах невідкладної допомоги, включаючи навчання медичних працівників управління кризами психічного здоров'я;

- надання більшого акценту на розробці та використанні інноваційних заходів щодо засобів особистого захисту та контролю за інфекцією в екстреній медицині за час пандемії Covid-19;

- використання тренувань із імітацією для медичних працівників для підвищення кваліфікації та підготовки їх до різних екстрених сценаріїв;

- використання альтернативних методів транспортування, таких як безпілотники та автономні транспортні засоби, для швидкого транспортування медичних запасів, обладнання або навіть пацієнтів у надзвичайних ситуаціях.

Перелік використаних джерел:

1. Функціонування медичної сфери в громадах в умовах воєнного стану – Експерти U-LEAD надали роз'яснення. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14930?page=2>

2. Реформа системи екстренної медичної допомоги: аналіз і поточні результати. URL: <https://medplatforma.com.ua/article/1937-sistema-ekstreno-medichno-dopomogi-v-ukran>

3. Литвинова О. Н., Шульгай А. Г., Теренда Н. О., Трущенко Л. В. Екстремальні ситуації в державі як каталізатор необхідності внесення змін до основ законодавства України про охорону здоров'я / *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. Вид-во ДВНЗ «Тернопільський державний медичний університет ім І.Я. Горбачевського МОЗ України», № 3 (85). 2023. С. 106-113.

УДК 338.24

Машлій Галина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри менеджменту та адміністрування

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Баляс Ігор

студент групи БМм-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Halyna Mashliy

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Management and Administration Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Ihor Balias

Student of BMm-61 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ ELEMENTS OF THE PRODUCTION POTENTIAL MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE AND DIRECTIONS FOR IMPROVING ITS USING

Посилення економічної нестабільності, загострення конкуренції міжнародних і вітчизняному ринках, наявність процесів глобалізації та інтеграції все гостріше зумовлюють потребу використання ефективних систем управління виробничим потенціалом підприємств, націлених на максимальне використання наявних ресурсів задля досягнення стратегічних цілей підприємства.

У складі системи управління виробничим потенціалом підприємства доцільно виділяти такі елементи, що входять до неї:

- об'єкт управління, яким виступає виробничий потенціал;
- мету управління, яка полягає у забезпеченні розвитку об'єкта управління;
- виділені критерії управління, що формують систему показників, які забезпечують здійснення контролю стану й завдання розвитку окремих складових потенціалу;
- суб'єкти управління;
- методи, а також напрями управління, що є націленими на здійснення залучення, використання й нарощування наявного виробничого потенціалу;
- необхідні матеріальні, фінансові, організаційні та інші ресурси [1].

У процесі проведення оцінювання рівня ефективності, яким відзначається використання виробничого потенціалу підприємства, здійснювати виокремлення внутрішньої і зовнішньої складових такої оцінки, що пояснюється напрямом їх спрямування та віднесенням результатів до певної сфери. Беручи до уваги те, що база виробничого потенціалу підприємства формується за рахунок наявних у нього ресурсів, доцільно у процесі формування показників, що слугують для оцінки дієвості використання виробничого потенціалу, доречним є за їх спрямованістю виділяти показники, що характеризують внутрішню і зовнішню ефективність, що стосується використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів [2].

Зростання дієвості управління виробничим потенціалом підприємства може бути досягнуто за рахунок [3, с. 136]:

- постійного відстеження змін ресурсної складової;
- практичної реалізації функцій і форм управління виробничим потенціалом за допомогою інструментів, методів та важелів;
- забезпечення розроблення новітніх інструментів, потреба у яких виникає у випадку зміни внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства;
- вдосконалення механізму управління виробничим потенціалом підприємства із урахуванням специфіки його діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Олійник Т. І., Косенко А. О. Управління виробничим потенціалом підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8352>
2. Арєф'єва О.В., Вовк О.М., Соборайчук Т.Ю. Управління ефективністю використання виробничого потенціалу транспортного підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 24. с. 85-90.
3. Жук Є. О. Виробничий потенціал як фактор розвитку підприємства за умов невизначеності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 3(3). С. 207-211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3%283%29_46

Машлій Галина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Петришин Віталій
студент групи БМм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Halyna Mashliy
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Vitalii Petryshyn
Student of BMm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА DIRECTIONS FOR IMPROVING THE COMPANY'S OPERATIONAL ACTIVITIES

Операційній діяльності підприємства, що є його основною діяльністю, належить ключова роль у забезпеченні ефективності отриманих виробничо-господарських та фінансових результатів роботи.

Здійснення ефективного управління операційною діяльністю підприємства є досить складним завданням. Функціонування організацій часто супроводжується кризовими ситуаціями, які спостерігаються в економічній, соціальній та інших сферах. Для сучасного етапу характерні явища економічної нестабільності, загострення конкуренції, яка існує на вітчизняному і міжнародних ринках, наявність процесів інтеграції та глобалізації економіки, військових конфліктів, природних та техногенних катаклізмів у різних країнах світу. Усе це зумовлює потребу гнучкого пристосування до різноманітних змін зовнішнього і внутрішнього середовища, що безпосередньо стосуються особливостей формування, функціонування, розвитку діяльності організації. Це також вимагає від підприємств розроблення ефективної операційної стратегії, що є найбільш доцільною стосовно конкретних перспективних умов діяльності.

До основних напрямів удосконалення операційної діяльності підприємства можна віднести наступні:

- максимальна орієнтація на найповніше задоволення потреб споживачів, зростання якісних характеристик продукції;
- втілення ефективної асортиментної політики;
- забезпечення ритмічності виробництва й реалізації продукції;
- удосконалення системи постачання та зберігання матеріальних ресурсів;
- досягнення гнучкості виробництва й реалізації, швидке врахування ринкових змін у своїй роботі;
- активне фінансування наукових розробок;
- інтенсивне впровадження інновацій;
- покращення використання фінансових і матеріальних ресурсів підприємства;
- використання ефективних інструментів формування та розвитку персоналу;
- розроблення дієвого механізму мотивації праці;
- стимулювання творчої активності персоналу підприємства;
- покращення умов праці;
- формування комфортного соціально-психологічного клімату у колективі

працівників;

- підвищення рівня трудової дисципліни, зокрема, на основі зростання свідомості та відповідальності працівників за виконання доручених їм завдань, усвідомлення їх ролі у діяльності підприємства та інші.

Практична реалізація цих та інших заходів сприятиме зростанню ефективності операційної діяльності підприємства, покращенню використання усіх наявних у нього ресурсів, відкриватиме перспективи для його подальшого росту.

Перелік використаних джерел:

1. Омеляненко Т. В., Осокіна А.В. Операційний менеджмент: презентаційний курс: навч. посіб. К. : КНЕУ. 2016. 197 с.

УДК 330.341.1

Синоверський Назар

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

Nazar Synoverskyi

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

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ THE ROLE OF INNOVATION AT THE ENTERPRISE

У сучасних умовах підприємствам необхідно постійно вдосконалюватися заради утримання конкурентних переваг, що є неможливим без впровадження інновацій. Вони дають змогу створити нові продукти, послуги, технології та процеси, які можуть привабити/залучити клієнтів і допомагати підприємству займати топові позиції на ринку. Інноваційний підхід допомагає підприємствам адаптуватися до змін в бізнес-середовищі, підвищувати продуктивність та зменшувати витрати, а також створювати стійкі конкурентні переваги.

Підприємства, які активно інвестують у інновації та розвиток нових рішень, зазвичай є краще підготовленими до мінливості ринку і можуть ефективно конкурувати з іншими гравцями. Таким чином, інновації є важливим інструментом для досягнення стабільної конкурентоспроможності підприємства у сучасному бізнес-середовищі [1].

Ефективні механізми інтеграції інновацій допомагають збільшити інноваційну активність підприємств і поліпшити їхні економічні результати, що передбачає методики та процеси, які сприяють успішному впровадженню нових ідей та технологій в діяльність підприємства.

Інновації охоплюють нові форми організації праці та управління, технологічні розробки та інші результати інтелектуальної праці. Вони спрямовані на удосконалення соціально-економічної діяльності та підвищення якості життя.

Інноваційні процеси містять систему заходів, спрямованих на трансформацію ідей у конкретні продукти, технології, послуги або структури. Ці інновації впроваджуються в господарську практику та суспільну діяльність. Усі ці аспекти підкреслюють важливість інновацій як ключового фактора для ефективного розвитку підприємств і суспільства в цілому.

Для досягнення успіху на інноваційній платформі, підприємство повинно активно шукати та впроваджувати ринкові можливості для інноваційного розвитку. Це допомагає

забезпечити тривале виживання та розвиток підприємства у нестабільному ринковому середовищі.

Підходи до забезпечення конкурентоспроможності, які включають скорочення кількості управлінських рівнів для прискорення процесів, визначення пріоритетних напрямів інновацій, мінімізацію термінів розробки та імплементації інноваційних проєктів, сприяють більш ефективному впровадженню інновацій на підприємстві [2].

Важливою є роль законодавства у регулюванні діяльності інноваційного підприємництва, а також створення відповідної інфраструктури для розвитку інноваційних проєктів, що передбачає упорядкування законодавства, роботу патентних підрозділів, інвестиційну діяльність та інші аспекти, що сприяють інноваційному розвитку [3].

Отже, інновації вимагають різноманітних заходів в економічному, фінансовому, науковому, організаційному та технічному напрямках. Ці заходи повинні взаємодіяти та доповнювати один одного для досягнення кращих результатів. Інновації відзначаються взаємодією і співпрацею між галузями, секторами та інституціями. Це означає, що ефективна політика нововведень повинна сприяти злиттю зусиль різних суб'єктів для досягнення спільних цілей.

Інноваційна економіка може забезпечити успіх країни, розвиток господарства, інтереси громадян і майбутнє держави. Це підкреслює важливість інновацій для сталого економічного зростання та поліпшення якості життя. Оскільки інновації відіграють ключову роль у сучасному економічному середовищі, важливою є координація різних сфер та створення умов для їх успішного розвитку.

Перелік використаних джерел:

1. Водянка Л. Д. До питання про економічну сутність поняття інновацій та їх класифікації. Науковий журнал Інноваційна економіка. 2012. № 5. С. 173-178.
2. Жук М. М. Організаційно-економічний механізм активізації інноваційних процесів АПК України: дис. ... канд. екон. наук; 08.00.03. Кам'янець-Подільський, 2016. 220 с.
3. Поліщук О.О. Сутність поняття «інноваційна діяльність» як соціально-економічної категорії. Економічний вісник Донбасу. № 3 (21), 2010. с. 169-171.

УДК 330

Суховерша Володимир

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

Volodymyr Suhoversha

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

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОКРАЩЕННІ КООРДИНАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ УКРАЇНИ У СПІВПРАЦІ З ПАРТНЕРАМИ ЄС THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN IMPROVING THE COORDINATION OF LOGISTICS PROCESSES IN UKRAINE IN COOPERATION WITH EU PARTNERS

Роль інформаційних технологій у покращенні координації логістичних процесів визначається їх здатністю забезпечити збалансований та ефективний обіг інформації, відповідно до потреб логістики. Інформаційні технології дозволяють автоматизувати та спростити завдання, пов'язані зі збором, обробкою та передачею даних, а також сприяють вирішенню викликів щодо забезпечення безперервності логістичних процесів.

Аналіз передового досвіду країн ЄС у використанні інформаційно-комунікативних засобів у логістиці представляє собою важливий компонент дослідження, спрямованого на ідентифікацію оптимальних практик та можливостей для адаптації українським умовам та вивчає, як країни ЄС використовують інформаційні технології та комунікаційні рішення для оптимізації логістичних процесів, підвищення рівня сервісу та зменшення витрат. Вивчення технологій, які вже успішно застосовуються в країнах ЄС, таких як системи автоматизації, електронні платформи для обміну даними, системи відстеження вантажів та системи прогнозування попиту, як в принципі, і висвітлення цього досвіду спрямоване на виявлення найбільш перспективних рішень для адаптації в українському логістичному середовищі.

Крім того, розглядаючи можливі перешкоди та виклики, які можуть виникнути при адаптації європейського досвіду до українських умов, отримуємо рекомендації щодо успішної імплементації передових інформаційно-комунікативних рішень у логістичну систему України.

Проблеми та перспективи інтеграції України в логістичну систему ЄС через вдосконалення інформаційно-комунікативного забезпечення становлять складний аспект сучасного логістичного виміру. В цьому контексті досліджується важливість інформаційних технологій та ефективного обміну даними для створення єдиного логістичного простору з Європейським союзом.

Детальний аналіз впливу інформаційно-комунікативного забезпечення на управління логістичними процесами дає можливість впливати на динаміку розвитку міжнародної торгівлі та ідентифікацію ключових викликів та перспектив, які можуть виникнути під час інтеграції України в європейський логістичний простір, зокрема стосовно гармонізації інформаційних стандартів та забезпечення діалогу між партнерами.

Розвиток інформаційно-комунікативних платформ для сприяння логістичній співпраці України з партнерами ЄС у повоєнний період є актуальним завданням, яке передбачає створення спеціалізованої інформаційної інфраструктури для поліпшення комунікацій та координації між учасниками логістичних операцій. Дослідження розглядає необхідність створення таких платформ та ідентифікує можливості їх розвитку.

Сучасні інформаційні технології в логістиці та міжнародних відносинах відіграють ключову роль у покращенні ефективності ланцюгів постачання, сприяють зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності. Ось деякі з найбільш важливих інформаційних технологій, які зараз використовуються в цих галузях:

Системи управління ланцюгом постачання (SCM): SCM-системи дозволяють компаніям керувати всіма аспектами ланцюга постачання, включаючи планування, виробництво, постачання та розподіл. Вони допомагають вирішити завдання, пов'язані зі збалансованою поставкою, зменшенням запасів та оптимізацією процесів.

Системи управління складами (WMS): WMS-системи дозволяють ефективно керувати складськими операціями, включаючи отримання, зберігання та видачу товарів. Вони надають можливість відстежувати рух товарів на складі та підвищувати продуктивність робочої сили.

Системи відстеження вантажів (RFID, GPS): Використання RFID (Radio-Frequency Identification) та GPS (Global Positioning System) дозволяє точно відстежувати місцеположення вантажів та забезпечувати реальний час інформацією про їх рух. Це особливо корисно для глобальних логістичних операцій.

Електронні комерційні платформи та маркетплейси: Електронні ринки і маркетплейси дозволяють легко здійснювати оптові та роздрібні операції, сприяють взаємодії між постачальниками та споживачами, а також надають можливість вибору найкращих умов.

Системи аналізу даних та прогнозування попиту: Аналітика даних та інструменти прогнозування допомагають компаніям розуміти та передбачати попит на їхні товари та послуги. Це сприяє оптимізації запасів та плануванню виробництва.

Електронні документи та електронний обмін даними: Використання електронних документів та систем електронного обміну даними (EDI) спрощує процеси замовлення, доставки та оплати. Це зменшує час, потрібний для виконання логістичних операцій.

Інтернет речей (IoT): Сенсори та з'єднані пристрої IoT дозволяють відстежувати стан обладнання, вантажів та транспортних засобів в режимі реального часу. Це спрощує моніторинг та підтримку логістичних процесів.

Роль інформаційних технологій у покращенні координації логістичних процесів під час співпраці України з партнерами ЄС є важливим аспектом забезпечення ефективної логістики та успішної інтеграції в європейський ринок. Інформаційні технології дозволяють оптимізувати процеси поставок, відстежувати рух товарів, управляти запасами та забезпечувати вчасну інформацію для прийняття рішень.

Інтеграція інформаційних технологій може значно покращити логістичні процеси, зменшити витрати та підвищити продуктивність. Однак, цей процес вимагає детального планування та вивчення конкретних потреб логістичної системи.

УДК 338.245.6

Суходольська Ірина
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

Iryna Sukhodolska
student of PPM-51 group
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

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ВИРОБНИЦТВО ТОВАРІВ В УКРАЇНІ **THE INFLUENCE OF THE WARTIME ON THE GOODS PRODUCTION IN UKRAINE**

Вітчизняні підприємства зазнали нечуваних збитків від війни, яку розв'язали окупанти майже два роки тому. Підприємці зазнали великих збитків, але все одно стояли на своєму. Багато компаній зазнали великих втрат, особливо на початку великої війни. Звичайно, є бізнесмени, які втратили все через знищення та жорстоку окупацію частини нашої території. Але в цілому український бізнес зміг вистояти і працювати, незважаючи на всі спроби знищити нашу економіку – як військовими діями, так і енергетичною кризою.

Падіння національної економіки за підсумками 2022 року склало безпрецедентні 30,4 відсотка, а споживча інфляція становила 26,6 відсотка, що означає здорожчання товарів і послуг в Україні в середньому на чверть [1].

Громадська організація «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» (ІЕД) в рамках зміни дії проекту «Підтримка Громадської ініціативи «За чесну та прозору митницю» здійснилося щомісячне опитування керівників промислових підприємств і зробили такі висновки щодо обсягів виробництва: «У серпні 2023 року Індекс змін у виробництві збільшився з 0,13 до 0,18. Це відбулось через зменшення частки промислових підприємств, що скорочували виробництва шляхом збільшення частки тих, на яких не планується змін. Очікування промислових підприємств на наступні три місяці високі, значення Індексу очікуваних змін обсягів виробництва збільшилось, із 0,43 до 0,46 шляхом зростання частки «оптимістів». Значення агрегованого показника перспектив

промисловості збільшилось із 0,12 у липні до 0,17 у серпні шляхом збільшення двох із трьох складових показника» [2].

Виділено такі негативні чинники, які впливають на роботу підприємств у період воєнного стану:

- 1) проблеми зі збутом продукції;
- 2) втрата постачальників;
- 3) проблеми з експортом продукції;
- 4) нестача працівників з причини вимушеного переміщення;
- 5) нестача працівників з причини мобілізації тощо.

Війна вплинула не лише на кожного українця, але й на всі галузі української економіки. Зокрема, від російської агресії постраждав аграрний сектор країни і її наслідки відчула кожна сфера сільського господарства. За результатами отриманих даних у 2022 році виробництво зернових культур знизилось на 37% до приблизно 53,9 млн. тонн порівняно з рекордним рівнем 2021 року. Водночас виробництво олійних скоротилося на 24% і складає 17,5 млн. тонн. Таке зниження обсягів виробництва спричинили наступні фактори:

- 1) тимчасовою окупацією частини українських територій;
- 2) веденням бойових дій на частині територій, що унеможлиблює господарську діяльність;
- 3) замінуванням звільнених територій;
- 4) зниженням врожайності в порівнянні з 2021 роком;
- 5) ускладнений та суттєво розтягнутий в часі збір врожаю через дощову погоду восени та інші [3].

Наслідком скорочення обсягів виробництва продукції є зниження експорту. Але головна причина не у виробництві, а в блокаді російською армією морських портів, які є традиційними експортними маршрутами України. Лише завдяки великим відвантаженням на початку року, перед війною, кропітка робота щодо прокладання альтернативних шляхів через західний кордон і робота «зернового коридору» вдалось досягти відносно добре.

Отже, через війну з боку росії Україна сьогодні перебуває у складній економічній ситуації. Тому держава в координації з національною економікою створює програми підтримки малого та середнього підприємництва, проводить тендерні пропозиції, надає підприємствам невеликі гранти, наповнює бюджет, підтримує релокацію бізнесів, забезпечує оптимальне необхідність формування податкової системи.

Перелік використаних джерел:

1. Час для роботи: як відновлювався та адаптувався український бізнес за рік війни. *Уніан*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/chas-dlya-roboti-yak-vidnovlyuvavsya-ta-adaptuvavsya-ukrajinskiy-biznes-za-rik-viyini-12154170.html> (дата звернення: 20.10.2023).
2. Результати шістнадцятого щомісячного опитування підприємств «Український бізнес під час війни». URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/rezultati-sistnadcatogo-somiscnogo-opituvanna-pidpriemstv-ukrajinskij-biznes-pid-cas-vijni> (дата звернення: 21.10.2023).
3. Рік війни в цифрах для агросектору. *Український клуб аграрного бізнесу*. URL: <https://www.ucab.ua/ua/pres-sluzhba/novosti/rik-viyini-v-tsifrakh-dlya-agrosektoru#> (дата звернення: 22.10.2023).

Фещин Тетяна
студентка групи ППС-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Tetyana Feshchyn
Student of PPs-31 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Scientific supervisor: Sergii Radynskiy
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВІЙСЬКОВА ДОПОМОГА УКРАЇНІ З-ЗА КОРДОНУ У 2022 РОЦІ MILITARY AID TO UKRAINE FROM ABROAD IN 2022

Стрімка ескалація агресії РФ проти України не деморалізувала світ, а спричинила саме «ескалацію» допомоги нашій країні та громадянам за різними напрямками – від безперешкодного перетину кордону Європейського Союзу для жінок та дітей, нескінченних караванів гуманітарної допомоги до нечуваного з часів Другої світової війни розміру військової допомоги.

У 2022 році за розміром військової допомоги Україні лідируючими є: США, Велика Британія, Японія, Чехія, Південна Корея, Німеччина, Польща, Латвія, Австралія, Естонія, Норвегія, Литва та Фінляндія. Йдеться не лише про летальну зброю та бойові комплекти, а й про постачання нелетальних військових виробів: засобів індивідуального захисту, польових аптечок або броньованих авто для евакуації поранених [1].

Військова допомога США за 2022 рік становить 17,5 млрд доларів. Підтримка США є неоціненною не лише з огляду на її розмір, а й на те, що постачаються новітні зразки зброї, клас яких постійно підвищується залежно від оперативної ситуації та швидкості опанування українцями навичок поводження з ними. Наприклад, 4 жовтня 2022 року президент США дозволив вилучити із запасів Міноборони США американську зброю та обладнання для України на суму 625 млн. доларів. Це були РСЗВ типу HIMARS та ракети до них, комплекси ППО, гелікоптери, бронетранспортери, броньовані автомобілі, зенітні комплекси Stinger, протитанкові системи Javelin та ін.

Військова допомога Великої Британії становить 3,3 млрд. доларів. Річ не лише у розмірі цієї допомоги, а й у дипломатичній і моральній підтримці. Було передано багато новітніх зенітно-ракетних установок, БПЛА, броневих автомобілів та ін.

Військова допомога від Японії становить 3 млрд доларів. Японія традиційно дотримується одного з найсуворіших у світі підходів до експорту озброєнь, який не дозволяє японським оборонним компаніям та державним установам експортувати чи передавати військово-обладнання іншим країнам. Однак японський уряд пішов на безпрецедентний крок і вніс зміни до своїх процедур, щоб обійти закони, які не дозволяють надавати Україні військову допомогу. Хоча в результаті постачання обмежилися не летальним обладнанням – розвідувальними БПЛА, касками та бронежилетами. Варто додати, що загальна допомога Україні від Японії у боротьбі з агресією РФ від 2014 року становить 5 млрд. доларів.

Військова допомога Чехії, Південної Кореї та за участю США 3 млрд. доларів. Для початку Чехія налагодила постачання стрілецької зброї, РСЗВ та модернізованої важкої техніки радянського виробництва на 1,9 млрд. доларів. Зокрема, це танки Т-72 та ударні гелікоптери Мі-24В, БМП ВРВ-1 та РСЗВ РМ-70, «Град», та ін. Південна Корея почала

реалізувати передання переносних зенітних ракетних комплексів Chiron саме через чеську допомогу. Тобто, схема така, Південна Корея передає зброю чеській компанії, та дарує її Україні, а фінансують операцію США.

Військова допомога з боку Європейського Союзу – 2.58 млрд. доларів. Тут важливі 3 моменти. По-перше, присутність ЄС у рейтингу саме військової допомоги, зазвичай ЄС наголошує тільки на гуманітарній спрямованості, але для України він зробив виняток. По-друге, безпрецедентний розмір допомоги одній країні, такі суми фігурують у програмах ЄС цілим географічним регіонам. По-третє, найголовніше, вперше в історії об'єднаної Європи постачається не амуніція чи сухпайки, а саме летальна зброя. Це свідчить про справжні настрої у європейському суспільстві.

Німеччина у 2022 році допомогла Україні на 2,58 млрд. доларів. Німеччина за кількістю переданої зброї поступається лише США та Великій Британії. Це тисячі найменувань від БМП до шоломофонів та амуніції. Крім того. Постачаються запчастини для літаків, розвідувальні дрони тощо. Найвагомим внеском Німеччини є затверджений фонд розміром 2 млрд. євро, які можна використовувати для замовлення зброї у німецьких виробників. Військова допомога Польщі становила 1,75 млрд. євро. Польща відправила до України понад 230 танків, 20 РСЗВ та самохідних гаубиць 2С1 та ін. Перша колона польської техніки, серед якої було 100 60-мм мінометів, прибула в Україну вже 26 лютого 2022 року.

Латвія надала допомогу на 300 млн. євро. Крім того, громадяни, компанії та громадські організації Латвії зібрали пожертв на ще понад 15,7 млн. євро. Військова підтримка Латвії – це озброєння, індивідуальне спорядження, сухі пайки, боєприпаси, протитанкові засоби, зенітно-ракетні установки комплекси Stinger, безпілотні літальні апарати, гелікоптери Мі-8. Військова допомога від Австралії та Естонії становить 258 млн. євро. Україна отримала бронетранспортери, протитанкові переносні ракетні комплекси Javelin та різноманітні боєприпаси.

Військова допомога з боку Литви розміром в 123 млн. євро. На тлі таких гігантів, як США або Велика Британія, литовська допомога у 120 млн. євро виглядає невеликою. Але, зважаючи на розмір країни, кількість населення, ВВП та відстань до агресора, це справді вражає. Відважна Литва не злякалася і відправила в Україну майже все своє озброєння: бронетранспортери М113 та М577, військові автомобілі, бойові комплекти, стрілецьке озброєння, засоби індивідуального захисту. Варто б додати, що Литві доведеться чекати близько 2 років на виготовлення нової військової техніки.

Допомога Фінляндії – 95млн. євро. Фінляндія сама мала багато клопоту з військовими загрозами з боку РФ біля своїх кордонів і екстреним вступом до НАТО. До того ж багаторічні стосунки з росією змусили фінських політиків бути максимально обережними. Втім. Це не завадило фінам передати Україні декілька пакетів військової допомоги. До перших відправлень надійшли засоби захисту (2000 касок та 2000 бронежилетів) і стрілецьке озброєння (2,5 тис. одиниць). Далі в Україну відправлено важкі міномети, зенітні установки (взяті із резервних запасів Сил оборони Фінляндії), також відомо про постачання самохідних гармат та буксирувальних безвідкатних протитанкових гармат [2, 3].

Отже, проаналізувавши вище описане, можна сказати що Україна отримала значну підтримку від багатьох країн світу у своїй боротьбі з росією. Та це не всі країни, які проявили свою підтримку, насправді список набагато довший. Країни надали різноманітну допомогу, таку як: логістична підтримка, розвідка, легка зброя та боєприпаси, лікарські засоби, нематеріальна допомога та інше.

Перелік використаних джерел:

1.Майже річний військовий бюджет РФ. Скільки зброї надали Україні партнери: інфорграфіка. URL: [Військова допомога Україні за 2022 рік складає 86% військового бюджету РФ | РБК-Україна \(rbc.ua\)](#)(дата звернення до ресурсу 25.10.2023 р.).

2.Гофман Ф. Військова допомога для України: скільки вже витратив Захід? URL: [Військова допомога для України: скільки вже витратив Захід? – DW – 19.12.2022](#) (дата звернення до ресурсу 25.10.2023 р.).

3. Дикаленко М. Країни за розміром наданої Україні військової допомоги – рейтинг. URL: [Військова допомога Україні від різних країн: рейтинг \(thepage.ua\)](http://Військова_допомога_Україні_від_різних_країн:_рейтинг_(thepage.ua)) (дата звернення до ресурсу 25.10.2023 р.).

УДК 336

Фойт Сергій
студент групи ПФМ-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Крупка Андрій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Sergiy Foit
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Andrii Krupka
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ДЕРЖАВИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА FOREIGN EXPERIENCE OF STATE INFLUENCE ON ENSURING THE FINANCIAL ECONOMIC SECURITY OF AN ENTERPRISE

Фінансово-економічна безпека підприємства є однією з основних складових для забезпечення успішного розвитку підприємства. Побудова ефективної моделі фінансово-економічної безпеки підприємства є одним із головних питань системи менеджменту, оскільки залежно від того наскільки швидко будуть прийматись запобіжні заходи або керівництво буде своєчасно реагувати на загрози та виклики, залежить стабільність роботи та подальша фінансова стійкість підприємства. У цьому аспекті досить корисним є зарубіжний досвід забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

На думку польської науковиці Йоланти Пуач-Ольшевської фінансово-економічна безпека підприємства забезпечується наявністю фінансових ресурсів. Вони захищають від зовнішніх і внутрішніх загроз, створюють умови для розвитку підприємства та забезпечують безперервність діяльності. Зокрема, вона вважає, що при побудові фінансової безпеки підприємства важливим її елементом є наявність фінансової незалежності для підприємства, яка забезпечується наявністю трьох основних складових. Перша – це «фінансовий захист», що дозволяє вести бізнес у короткий термін. Друга складова «забезпечення безпеки», яка дозволяє продовжувати діяльність і розвивати підприємство. У свою чергу, третя – «фінансова свобода» – дозволяє забезпечувати фінансову безпеку навіть за наявності незапланованих інвестицій [1].

На наш погляд, фінансова незалежність підприємства повинна слугувати результатом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Володіння фінансовими резервами дозволяє компанії швидко розвиватись та адаптуватись у кризових умовах, що є важливим для успішного функціонування підприємства на ринку. Тому фінансові ресурси повинні слугувати перш за все інструментом за допомогою якого підприємство захищається від непередбачуваних ситуацій та адаптує свою діяльність до нових ринкових умов.

Як зазначив у своїх дослідженнях Конрад Рачковський, важливим аспектом фінансової безпеки підприємства є державний контроль фінансових ринків, оскільки саме

держава приймає рішення про підтримку бізнесу в кризових умовах [2]. Хорошим зарубіжним прикладом впливу держави на фінансово-економічну безпеку підприємств під час кризових ситуацій є прийняття польським урядом 19.03.2020 року спеціального акту Антикризовий щит, який мав допомогти польським підприємцям пережити кризу спричинену COVID-19. На боротьбу з пандемією в рамках Антикризового щита планувалось виділити 212 мільярдів злотих [3].

Аналізуючи німецький та англійський вплив держави на фінансово-економічну безпеку підприємств можна виділити також урядові програми щодо підтримки бізнесу. Наприклад, в Німеччині уряд прийняв програму щодо надання доступних кредитів для малих, середніх та великих підприємств з метою усунення негативних наслідків COVID-19. Компанії могли отримати кредит на інвестиції та покриття поточних витрат. У Великій Британії також було розроблено програму допомоги для підприємств, головною метою якої було надання доступних кредитів для малого та середнього бізнесу і відстрочка сплати ПДВ та податку на прибуток. Кожна із перелічених країн підготувала програму захисту підприємств від негативних наслідків, спричинених пандемією коронавірусу. Мета кожної з програм - забезпечення фінансової ліквідності підприємств.

Одним із способів залучення додаткових фінансових ресурсів для підприємства як показує зарубіжний досвід є доступне кредитування для бізнесу. Формування достатньої кількості фінансових ресурсів у підприємства є необхідною та важливою умовою для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. У тих країнах, де уряд зможе створити сприятливі умови для розвитку підприємств в умовах кризи та розширить доступ до фінансових ресурсів для суб'єктів господарювання, це може стати одним із вирішальних чинників для розвитку економіки та забезпечення фінансово-економічної безпеки кожного із підприємств. Державні рішення щодо підтримки бізнесу мають досить великий вплив на розвиток підприємств та їхню фінансову безпеку. Враховуючи сучасний стан економіки України та процеси її стагнації, корисним буде врахування зарубіжного досвіду впливу держави на забезпечення фінансової безпеки підприємств. Без впровадження реальної системи стимулюючих заходів для малого та середнього бізнесу, розширення доступу до фінансових ресурсів через комерційні банки, неможливе буде швидке відновлення та зростання економіки, і як наслідок підприємства не в змозі будуть забезпечити на достатньому рівні свою фінансово-економічну безпеку.

Отже, держава має значний вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, оскільки залежно від рішень органів державної влади, а також від стану системи правосуддя в державі, сприятливих умов для ведення бізнесу, відсутності тиску та необґрунтованих переслідувань правоохоронних та контролюючих органів, залежить поточний стан забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства та його подальший розвиток.

Перелік використаних джерел:

1. Jolanta Puacz-Olszewska. Financial security of enterprises from Poland, Germany, and Great Britain. URL: <https://www.neliti.com/publications/549196/financial-security-of-enterprises-from-poland-germany-and-great-britain> (дата звернення 19.10.2023 року)
2. Raczkowski, K. (2014). Bezpieczeństwo finansowe, [w:] J. Płaczek (red.), *Ekonomika bezpieczeństwa państwa w zarysie*, Difin, Warszawa 2014, ss. 299–324.
3. Tarcza Antykryzysowa ma ochronić firmy i pracowników przed skutkami epidemii koronawirusa URL: <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologie/tarcza-antykryzysowa-ma-ochronic-firmy-i-pracownikow-przed-skutkami-epidemii-koronawirusa> (дата звернення 19.10.2023 року)
4. Alle Beiträge zu: Meldungen zu den Corona-Hilfen URL: https://www.bundesfinanzministerium.de/Web/DE/Themen/Oeffentliche_Finzen/Corona/_VollstaendigeListe/vollstaendige-liste.html?gts=%252654c3467e-32cf-4dd3-8c54-c6fc83815257_list%253Dtitle_text_sort%252Basc (дата звернення 20.10.2023 року)

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

УДК 338.43

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

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

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СІЛЬСЬКОМУ
ГОСПОДАРСТВІ
SOME FEATURES OF DIGITAL TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN
AGRICULTURE

Впродовж минулого десятиліття інновації стали частиною найконсервативнішої галузі в Україні. Сторічні традиції та звичаї землеробства українські аграрії тепер поєднують з сучасними технологіями, тим самим підвищуючи ефективність своєї роботи. Через колаборацію двох найперспективніших галузей сьогодення - ІТ та сільського господарства і відбувається розвиток аграрного сектору.

На сьогодні цифрові технології є фундаментом для діяльності всіх потужних сільськогосподарських компаній, а цифровий маркетинг є важливим інструментом бренд-маркетологів для реалізації маркетингових стратегій. У той час, як галузь маркетингу в цілому сильно постраждала, то галузь цифрового маркетингу пережила колосальний ріст. Covid-19 прискорив цифровий маркетинг та сприяв подальшому розвитку та удосконаленню діяльності в галузі цифрового маркетингу і в умовах воєнного стану.

На сьогодні діджиталізація є ключовою перевагою компанії при роботі на міжнародних ринках. У широкому розумінні діджиталізація – це новітній процес цифрової трансформації суспільства та економіки; у вузькому – це перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань та творчості, що характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі. Основними перевагами діджиталізації бізнесу є економія часу та збільшення продуктивності праці завдяки автоматизації виробництва та інших внутрішніх процесів компанії; оптимізація та покращення як внутрішніх так і зовнішніх комунікацій; можливості крос-продажів, вихід на новий рівень обслуговування клієнтів та заохочення їх до придбання більшої кількості товарів; конкурентні можливості за рахунок поліпшення клієнтського досвіду і загальної оптимізації робочого процесу [1].

Однією з особливостей діджиталізації у сільському господарстві є, зокрема, заміна посівного календаря, народних прикмет та прогнозу погоди планшетами, смартфонами з

різноманітними застосунками та армією сільськогосподарських дронів. Супутникові технології, електронні метеостанції, системи автоматичного поливу та контролю за вологістю ґрунту, спеціальне програмне забезпечення – це лише частина того, що активно використовується аграріями для постійного покращення результатів їхньої діяльності.

За підрахунками фахівців, нинішній світовий ринок IT-рішень для потреб сільського господарства – це приблизно \$400 млрд щорічно, що робить напрямок перспективним та цікавим як для інвестицій, так і для досліджень [2].

Слід зауважити, що IT в агросекторі – це справжній океан для технологічних компаній різного спрямування. Впровадження сучасних технологій забезпечує кращу точність вимірювань, вищу швидкість збору даних та їх ефективне опрацювання. Так, за допомогою безпілотників можуть збиратися масиви фото даних, а за допомогою «big data» проводиться оцінка біомаси та параметрів росту посівів, визначаються місця скупчення та відсоток бур'янів. Ці дані дають змогу проводити диференційоване збагачення добривами, що, як результат, дає суттєву економію з однієї сторони, та максимально екологічний продукт – з іншої.

Компанії, що надають послуги збору та обробки інформації з дронів, тісно співпрацюють з хмарними операторами: транслюють фото та відео з БПЛА онлайн, накопичують та зберігають дані, формують масиви big data. Можна сказати, що за допомогою тандему «дрон-хмара» розпочалось тотальне впровадження новітніх технологій в галузі, адже це дозволило за помірні гроші збирати масиви потрібної інформації та в подальшому оперативно її опрацьовувати для швидкого прийняття необхідних рішень

Важливу роль серед новітніх технологій для аграрного бізнесу мають цифрові моделі рельєфу. Оскільки поля залежать від місцезнаходження, ГІС карти (геоінформаційна система) стають неймовірно корисним інструментом з точки зору точного сільського господарства. Світовий ринок точного землеробства стрімко масштабується й очікується, що до 2030 року він перевищить 26 мільярдів доларів США [3].

Використовуючи геоінформаційні технології в сільському господарстві, фермери можуть скласти карту поточних і майбутніх змін кількості опадів, температури, врожайності, здоров'я рослин тощо. Також вони дозволяють використовувати застосунки на основі GPS, сумісні з інтелектуальними технологіями для оптимізації внесення добрив та пестицидів у сільському господарстві; з огляду на те, що фермерам не потрібно обробляти все поле, а достатньо обробити тільки певні ділянки, вони можуть досягти суттєвої економії грошей та зусиль.

Таким чином бачимо, що в найближчій перспективі глобальне впровадження новітніх технологій в сільському господарстві буде лише зростати. На нас очікує суцільна автоматизація і роботизація, адже неможливо уявити сучасне агровиробництво без датчиків, що контролюють стан ґрунту, без дронів, геоїюмки, аналізу і обробки статистичних даних. Агрономи тепер починають ранок не з об'їзду полів, а з отримання даних які вже доступні в цифровому вигляді. Також своє продовження матиме тренд на технологічне вирощування тварин, коли сучасні ферми моніторять стан здоров'я, кількість та якість води і їжі, що значно економить ресурси. У перспективі варто готуватися до повсякчасного застосування штучного інтелекту у сільському господарстві.

Перелік використаних джерел:

1. Агросвіт URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/issue/view/44/35>
2. Аграрний бізнес у цифрову епоху – українські реалії URL: <https://nachasi.com/creative/2018/10/02/it-zemlerobstvo/>
3. РОЗВИТОК ТОЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА У СВІТІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/rozvytok-tochnogo-zemlerobstva-u-sviti-ta-jogo-vplyv-na-silске-gospodarstvo/>

Кравців Ігор
студент групи БАМ-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Мосій Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Ihor Kravtsiv
Student of BAm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific Supervisor: Olha Mosiy
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ІЗ ЦИФРОВИМИ ЗМІ INTERACTION OF LOCAL GOVERNMENTS WITH DIGITAL MASS MEDIA

У сучасному демократичному суспільстві влада нерідко стикається з труднощами в легітимізації своєї позиції та дій. Особливо, коли слід реагувати на складні суспільні проблеми. Мас-медіа відіграють важливу роль у процесах легітимізації. У цій статті ми розглянемо вплив ЗМІ на демократичну легітимність прийняття рішень в органах місцевого самоврядування.

Засоби масової інформації можуть бути використані як засіб, за допомогою якого зацікавлені сторони виносять свої питання на порядок денний. Вони можуть надавати платформу для дебатів, а також виступати форумом для політичної влади, щоб просувати свою політику і створювати легітимність для своїх дій.

ЗМІ виступають одночасно і каналом вираження думки громадянського суспільства, і засобом її формування, й інструментом контролю громадськості за владою [1].

Утім ЗМІ не є нейтральними передавачами інформації, а, як і всі інституції, формують і відбирають інформацію певним чином. Процес створення новин, що керується правилами, цілями, виробничими процедурами та обмеженнями ЗМІ, відомий нам як медіа-логіка [2]. Створення новин значною мірою залежить від новинних цінностей, які журналісти приписують подіям чи точкам зору, а також від організаційного впливу на журналістів. Тож і самі журналісти підкреслюють важливість комунікативних відносин між владою та зацікавленими сторонами у формуванні легітимності рішень в управлінських мережах. Медіа, як важливий канал комунікації, також відбирають і трансформують інформацію.

Органам місцевого самоврядування необхідно вести ефективний діалог із населенням: проводити опитування, консультації щодо позитивних змін у життєдіяльності міст, сіл, громад. Також важливо доносити корисну інформацію до широкого загалу: оголошення про земельні аукціони, тендерні процедури, відключення водопостачання, зміни у графіках руху громадського транспорту, перейменування вулиць тощо. За очевидною статистикою офіційні сайти місцевих громад не користуються популярністю і далеко не кожен читач може зорієнтуватися у великому об'ємі нормативних документів, витягів, протоколів та іншої інформації. Тому важко переоцінити роль ЗМІ: друкованої преси, телебачення, радіомовлення, електронних видань.

Позаяк мережа Інтернет з кожним роком стає більш глобальною і захоплює нові ринки, органи місцевого самоврядування намагаються поширювати контент через цифрові

ЗМІ. Транснаціональна компанія Cisco Inc постійно моніторить розвиток Мережі і підтверджує чіткі тенденції до більшого поширення інтернет-новин [3]. Цифрові ЗМІ істотно і все більш масово впливають на суспільство і культуру. Разом з Інтернетом та персональними комп'ютерами вони призвели до руйнівних інновацій у видавничій діяльності, журналістиці, роботі відділів зв'язків з громадськістю, освіті, торгівлі та політиці.

Ефективність цифрових медіа порівняно з іншими розглянемо на прикладі Чернівецької міської ради (Чернівецька обл.), яка співпрацює із десятком видань. Якщо, скажімо, наклад найбільш поширеного в області тижневика “Молодий буковинець” складає 35 тисяч примірників, то в середньому щоденна кількість переглядів порталу molbuk.ua складає понад 60 тисяч, порталу БукІнфо – 50 тисяч. Орім того, ці видання мають додаткові канали у соціальних мережах Facebook, Telegram тощо. Це ще один інструмент збільшення аудиторії, що тільки посилює контакт між міською радою та населенням.

Завдяки цифровим платформам влада стає більш прозорою, що вигідно для іміджу і викликає довіру у громади. Обмін інформацією може стимулювати процес навчання, за допомогою якого може відбуватися прийняття добре поінформованих і обґрунтованих рішень. Адже вподобання людей не є фіксованими, а можуть змінюватися під час дебатів та політичного діалогу. Прозорість процесу прийняття рішень та відкритий доступ до інформації – це складові належного обговорення.

Надання інформації та пояснення певних рішень у засобах масової інформації є важливим для органів місцевої влади, щоб забезпечити легітимність і переконати громаду у правильності та необхідності їхніх дій.

Суспільства та суспільні інститути дедалі більше підпорядковуються або стають залежними від медіа та їхньої логіки; вони все більше медіатизуються. У контексті політики Маццолені та Шульц (Mazzoleni and Schulz) стверджують, що «медіатизована політика – це політика, яка втратила свою автономію, стала залежною у своїх центральних функціях від мас-медіа і постійно формується під впливом взаємодії з мас-медіа» [2].

Таким чином, електронні ЗМІ є потужним інструментом для того, щоб підштовхувати місцеву владу до більш відповідальних дій [4]. Громадяни потребують інформації про діяльність органів влади, які фінансуються за рахунок їхніх ресурсів, а медіа відіграють фундаментальну роль у донесенні інформації до масової аудиторії.

Перелік використаних джерел:

1. Мороз, Н.О. Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/48399666.pdf> (дата звернення 20.10.2023)
2. Graham, Missy; Avery, Elizabeth. Government public relations and social media: An analysis of the perceptions and trends of social media use at the local government level. URL: <https://m.lunyim.com/prjournal/wp-content/uploads/2013GrahamAvery.pdf> (дата звернення 20.10.2023)
3. Janitor, Jozef; Jakab, František; Kniewald, Karol (2010-03). Visual Learning Tools for Teaching/Learning Computer Networks: Cisco Networking Academy and Packet Tracer. 2010 Sixth International Conference on Networking and Services (IEEE). URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/5460623> (дата звернення 20.10.2023)
4. Korthagen, Iris; Van Meerkerk, Ingmar. The Effects of media and their logic on legitimacy sources within local governance networks: A three-case comparative study. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03003930.2013.859139> (дата звернення 20.10.2023)

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

Tetiana Kuzhda
Cand. of Ec. Sc., Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

БЮДЖЕТНИЙ ПРОЦЕС У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ

THE BUDGET PROCESS IN THE PUBLIC FINANCE MANAGEMENT

Бюджетний процес відіграє надзвичайно важливу функцію у системі публічного управління державними коштами та коштами місцевого самоврядування, оскільки ґрунтується на законодавчо затверджених процедурах формування, розподілу та використання бюджетних ресурсів. Основою системи бюджетування є бюджетний процес, який трактується Бюджетним Кодексом України як «регламентований бюджетним законодавством процес складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів, звітування про їх виконання, а також контролю за дотриманням бюджетного законодавства» [1].

У рамках системи бюджетування здійснюється весь бюджетний процес, який охоплює окремі етапи. Формування проекту бюджету посідає першочергове місце в системі бюджетування та управлінні публічними фінансами. Даний процес передбачає аналізування бюджетних запитів (підготовлених головними розпорядниками коштів) публічними органами влади на предмет їх відповідності меті, пріоритетності, цільового розподілу бюджетних коштів. Після проведеного аналізування керівники місцевих органів влади отримують певні результати, які слугують основою для прийняття публічного рішення щодо включення бюджетного запиту до проекту місцевого бюджету. Далі, проект такого бюджету направляється до розгляду на відповідній місцевій раді. В процес формування проекту бюджету задіяно систему органів управління публічними фінансами: Міністерство фінансів України, місцеві фінансові органи, Кабінет Міністрів України та ін. [2].

На етапі розгляду та прийняття рішення про бюджет керуються проектом закону про держбюджет, розрахунками прогнозу величини міжбюджетних трансфертів, методикою їхнього визначення та іншими показниками, необхідними для формування бюджету. В осінньому періоді поточного року здійснюється підготовка проекту рішення про місцевий бюджет. Під час розгляду проекту бюджету та затвердження рішення по ньому ОМС та місцеві органи виконавчої влади враховують індикатори результативності бюджетних програм, економічний ефект в розрізі галузей, критерії оцінювання соціальної ефективності, порядок розрахунків видатків у складі бюджету. В процес розгляду проекту бюджету та затвердження рішення задіяно такі органи управління публічними фінансами як місцеві ради, обласні, міські, районні, селищні та сільські ради та ін. [2].

Наступним етапом у системі бюджетування та управлінні публічними фінансами є процедура виконання бюджету, яку здійснюють такі органи публічної влади як місцеві держадміністрації, виконавчі органи відповідних рад місцеві фінансові органи. Останні мають повноваження із організації та управління виконанням бюджету на місцевому рівні, координування діяльності усіх учасників бюджетного процесу, які стосуються способів та методів виконання бюджету. Бюджет виконується за видатковою складовою, тому на даному етапі: 1) встановлюють величину асигнувань з бюджету, яка направляється до розпорядників коштів; 2) затверджують відповідну кошторисну документацію розпорядників бюджетних коштів; 3) беруть на себе публічні зобов'язання; 4) проводять публічну закупівлю товарів,

отримують послуг; 5) здійснюють розрахунки та платежі, використовують придбані товари, роботи та послуги для виконання усіх бюджетних програм та підпрограм [3].

Бюджетний розпис є документом, затвердженим керуючим місцевого фіноргану за яким проводиться виконання місцевого бюджету. В процес виконання бюджету задіяно такі органи управління публічними фінансами як фінансові органи місцевого рівня, держадміністрації та виконавчі органи, державне казначейство та органи казначейства на місцях та ін. [3].

Готування та розгляд звітності про виконання бюджету є одним із важливих етапів в системі бюджетування та управлінні публічним фінансами. Звітність є контролюючим інструментом, за допомогою якої проводиться оцінка ефективності використання бюджетних коштів публічними органами влади (місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування). Провідна роль у підготовці звітності належить територіальним органам казначейства, які формують та представляють на розгляд місцевим фінорганам розрахункові фінансові баланси, звітність про виконання бюджетів та інші фінансові документи.

Згідно Бюджетного кодексу існує порядок для формування звітності про виконання публічного бюджету: органи казначейства складають та подають зведену звітність місцевим фінорганам, фінансовим органам державних адміністрацій та виконавчих органів рад; органи, які здійснюють процес контролю надходжень та їхнього використання, готують та подають звіти місцевим фінорганам. Звітність про виконання бюджету подається щомісяця, щокварталу та щороку, а її перевірку здійснює комісія з питань бюджету. Після такої перевірки відбувається затвердження річного звіту про виконання бюджету [3].

Система бюджетування та управління публічними фінансами регулюється бюджетним регламентом, який визначає порядок, процедури і терміни формування, розглядання, затвердження бюджету, а також організації його виконання. За допомогою бюджетного регламенту здійснюється розмежування функцій органів державної та місцевої влади, закріплюються види документації, яка потрібні для бюджетного процесу, встановлюється сфера відповідальності органів за порушення такого регламенту [4].

Враховуючи війну в країні, розробка проєктів місцевих бюджетів відбуватиметься дещо спрощено, зокрема без складання прогнозу місцевого бюджету. Проєкт місцевого бюджету на 2024 рік повинен враховувати розрахунки місцевих фінансових органів, бюджетні запити головних розпорядників та показники, які стосуються місцевих бюджетів та, які будуть закладені у проєкт державного бюджету на 2024 рік. Для врахування особливостей формування місцевих бюджетів, які надало Міністерство фінансів, учасникам бюджетного процесу на місцевому рівні рекомендовано в повному обсязі використовувати Інформаційно-аналітичну систему управління плануванням та виконанням місцевих бюджетів “LOGICA” для обміну даними між собою під час підготовки всіх документів, які використовуються у бюджетному процесі [5].

Перелік використаних джерел:

1. Бюджетний Кодекс України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T012542?an=963>
2. Бліщук К. М. Особливості управління публічними фінансами у воєнний період. Ефективність державного управління. 2023. №70/71. С. 62-67.
3. Луніна І. О., Бондарук Т. Г. Публічні фінанси та міжбюджетні відносини: навч. посіб. Київ: ДП “Інформ.-аналіт. Агентство”. 2019. 304 с.
4. Юшко С. В. Бюджетна система : підручник. Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2018. 382 с.
5. Левадська Ю. Проєкт місцевого бюджету на 2024 рік: складання розрахунку. URL: <https://dzplatforma.com.ua/article/16354-proekt-mistseвого-byudzhetu-na-2024-rik-skladannya-rozrakhunku#ancex5>

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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

**АКАДЕМІЧНА ГРАМОТНІСТЬ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ:
ФЕНОМЕН ЧИ ДОСЯЖНА МІСІЯ?
ACADEMIC LITERACY IN SCIENTIFIC RESEARCH:
PHENOMENON OR MISSION ACHIEVED?**

Одним із важливих аспектів розквіту вітчизняного освітньо-наукового простору, пов'язаного із євроінтеграційною векторністю України, є всебічна масова промоція принципів доброчесності в академічному письмі й системі наукової комунікації на засадах безперервності та наступності з метою подання зручно структурованого, об'єктивного, етичного, чесного, переконливого й професійного висловлювання та обґрунтування міркувань вченими із подальшою формалізацією власних досліджень і впровадженням істинно нових наукових знань у практику.

Академічна грамотність у науковому письмі як мовна компетентність вченого, спонукає його до персоналізації у дослідницьких розвідках, дає змогу глибше зрозуміти авторську відповідальність, убезпечує науковця від можливих порушень, а також допомагає розвинути комунікативні уміння й чіткість власних висловлювань. Дотримання норм академічної доброчесності автором наукового контенту створює позитивний імідж ученому, свідчить про рівень його обізнаності щодо етичних ціннісних парадигм публікаційної діяльності, інформує про наявні види порушень та міру відповідальності за ймовірне вчинення них. Саме створення етичного образу науковця відбувається завдяки успішній реалізації його досліджень та високому показнику публікаційної активності – дотримання засад академічної доброчесності, періодичність виходу наукових праць, ступінь виявлення актуальних та нагальних проблем дослідження, а також популяризація власних вчень на національному та міжнародному рівнях [1]. У цьому контексті, сучасною загрозою дотримання принципів академічної чесності й етичної культури можна розглядати загальнодоступні «хижацькі» наукові журнали, котрі агресивно заохочують авторів масовою рекламою, швидкою публікацією результатів науково-дослідної діяльності без відповідного деталізованого рецензування іншими фахівцями, що є основою й гарантією якості самої статті. Зараз, на превеликий жаль, такі недобросовісні практики в публікаційній діяльності все дедалі частіше зустрічаються серед науковців, а самі статті таких журналів в результаті мають заплямовану репутацію, що свідчить про мінімальну обізнаність авторів письма стосовно видавничої етики.

Відтак, науковий пошук є складним дослідницьким процесом, а реальне презентування академічного письма на загал завдяки публікуванню самого дослідження вимагає від автора розуміння ключових комунікативних складників тексту, оскільки мова не йде лише про уміння правильно оформити роботу. Цей процес є значно глибшим та потребує від автора грамотно й логічно побудувати наукову роботу, підібрати аргументи та зробити висновки для викладу наукової інформації в писемній формі задля орієнтації на нові знання. При цьому, дослідник повинен бути ерудованим й чесним, соціально відповідальним за результати власних досліджень, мати розвинену рефлексію та свободу наукового пошуку, ентузіазм й відданість справі, вміння безкорисливо шукати істину й критично мислити,

знаходити нові знання, зіставляти й логічно структурувати їх, формулювати істинно новий текст із врахуванням смислових характеристик з метою наукового прогресу.

Пам'ятаймо, що кожне наукове дослідження є індивідуальною формою розвитку науки, а кожен вчений завдяки своєму досвіду самовиражається через авторські стилістичні прийоми задля майбутньої формалізації власних результатів.

Перелік використаних джерел:

1. Зубченко Н.І. Добročесність видавця – складова академічної добročесності? Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. редкол.), Л. І. Кормич (голов. ред.), І. М. Милосердна (відп. ред.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. Одеса : Фенікс, 2019. Вип. 63. С. 262-270

УДК 334

Пастухевич Ігор

студент групи ППМ-51

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

Ihor Pastukhevych

Student of PPM-51 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Kramar

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

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

SOME FEATURES OF DIGITALIZATION FOR THE POPULATION AND BUSINESS IN UKRAINE

В усі часи людство шукало шляхи покращення свого життя, удосконалюючи наявні товари та послуги, впроваджуючи інновації у різні сфери свого життя. Науково-технологічні революції щоразу змінювали стиль життя людей, функціонування держави та бізнесу. В останні роки особлива увага приділена саме впровадженню технологій у різні сфери життя. Зважаючи на виклики зовнішнього світу, зокрема пандемію коронавірусу та повномасштабну війну російської федерації проти України, все більше компаній усвідомлюють необхідність цифровізації своїх послуг чи виробництва й реалізації товарів, що значно розширить їхні можливості, виведе на нові ринки чи дозволить як мінімум, продовжити своє функціонування.

Останнім часом тривають дискусії про те, яким чином будуть розвиватися технології в майбутньому і як держави повинні еволюціонувати, щоб відбулася хороша інтеграція технологій та держав. Найбільш стрімкими кроками в питанні інтеграції діджитал-процесів та їх адаптації в суспільство йде саме Україна.

Після перемоги на президентських виборах 2019 року Володимира Зеленського, влада масово почала шукати можливості для швидкої реалізації проекту «Держава в смартфоні». Тоді й було створено цілком нове для України Міністерство цифрової трансформації, яке зайнялося реалізацією даного проекту, відповідно до якого до 2024 року заплановано усі

державні послуги перевести онлайн, а 95 % транспортної інфраструктури повинно бути із високошвидкісним, якісним інтернетом [1]. Реалізація проекту розпочалася із запуску електронної ідентифікації за допомогою смартфона. Для цього було розпочато взаємодію із Естонією, яка вже на той час мала великий досвід в даній сфері. Запозичення досвіду Естонії, фінансова підтримка Швеції й професіоналізм українських кадрів дали можливість 27 вересня 2019 року презентувати сервіс «Дія», що є аббревіатурою від вислову: «Держава і Я». За два місяця після запуску – застосунок завантажили 2 025 000 користувачів.

За наступні три роки «Дія» значно еволюціонувала на сьогодні це широкомасштабний сервіс, що містить такі платформи як: портал, застосунок, освіта, бізнес, Дія City. Наразі наявно 94 проекти цифрової трансформації [1]. Станом на травень 2022 року застосунком і порталом користується вже понад 17 млн людей; на порталі доступно 72 послуги, а у застосунку – 9 послуг та 15 цифрових документів [2].

Під час війни було впроваджено чимало корисних послуг, які значною мірою допомогли величезній кількості наших громадян, які втратили майно й змушені були залишити рідні домівки через повномасштабну війну, яка рф розпочала проти України. До таких послуг належать: «Документ, допомога армії, військові облигації, армія дронів, «Відновлення, послуги для ВПО, повернення вкладів.

Варто зазначити, що досвід України у даній галузі вплинув і на цифровізацію інших країн світу. Уже цього року в Естонії та минулого року у Польщі були представлені застосунки – аналоги Дії [3, 4], а в лютому 2023 року було повідомлено, що 5 країн світу, а саме з Європи, Азії та країн Африки, хочуть мати аналоги українського застосунку «Дія» й планують на його основі створити власний цифровий продукт для своїх громадян [5].

Окремої уваги заслуговують послуги для бізнесу, зокрема, реєстрація ФОП та ТОВ, будівельні послуги, сплата податків тощо. Усі ці послуги зменшують рівень корупції, спрощують ведення підприємницької діяльності та дозволяють громадськості перевіряти доброчесність бізнесу завдяки існуванню відкритих реєстрів з даними про підприємства.

Пандемія коронавірусу надала потужний поштовх процесу цифровізації бізнесу та вивела його на абсолютно новий рівень. Довгий період карантину став справжнім випробуванням для підприємців. Прибутки падали з неймовірною швидкістю, тому доводилося шукати нові способи взаємодії із споживачами. Одним із найбільш масштабних та відомих прикладів є послуги доставки товарів безпосередньо до покупця. На ринку утвердилися такі компанії з доставки їжі, як Rocket, Bolt Food, Glovo. Саме Glovo є найбільш популярною, так як зарекомендувала себе не лише доставкою їжі, а й інших важливих товарів, таких як товари із супермаркету, аптеки та навіть квіти. Покупець може обрати товари зі списку або ж описати, що йому потрібно, і кур'єр виконає замовлення.

Ще одним прикладом є «Сільпо» – торговельна мережа, яка перенесла увесь свій сервіс у цифровий застосунок. У ньому можна відстежувати список покупок, ціни на товари, шукати знижки та акції, наявні карта для накопичення бонусів, карта з місцезнаходженням магазинів, сервіс доставки, скарбничка на благодійність та свій персональний банк.

Не зволікає з інноваціями й компанія «Нова Пошта», що презентувала можливість надсилати речі, які доставляють у так звані «поштомати». Людина підходить до нього, активує дозвіл, після чого комірка з речима для даного споживача відчиняється і їх можна звідти забирати. Цей метод дозволив продовжити дію поштових послуг, оберігаючи людей від масових зібрань, що сприяло зниженню відсотку зараження ковідом й зменшенню завантаженості поштових відділень.

На державному рівні було створено національний проект Дія.Бізнес. Це масштабний проект із розвитку підприємництва та експорту, який був ініційований Міністерством цифрової трансформації України у лютому 2020 року. З травня 2021 року проект реалізується Міністерством цифрової трансформації України спільно з Офісом з розвитку підприємництва та експорту – державною установою, яка відповідає за розвиток та підтримку українського підприємництва на внутрішньому та зовнішніх ринках. Завдяки цьому проекту було створено центри підтримки підприємців, онлайн платформу, яка

об'єднує всю актуальну та необхідну інформацію для розвитку та підтримки експортерів: аналіз ринків світу, огляди індустрій, торговельні місії та міжнародні виставки, інструменти для пошуку партнерів тощо, онлайн виставки та події для підприємців, довідник, самотестування та національну онлайн школу для підприємців [6].

Таким чином, попри незначний час впровадження цифрових продуктів для населення та бізнесу, Україна є однією з передових країн в даній галузі. Висока кваліфікація кадрів сприяє лідерським позиціям, які займає Україна, що позитивним чином впливає на конкурентоспроможність країни на світовому ринку, зацікавленість інвесторів та поглиблення співпраці з іншими країнами світу у різних галузях.

Перелік використаної літератури:

1. Офіційний сайт Дія. URL: <https://diia.gov.ua>
2. Diia Summit 2.0: які революційні послуги тепер доступні українцям у Дії. URL: <https://diia.gov.ua/news/diia-summit-20-yaki-revolucijni-poslugi-teper-dostupni-ukrayincyam-u-diyi>
3. Естонія представила аналог «Дії», створений з допомогою Мінцифри України. США хочуть поширити досвід. URL: <https://babel.ua/news/89521-estoniya-predstavila-analog-diji-stvoreniy-za-dopomogoyu-mincifri-ukrajini-ssha-hochut-poshiriti-cey-dosvid>
4. Diia.pl (Дія PL) – польський аналог українського додатку Дія. URL: <https://www.dniprotoday.com/article-311/Svit-Diiapl-Dia-pl-polskij-analog-ukrainskogo-dodatku-Dia>
5. Мінцифри: Уже п'ять країн хочуть використати «Дію» для створення власних застосунків. URL: <https://babel.ua/news/90181-mincifra-uzhe-p-yat-krajn-hochut-vikoristati-diyu-dlya-stvorennya-vlasnih-dodatkov>
6. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua/>

УДК 378.147:336.14

Письменний Віталій

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

Vitalii Pysmennyi

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

ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «БЮДЖЕТНА СИСТЕМА»

USE OF GAMIFICATION DURING STUDYING THE DISCIPLINE «BUDGET SYSTEM»

Сучасна університетська освіта постійно розвивається і вдосконалюється в напрямку новаторських педагогічних методів, які спрямовані на підвищення ефективності навчання й активізацію студентів у навчальному процесі. Одним з таких методів є гейміфікація, яка полягає у використанні ігрових елементів і механік у навчальному процесі з метою створення практико орієнтованого досвіду для студентів. Вона дозволяє ефективно перетворити вивчення навчального матеріалу у цікавий і привабливий процес, в якому студенти мають можливість взяти активну участь. Гейміфікація є важливим інструментом для університетів, які прагнуть підвищити мотивацію студентів і покращити результати їхнього навчання.

За останні роки гейміфікація набула значної популярності та знайшла своє відображення в широкому спектрі навчальних дисциплін. Вона часто використовується при вивченні програмування й інших технічних дисциплін, в навчанні проєктного менеджменту, маркетингу, лідерства і стратегічного планування, для дослідження поведінки та мотивації людей у дисциплінах психологічного спрямування, при вивченні мов, літератури, історії та інших гуманітарних дисциплін, з метою стимулювання творчості й розвитку мистецьких

навичок. При вивченні фінансових дисциплін гейміфікація допомагає студентам не тільки отримати теоретичні знання, а й розвивати навички прийняття фінансових рішень у віртуальних або симульованих фінансових середовищах.

Дисципліна «Бюджетна система» є важливою складовою сучасної економічної освіти, але водночас може бути складною для засвоєння знань і навичок студентами. Розуміння особливостей виконання різних етапів бюджетного процесу, використання фінансових інструментів й прийняття рішень щодо управління грошовими потоками вимагає від студентів великої уваги та терпіння при вивченні матеріалу. У цьому контексті використання гейміфікації може стати дієвим інструментом для їх залучення до більш активного навчання та набуття відповідних компетентностей. З цією метою професором кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Віталієм Письменним розроблено, а студентами апробовано настільну гру «Платники та казнокради».

Настільна гра «Платники та казнокради» розкриває важливі аспекти бюджетного процесу на етапі його виконання. Її концепція заснована на реалістичних сценаріях сплати податків і злочинності у сфері витрачання бюджетних коштів й дає змогу допомогти гравцям зрозуміти, як функціонує бюджетна система та впливає на життя суспільства. Вона також може сприяти формуванню уявлення про важливість дотримання бюджетного законодавства і податкової дисципліни. Гра корисна не тільки в контексті підвищення обізнаності в процесі формування та використання коштів бюджету, розуміння ролі податків у забезпеченні суспільних благ, вона дає змогу розвивати навички співпраці, стратегічного мислення й аналізу ситуацій.

На підготовчому етапі до гри її учасникам пояснюються правила та визначається, який обсяг бюджету й ігрові елементи будуть використовуватися. Далі – обговорюються основні поняття, що стосуються вивчення дисципліни «Бюджетна система», як-от бюджет, доходи, податкові надходження, видатки, розпорядники бюджетних коштів, бюджетні правопорушення тощо. Це допомагає студентам краще зорієнтуватися під час інтерактивного процесу гри. Поділ гравців на команди здійснюється за їхнім вибором ролі – платник податків або казнокрад. При цьому рекомендовані комбінації гравців дозволяють створити баланс між двома ролями з тим, аби ігровий процес був захопливим, а студенти могли вибудовувати стратегію, конкурувати між собою або співпрацювати з іншими.

У ході гри кидається кубик й число, яке на ньому випало, необхідно помножити на мільйон. Воно буде сумою податку або сумою крадіжки з бюджету. Платник податків ставить цю суму на одне з місць, яке хоче профінансувати (наприклад, університет, притулок для тварин, кінотеатр тощо), а казнокрад – забирає з місця, яке вже профінансоване. Якщо грошей на місці, яке профінансоване, недостатньо, то казнокрад забирає тільки ті, що є. Він складає гроші у себе й, у разі достатньої суми та вільного місця на ігровому полі, ставить їх там, а також картку «Вкрадено з бюджету». Платники податків можуть ставити гроші на будь-яких місцях на ігровому полі та, якщо назбиралася уся сума для фінансування, – картку «Заплачено платниками податків».



Рис. 1. Основне та додаткове ігрові поля настільної гри «Платники та казнокради»

Загальний обсяг бюджету становить 300 мільйонів (без приналежності до тієї чи іншої валюти). Якщо більша частина бюджету використана на певні цілі, то перемагають платники

податків, якщо вкрадена – казнокрад. У фіналі гри по одному гравцю з платників податків і казнокрадів кидають кубик й по черзі ходять по додатковому ігровому полі. Зелені комірочки стосуються дій платника податків (наприклад, державна податкова служба наклала штраф за невчасну та не в повному обсязі сплату податків), сірі – казнокрада (наприклад, національна поліція виявила злочин). Суму, зазначену в комірці, потрібно відняти від загальної суми грошей у платника податків або казнокрада. У кінці гри гроші підсумовуються і визначається переможець.

Таким чином, настільна гра «Платники та казнокради» – це інноваційний і цікавий метод навчання, який допомагає розкрити принципи функціонування бюджетної системи та необхідність відповідального використання грошей в суспільстві. З одного боку, її використання під час вивчення дисципліни «Бюджетна система» дає можливість активно взаємодіяти, використовувати стратегічне мислення та співпрацю з іншими, допомагає зрозуміти різні аспекти виконання бюджету, а з іншого – дозволяє на практиці усвідомити, як функціонує бюджет, які суми виділяються на різні цілі, яким чином незаконно зловживається службовим становищем для власного збагачення, що означає відповідальність за вчасну та в повному обсязі сплату податків.

Насамкінець зазначимо, що гейміфікація не є універсальним рішенням при вивченні тієї чи іншої дисципліни, але її успішність полягає в тому, як вона адаптується до конкретного контексту навчання. Для досягнення найкращих результатів кожен гейміфікований курс повинен бути ретельно спроектованим з урахуванням освітніх цілей і завдань. Саме ці цілі визначають, які ігрові механіки, нагороди та завдання включати. Також важливо пам'ятати про різноманітність стилів навчання студентів. Деякі можуть найкраще вивчати матеріал, беручи участь у групових завданнях, у той час, як інші можуть бути більш схильні до самостійної роботи. Гейміфікований курс повинен надавати можливість різним студентам обирати способи навчання, які найкраще відповідають їхнім потребам.

УДК 332

Стельмашук Юлія
студентка групи ПФ-31
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

Yulia Stelmashchuk
Student of PF-31 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Sergii Radynskiy
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ GOVERNMENT SUPPORT OF BUSINESS IN THE CONDITIONS OF WAR

Повномасштабне вторгнення РФ на територію України дуже великою мірою відобразилось та досі відображається на економічній ситуації країни. З початку війни багато учасників малого та середнього бізнесу були змушені припинити свою діяльність та закрити свої справи з огляду на постійні обстріли, відключення електроенергії, зміни в ланцюгу

постачання товарів, спад попиту на певні товари та послуги. Припинення діяльності значної кількості підприємств – негативне явище для економіки країни, тому що будь-який бізнес є джерелом сплати податків, надходжень до бюджету.

Держава як ніхто інший змушена підтримувати учасників підприємницької діяльності й допомагати їм. Цікаво, що попри повномасштабні бойові дії та блекаути, бізнес в Україні продовжує розвиватися. За даними на початок квітня 2023 року кількість зареєстрованих ФОПів складає майже 2 мільйони, а компаній — понад 1,2 мільйони [1]. Варто зауважити, що динаміка підприємницької діяльності доволі позитивна, так протягом вересня 2023 р. українці відкрили 35 587 ФОПів. Це найвищі показники не лише за час повномасштабного вторгнення, але й за останні три роки [2]. З рис. 1 зрозуміло, що найбільш розповсюджена сфера – роздрібна торгівля, тобто можна зробити висновок, що українці потребують саме значної кількості різноманітних товарів, а підприємці відповідають запитам та очікуванням споживачів.

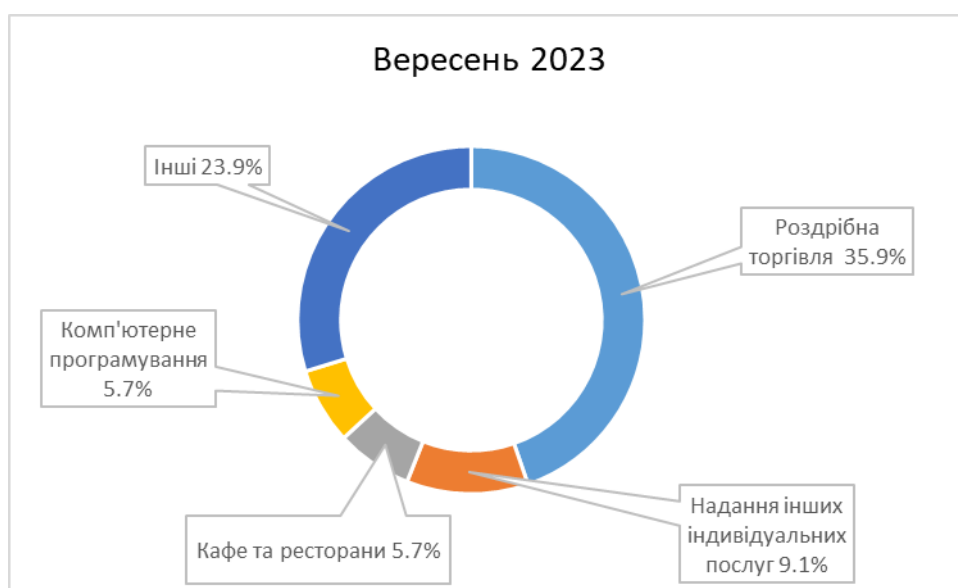


Рис. 1 Топ-сфери діяльності новостворених ФОПів в Україні за вересень 2023 р.
Джерело [2]

Повертаючи до державної підтримки бізнесу під час воєнного стану, варто сказати, що держава розробила багато програм для підприємців: компенсація за працевлаштування ВПО, допомога з релокації бізнесу, різноманітні грантові програми та конкурси для пошуку роботи. Держава взяла до уваги важливе питання – експорт в умовах війни й ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту» запустила оперативну платформу з актуальною інформацією для українських експортерів» які готові постачати свою продукцію за кордон в умовах війни та дати гідну відсіч всьому російському та білоруському у світі, створено кредитну програму для компаній, які через агресію рф потребують додаткового фінансування для реалізації експортних контрактів [3]. Головним завданням держави зараз залишається посилення економічних процесів на територіях, де не ведуться активні бойові дії. У той же час, країна повинна максимально стимулювати економічну адаптацію для підтримки армії, забезпечення національної оборони, відновлення та підтримки інфраструктури.

Війна триває уже більше півтора року й за цей час є значні результати підтримки державою бізнесу. Так, за рік війни за урядовою програмою релокації в більш безпечні регіони країни було переміщено 800 підприємств, 623 з яких вже відновили роботу на новому місці. Найбільше підприємств релокувались до західних областей України: Львівської (24 %), Закарпатської (14,5 %), Чернівецької (9,8 %), Івано-Франківської (8,3 %), Хмельницької (7,3 %), Тернопільської (6,3 %) [4]. Важливо, що результати урядових програм мають позитивний характер, зважаючи на статистику. За понад 15 місяців дії урядової

грантової програми «Робота держава інвестувала в розвиток малого й середнього бізнесу 4,4 млрд грн. Гранти на започаткування або розширення своєї справи отримали 8 тис. українців [5]!

Підводячи підсумки, варто зауважити, що держава намагається впроваджувати все нові механізми для підтримки та зміцнення бізнесу в умовах війни. Важливе розуміння підприємцями як правильно використовувати усі програми підтримки й стимулювати розвиток діючих бізнес-справ та, не менш важливо, розпочинати нові проекти, що будуть користуватись попитом на ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Війна не зупинила бізнес. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/business-growth-in-war> (дата звернення 21.10.2023).
2. Рекордну кількість нових справ українці відкрили у вересні. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/fop-records-september> (дата звернення 21.10.2023).
3. Підтримка бізнесу в умовах війни. URL: <https://business.diia.gov.ua/wartime> (дата звернення 21.10.2023).
4. Міністерство економіки України. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/za-rik-viiny-v-bilsh-bezpechni-rehiony-relokovano-800-pidpriemstv-tetiana-berezhna> (дата звернення 21.10.2023).
5. Міністерство економіки України. «Робота»: 8 000 підприємців отримали гранти від держави для розвитку бізнесу на 4,4 млрд грн URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yerobota-8-000-pidpriemtsiv-otrymaly-hrany-vid-derzhavy-dlia-rozvytku-biznesu-na-44-mlrd-hrn> (дата звернення 21.10.2023).

УДК 338.28:330.5

Черкашин Інна

студентка групи ПФ-41

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

Inna Cherkashyn

Student of PF-41 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific adviser: Natalia Tymoshyk

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНИ: ВІД ІННОВАЦІЙ ДО ДЕРЖАВИ У СМАРТФОНІ

UKRAINE'S DIGITAL TRANSFORMATION: FROM INNOVATION TO THE STATE IN A SMARTPHONE

Електронні документи, державні послуги онлайн та швидкий мобільний банкінг – усі ці речі українцям донедавна здавалися повсякденними та звичними. Однак через повномасштабну війну та вимушений виїзд за кордон багато наших співгромадян усвідомили, що всі технологічні здобутки України в секторі державних послуг – не буденна річ навіть для розвинених європейських держав.

Перші кроки до технологічного розвитку в Україні зробили ще в 90-х. У 1998 році Верховна Рада затвердила Національну програму інформатизації, яка діяла аж до 2022-го. Поняттям цифровізації тоді ще не оперували. На жаль, фінансування і контроль за

виконанням її проєктів на законодавчому рівні не впорядкували. Тому не дивно, що у 2001 році з'ясувалось: програму практично не виконують, а фінансування за три роки склало всього 5 млн грн. Тенденція тривала й далі. Хоча спроби впорядкування законодавства у сфері інформатизації все ж здійснювались, наприклад, у 2003 році ухвалили закон про електронний підпис. Так без помітного прогресу настав 2011 рік, і Верховна Рада створила Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, яке очолив Володимир Семиноженко.

Після Революції Гідності багато державних сфер в Україні зазнали швидких змін. Серед них і Держінформнауки, яке у червні 2014 року перетворили на Державне агентство з питань електронного урядування. Цей період у сфері цифровізації України був більш плідним. Одним із найбільших досягнень вважають запуск у державі порталу відкритих даних – це відбулось 2014 року.

У сфері економіки теж впроваджують технології, зокрема, послугу «Єдине вікно» – тепер підприємці отримали змогу взаємодіяти в електронному форматі з митними та контролюючими органами. У 2017 році з'явилася можливість електронної реєстрації ФОП. Також для українців створили Електронний кабінет платника податків [1].

2019 року після чергових президентських виборів сфера державних електронних послуг знову зазнала змін, адже одним із пунктів передвиборчої програми Володимира Зеленського була саме «Електронна країна».

Уперше в Україні для впровадження технологій у державний сектор створили окреме Міністерство цифрової трансформації. Завдяки даним фахівцям з'явився найбільш відомий продукт Мінцифри – «Дія».

Портал та застосунок «Дія» презентували 27 вересня 2019 року. Це проєкт, що об'єднав у єдиному ресурсі послуги, які надає держава громадянам і бізнесу. У Мінцифри зазначили, що зараз застосунком користуються вже понад 19,3 млн українців.

Однак, ідея єдиного порталу для електронних послуг не одразу знайшла підтримку в державному секторі. Попри те, що цифровізація була частиною передвиборчої програми Володимира Зеленського, бюрократична система інерційно гальмувала інновації [2].

Завдяки швидкому розвитку технологій та постійному зростанню доступу до Інтернету, Україна переживає цифрову трансформацію, яка впливає на всі сфери життя суспільства. Ця трансформація відбувається в різних сферах, від урядових служб до освіти та бізнесу і її вплив відчутний в смартфонах кожного громадянина України.

Смартфони стали невід'ємною частиною життя багатьох українців. За допомогою цих пристроїв ми спілкуємося, шукаємо інформацію, керуємо фінансами, та навіть працюємо. Вони стали особистими асистентами, які завжди на зв'язку, і це відкриває нескінченні можливості для інновацій та цифрової трансформації.

Однією з ключових сфер, де відчутна цифрова трансформація, є освіта. Українські школи та університети поступово впроваджують цифрові технології в навчальний процес. Це означає, що студенти мають доступ до онлайн-ресурсів, віртуальних лабораторій та інших інноваційних методів навчання, що полегшують їхню освітню підготовку.

Завдяки смартфонам, навіть у віддалених регіонах України можна отримати доступ до освіти та навчальних ресурсів. Це сприяє збільшенню рівня цифрової грамотності серед населення та підготовці молоді до цифрової економіки.

Українська влада також активно працює над цифровою трансформацією державних служб. Електронне урядування стає все більш доступним та зручним завдяки спеціальним мобільним додаткам, які дозволяють громадянам отримувати послуги держави в онлайн-режимі. Наприклад, з допомогою смартфона можна зареєструвати автомобіль, подати декларацію чи навіть звернутися за медичною допомогою.

Такий підхід робить взаємодію з державними органами більш зручною та ефективною, сприяючи боротьбі з корупцією та підвищенню рівня довіри до влади [3].

Україна стала справжнім центром інновацій та технологічних стартапів. Смартфони грають важливу роль у цьому процесі, оскільки вони дозволяють підприємцям швидко створювати та розповсюджувати інноваційні продукти та послуги.

Завдяки доступності смартфонів і можливості залучити інвестиції через онлайн-платформи, молоді підприємці мають широкий спектр можливостей для розвитку своїх інноваційних ідей.

Цифрова трансформація України є невід'ємною частиною сучасного суспільства, і смартфони відіграють важливу роль в цьому процесі. Вони дозволяють громадянам отримувати доступ до освіти, послуг держави та інновацій, а також сприяють розвитку цифрових стартапів та технологічних інновацій.

Таким чином, цифрова трансформація робить Україну більш сучасною та конкурентоздатною на світовому рівні та її вплив відчутний у кожному смартфоні, який тримають в руках українці.

Перелік використаних джерел:

1. З 90-х і до сьогодні. Хто і як займався цифровізацією на державному рівні. URL: <https://nashkiev.ua/technology/z-90-h-i-do-sogodni-hto-i-yak-zaimavsvya-tsifrovizatsieyu-na-derzhavnomu-rivni> (дата звернення 15.10.2023)
2. Що таке Дія? URL: <https://diia.gov.ua/faq/8> (дата звернення 16.10.2023)
3. Тимошик Н.С. Ефективність фінансових інструментів. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 31 березня-01 квітня 2021 року. Тернопіль. С. 100–101.

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

УДК 334

Maryna Zaporozhchenko
4th-year Student
Faculty of Humanities and Pedagogy
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (NULES)
Kyiv, Ukraine

Scientific supervisor: Mykhailo Sverdan
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (NULES)
Kyiv, Ukraine

“DUMMY CORPORATIONS” AS THE SHADOW ECONOMY OF ITALY

Paper companies, or dummy corporations, are one of the most common types of shadow economy in Italy. There are companies whose aim is only to avoid paying taxes: they do not conduct any real activities, and their income and expenses are only on paper.

Paper mills are often set up to keep away from paying income taxes, value added tax (VAT) for the purpose of money laundering, or to legalize illegal activities such as drug trafficking or prostitution.

According to experts, there are approximately 2 million paper factories in Italy. Unfortunately, there is almost no information about them on the Internet and in domestic literature, let alone specific examples. All this is done covertly, because it is not profitable for the Italian authorities to share such problems on the international stage. But according to the publicly available information of the Federation of Italian Entrepreneurs, such dummy companies make up a significant part of the country's shadow economy, which is from 17.5% to 27% of the country's GDP [1].

Paper mills are a pressing issue for the Italian economy. They lead to a loss of income for the state, as well as to a violation of competition. We can highlight the following methods used by paper mills to avoid paying taxes:

- They may claim fictitious expenses, such as rent, advertising or consulting services. This allows them to reduce their tax base.
- Using fictitious income, for example from the sale of goods or services that were never delivered or provided. It really helps them to increase their tax expenditure.
- Schemes for laundering money obtained as a result of illegal activities, carried out by transferring funds through a number of firms that do not have a real business.

The Italian government is taking a huge number of measures to combat paper mills. So, for example, in 2012, a law was adopted that provides for the most severe punishments for people who evade paying taxes with the help of paper companies (for example, monetary fines, sanctions, deprivation of the right to receive state benefits, confiscation of property or even criminal prosecution) [3, p. 200]. However, these measures were not effective enough.

Paper mills continue to exist in Italy thanks to the cooperation of civil servants, which is a significant problem for the Italian economy.

In general, the following measures can be identified that could help in the fight against paper companies:

- Increasing the efficiency of the tax system. The Italian government should make its tax system more transparent and efficient, allowing it to more easily detect paper mills.

- Penalties for tax evasion should be tougher to deter potential offenders.
- The Italian government should cooperate with the tax authorities of other countries, which already had such experience, to identify and stop the activities of paper mills [4, p. 150].

Unfortunately, dummy companies in Italy have become an integral part of its economic reality. This problem requires a comprehensive approach and strict measures from the government and civil society. This is the only way to ensure transparency, legal responsibility and restore confidence in the Italian economic system. However, to successfully overcome this phenomenon, it is also necessary to consider the roots of this problem, implement systemic changes in management and create conditions for sustainable economic development.

References:

1. Information portal of the Federation of Italian Entrepreneurs (Federazione Italiana delle Imprese). URL: <https://www.confindustria.it/>
2. Kabanyuk, M. V. Paper factories as a shadow economy of Italy. K.: Lviv Polytechnic University Publishing House, 2019. 120 p.
3. Kovalchuk, V. S. Shadow economy of Italy: features and problems. K.: Taras Shevchenko KNU Publishing House, 2022. 200 p.
4. Melnyk, O. V. Paper factories in Italy: causes and consequences. K.: NAU Publishing House, 2021. 150 p.
5. Official website of the Italian Ministry of Economy and Finance (Ministero dell'Economia e delle Finanze). URL: <https://www.mef.gov.it/>
6. The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/>

УДК 338.4

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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ PROBLEMATIC ASPECTS OF UKRAIAN GRAIN MARKET

Вітчизняний ринок зерна є стратегічною галуззю національної економіки та становить основу продовольчої безпеки держави. До війни на сільське господарство припадало 20% ВВП, 40% українського експорту, держава покривала половину потреб Світової харчової програми ООН [1].

За часи незалежності статус України, як «житниці», трансформувався у провідного гравця світового зернового ринку, що підтверджується статистичними даними – виробництво зерна зросло у 2,5 рази. За інформацією FAO у 2021 році держава була третім найбільшим виробником кукурудзи, ячменя і рапсу, шостою – у виробництві пшениці й давала десятю частину світового експорту. Входила у п'ятірку провідних експортерів пшениці за результатами 2022 року (рис.1).



Рис. 1. ТОП-5 країн виробників пшениці в 2022-23 рр.

Примітка: сформовано автором на основі [2]

Військові дії призвели до негативних наслідків та ризиків розвитку зернової галузі. Зокрема, зменшились посівні площі під майбутній врожай через замінування, окупацію та ведення бойових дій, скоротились експортні можливості України. У травні 2022 року з метою, з одного боку, підтримки української економіки, а з іншого – допомоги бідним країнам Африки та Азії, Єврокомісія скасувала мита і квоти на імпорту з України. Проблем не виникало до кінця 2022 року, коли ціни почали знижуватися, в тому числі, і завдяки українському експорту.

З травня 2023 року спостерігається падіння темпів приросту експорту, що пояснюється блокуванням функціональних можливостей чорноморського «зернового коридору», ускладненням процедур транзитного перевезення, запровадженням тимчасової заборони на поставки зернових культур з України до 5 прикордонних країн ЄС, що надало їм можливість отримати додаткові агросубсидії на підтримку малого фермерства.

Попри таку ситуацію, вітчизняним виробникам за січень-серпень 2023 року вдалось отримати значні доходи від продажу за кордон зернових культур (кукурудзи, пшениці, ячменю, гречки, сорго, жита), що становить чверть усього експорту за даний період. Отже, експортний потенціал вагомий, але виникає проблема його реалізації. Наприклад, кукурудза, має високий попит та конкурентну перевагу, оскільки без ГМО, але транспортування необхідно здійснювати морським шляхом. Станом на квітень 2023 року – 70% загального експорту було реалізовано саме таким способом. Для здійснення експортних операцій до прикордонних держав-членів ЄС, у вересні 2023 року уряд схвалив нову процедуру, де передбачено, що 4 культури (кукурудза, ріпак, соняшник, пшениця) мають отримати ліцензію.

За прогнозами фахівців, незважаючи на те, що цьогорічний врожай буде на 20% більший у порівнянні із минулим, високі витрати на логістику, добрива і паливо, насіння, засоби захисту рослин вплинули на зростання собівартості зернових та олійних майже вдвічі, що зробило їх вирощування в Україні неприбутковим. Значна частка виробників понесла фінансові втрати від недоотримання експортної виручки, а в деяких з них рентабельність знизилась до нуля або показала мінусові результати. Фактично, українське виробництво зерна та олійних культур уперше опинилось в ситуації збитковості (рис. 2). І тому, на думку фахівців, тенденція до зменшення посівів зернових у бік олійних збережеться наступного року.

Агросектор вперше за останні 20 років став збитковим



Рис. 2. Рівень рентабельності виробництва зернових та соняшника у 2022 році [3]

Таким чином, сучасні виклики щодо розвитку і стабілізації зернового ринку в Україні, безпечного зберігання та отримання доступу до альтернативних ринків для продажу фермерами продукції у майбутньому стануть можливими за умов:

- державної підтримки товаровиробників шляхом надання доступних кредитів, забезпечення посівним матеріалом, паливом, викупу зерна за економічно обґрунтованими цінами;
- створення технічного потенціалу лабораторій, за допомогою яких зернова продукція буде відповідати міжнародним стандартам якості на безпечності;
- переорієнтації агросектору на експорт готової продукції із доданою вартістю за аналогією Туреччини, яка є потужним переробником та експортером борошна;
- надання коштів на розмінування за рахунок акумуляції та їх розподілення від донорів, грантів. У проєкті державного бюджету на 2024 рік закладено 2 млрд грн на компенсацію витрат із розмінування для аграріїв.
- скоординованих заходів на міждержавному рівні по відновленню зруйнованих логістичних ланцюгів. За допомогою зарубіжних партнерів такий напрям уже демонструє позитивні напрацювання, а саме: триває будівництво елеваторів у західних областях держави, надаються поліетиленові рукави для зберігання зерна дрібним землевласникам, спеціальне обладнання для навантаження та розвантаження зерна.

В аспекті поставленої проблеми, подолання окреслених і потенційних загроз вимагає об'єднання зусиль світової спільноти. Саме аграрна продукція стане ключовим моментом залагодження питання інтеграції при вступі України в ЄС.

Перелік використаних джерел:

1. Україна та глобальна продовольча безпека в умовах війни: аналітичний огляд експертів Національного інституту стратегічних досліджень. 14.03.2022. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ukrayina-ta-hlobalnaprodovolcha-bezpeka-v-umovakh->
2. А. Ліссітса. Агросектор вперше за останні 20 років став збитковим. Агропортал, 12.09. 2023. URL: <https://agroportal.ua/news/eksklyuzivny/lissitsa-agrosector-vpershe-za-ostanni-20-rokiv-stav-zbitkovim>
3. ТОП-10 країн виробників пшениці в 2022/23 МР. URL: <https://latifundist.com/rating/top-10-krayin-virobnikiv-pshenitsi-v-2022-23-mr>

Білий Юрій
студент групи ППмз-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

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

НЕОБХІДНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ THE NEED FOR IMPLEMENTATION OF FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE

З розвитком ринкових відносин в українській економіці зростає роль фінансового планування в підтримці ліквідності та прибутковості підприємств. Наразі багато українських підприємств не мають чіткої методології оперативного фінансового планування, що призводить до короткострокового фінансового планування, управління та контролю, спричиняє фінансові проблеми та підвищує ризик банкрутства. Без визначення фінансових можливостей і перспектив забезпечення стабільного фінансового стану (фінансового планування) підприємства не можуть досягти сталого економічного розвитку.

Організація фінансового планування може бути ефективною лише тоді, коли вона базується на науково обґрунтованих принципах. У науковій літературі не існує єдиного підходу до визначення принципів фінансового планування.

Фінансове планування - це процес планування формування, розподілу, перерозподілу та використання фінансових ресурсів. Воно ставить цілі, моделює майбутній стан підприємства, визначає шляхи їх досягнення, декомпозує бажані результати і визначає завдання виконавців.

Фінансове планування необхідне, з одного боку, для підтримання фінансової рівноваги підприємства, а з іншого - для запобігання надмірному накопиченню оборотних активів. По суті, фінансове планування, як і будь-яке інше планування, є нормативним регулюванням взаємопов'язаних і взаємозалежних видів діяльності і вимагає ретельного аналізу всіх його складових, оскільки навіть незначні зміни зовнішніх і внутрішніх умов і факторів можуть порушити передбачену структуру і збалансованість. Це особливо важливо в нинішніх складних економічних умовах, коли непередбачувана інформація та нестабільне законодавство змушують щомісяця коригувати плани розвитку компанії. Згідно з іншою точкою зору, фінансове планування в структурі компанії - це, по суті, сукупність способів і засобів визначення фінансових ресурсів і напрямів їх використання для забезпечення господарської діяльності.

Природно, що методами та інструментами є лише ті, які використовуються для розрахунку фінансових ресурсів підприємства, необхідних на плановий рік. Причому в

цьому сенсі фінансове планування зосереджується на поточній діяльності і, відповідно, на поточному фінансовому плані [1, с. 231].

Таким чином, з усіх розглянутих визначень сутності фінансового планування зрозуміло, що без фінансового планування неможливо досягти такого рівня управління економікою підприємства, який би гарантував ефективність роботи підприємства, його успіх на ринку, розширення та оновлення матеріальної бази, успішне вирішення соціальних проблем та матеріальне стимулювання його працівників. Це очевидно.

Об'єктами фінансового планування є: доходи і накопичення, їх формування і розподіл, їх взаємозв'язок з ланками фінансово-кредитної системи, грошові фонди, їх формування і використання, капітальні вкладення і ліквідні активи, їх обсяг і планування джерел фінансування, визначення джерел фінансування соціально-культурної сфери підприємства [2, с. 85].

Роль фінансового планування полягає в наступному В умовах трансформації нашої економіки та розвитку ринкових відносин зростає значення фінансового планування як невід'ємного структурного елемента процесу управління суб'єктами господарювання.

Сутність планування проявляється у встановленні цілей розвитку підприємства на певний період часу, визначенні завдань і шляхів їх досягнення, а також у визначенні матеріальних, трудових і фінансових ресурсів і засобів, необхідних для вирішення поставлених завдань.

Отже, фінансове планування можна визначити як специфічну форму управлінської діяльності підприємства. Ця діяльність полягає у підготовці різних варіантів фінансового забезпечення управлінських рішень у вигляді прогнозів, проектів програм і планів, обґрунтуванні їх оптимальності та створенні системи контролю за ефективністю їх виконання.

Фінансове планування базується на показниках виробничого планування, планування реалізації продукції та послуг, планування капітальних вкладень та планування розвитку соціальної сфери. Фінансове планування забезпечує вирішення конкретних завдань, які узагальнено наведено на рис. 1.

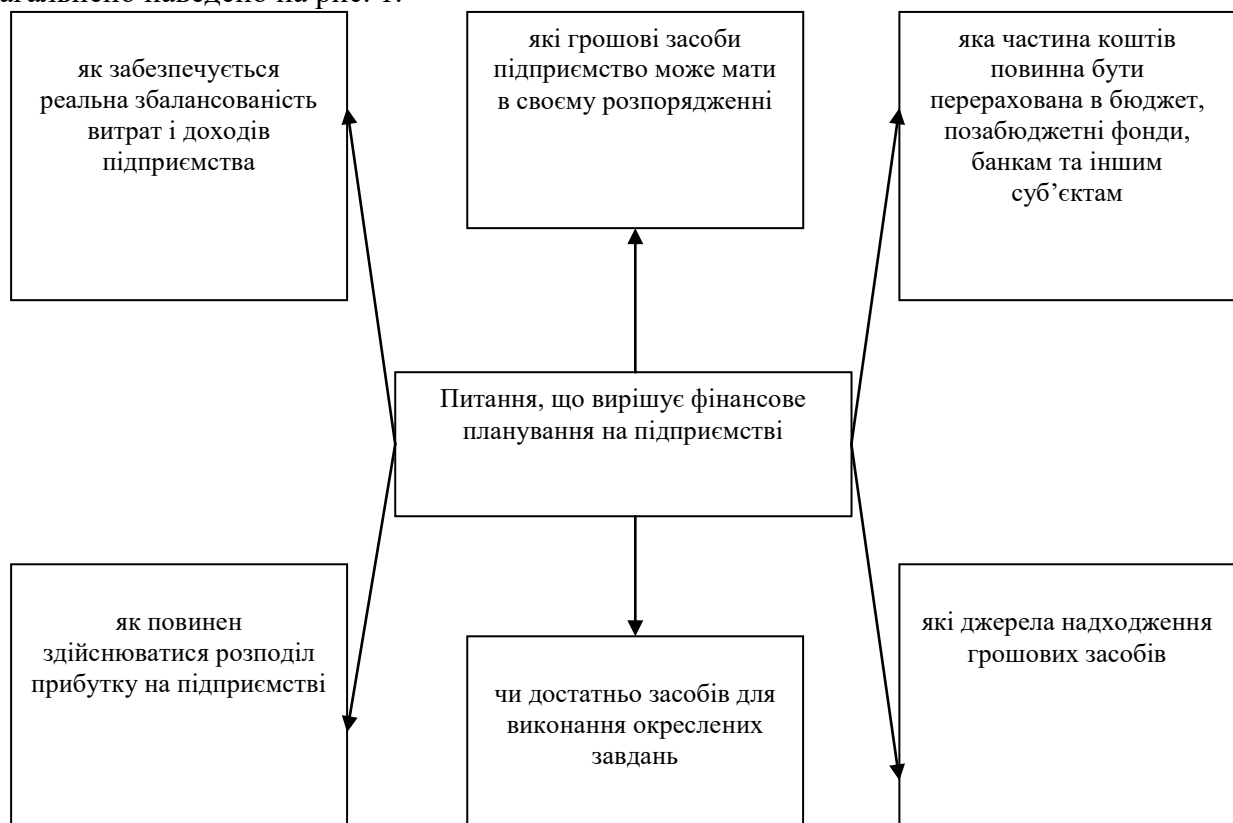


Рис.1. Коло питань, які вирішує фінансове планування на підприємстві [3, с. 101]

Фінансові плани розробляються для виконання наступних завдань:

- визначити обсяг і джерела всіх центральних і місцевих фондів грошових коштів та їх розподіл між сферами виробництва і послуг
- стимулювання зростання виробництва та підвищення його ефективності
- концентрації фінансових ресурсів на найважливіших напрямках економічного і соціального розвитку
- позитивно впливає на формування раціональної структури матеріального виробництва та встановлення науково обґрунтованих темпів у народному господарстві через індикативне планування;
- ув'язати основні параметри фінансового планування з іншими показниками планування економічного і соціального розвитку з метою забезпечення стабільного фінансового стану підприємств і комерційних організацій;
- здійснювати попередній, поточний і підсумковий фінансовий контроль на всіх рівнях управління за правильним і ефективним використанням державних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів [3, с.102].

Організація фінансового планування може бути ефективною лише тоді, коли вона базується на науково обґрунтованих принципах. У науковій літературі не існує єдиного підходу до визначення принципів фінансового планування. Принципи планування - це основні правила прогнозування, тобто вихідні положення і правила прогнозування, які обґрунтовують планування з точки зору доцільності, систематизації, структури, логіки та організації розробки.

Отже, фінансове планування необхідне для фінансового забезпечення з метою активізації кругообігу виробничих фондів, досягнення високої ефективності виробничо-господарської діяльності та створення необхідних умов для забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості підприємств.

Перелік використаних джерел:

1. Єрмоленко О.А., Григоренко К.О. Фінансове планування в умовах невизначеності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. Вип. 50. С. 230-232
2. Єрхоїн С.А., Віршовка С.С. Принципи та роль фінансового планування в забезпеченні розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. Вип. 10. С. 82 -91
3. Чемчикаленко Р.А., Майборода О.В., Кобзар К.А. Організація фінансового планування на підприємстві. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 4. С. 100-106

Бурка Олександр
студент групи ПФМ-61
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 PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДВИГУН ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ENTREPRENEURSHIP AS AN ENGINE OF INVESTMENT ACTIVITIES OF TERRITORIAL COMMUNITIES

Підприємництво завжди виступало невід'ємною складовою фінансів територіальних громад та держави загалом, забезпечуючи їх економічний ріст та підвищення життєвого рівня населення.

Інвестиційна діяльність територіальних громад (далі – ТГ) зазвичай пов'язана із капітальними видатками. Однак, варто зауважити, що вона також тісно пов'язана із розвитком підприємницької активності. Саме приріст суб'єктів господарювання визначає економічний успіх громади. Підприємства є досить специфічним суб'єктом у розрізі інвестицій ТГ, адже будь-яка підтримка бізнесу може розглядатися як інвестиція.

«Уся країна ремонтує дороги. І це правильно. Але по хороших дорогах можна як заїхати до громади, так і виїхати з неї. Тому кожній громаді треба розвивати місцевий бізнес, який заохочуватиме людей залишатися і працювати вдома. Співпраця громади з місцевим бізнесом дуже важлива. Будь-яка допомога – держави чи донорів – рано чи пізно закінчиться, а з підприємцями ми постійно працюємо на одній території. Отже і спільні проекти розвитку у нас весь час мають бути. В нашій місцевості, наприклад, дуже розвинута харчова промисловість, і ми намагаємося допомагати тим, хто починає свій бізнес. Розповідаємо, як рекламувати свою продукцію, як розвивати свою компанію. Розуміємо, що від їхнього успіху залежать і наші перспективи», – сказав Богдан Келічавий, голова Копичинецької міської територіальної громади, Тернопільська область.

Варто зауважити, що місцевий бізнес та громада повинні працювати як злагоджений механізм, адже бізнес не може бути успішним у неуспішній громаді. Керівництву ТГ необхідно розуміти загальну картину, яка формується сьогодні: не потрібно заважати великому бізнесу, та потрібно підтримувати малий та середній бізнес [1].

Необхідно пам'ятати, що підтримка бізнесу принесе блага для громади у довгостроковій та довготривалій перспективі. Інвестиції громади у вигляді грантової, кредитної, інформаційної підтримки принесуть результат у вигляді збільшення ВВП, кількості робочих місць, а відтак – податкових надходжень у бюджет громади (див. рис. 1). Така система співпраці називається «WIN-WIN».

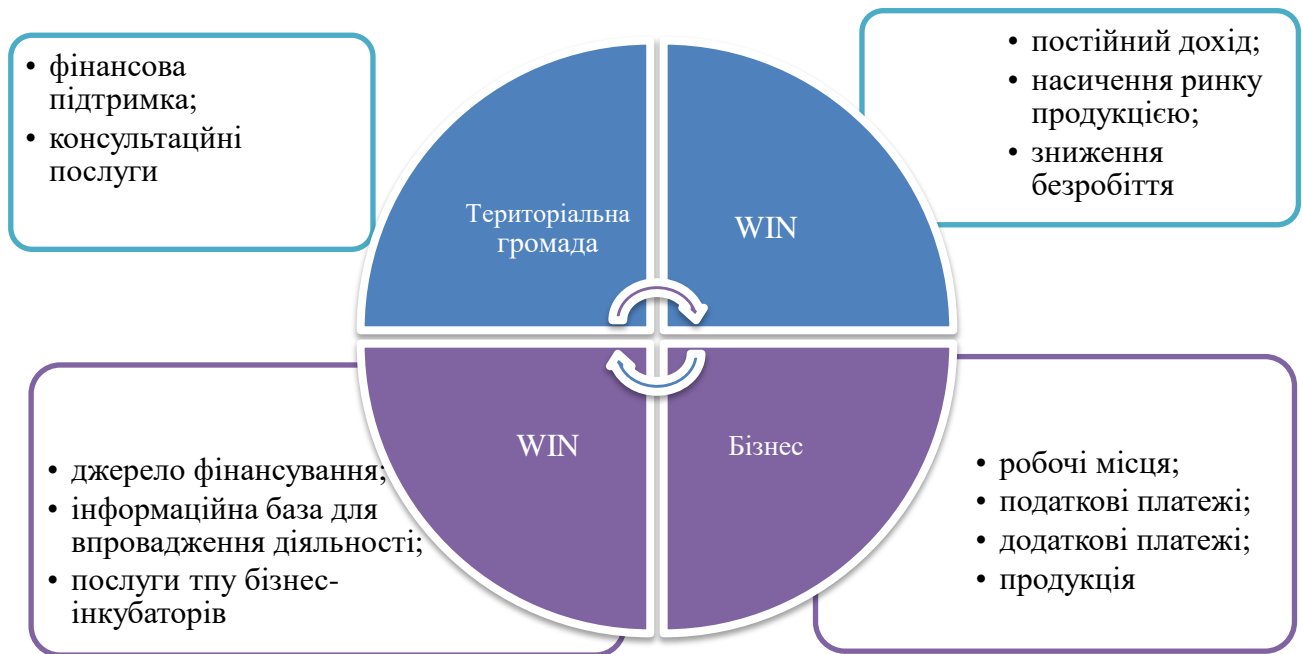


Рис. 1 Система «WIN-WIN» взаємодії територіальних громад та бізнесу
Примітка: складено автором самостійно

Окремо варто зазначити про релокований бізнес. Релокований бізнес — це нові робочі місця й можливості для громад. Проте ще більшого результату можна досягти, якщо залучити його до співпраці з місцевими підприємствами: це й обмін досвідом, й спільні проекти та безліч інших шляхів спільного розвитку [2].

Громада повинна стати «бізнес-інкубатором», тобто підтримувати наявний та заохочувати до створення нового бізнесу. Окрім фінансової допомоги, громада також може надавати інформаційну та матеріальну. Інформаційна допомога – консультування, тренінги, семінари для підприємців. Матеріальна – допомога із пошуком локації, реалізація капітальних споруд, подарунки для бізнесу (наприклад генератори, які є критично важливими у зимовий період).

Розвиток бізнесу у громаді може приносити податкові надходження (єдиний податок, ПДФО, акцизний та туристичний збір, екологічний податок, тощо) та інші надходження (орендна плата за користування інвестиційними об'єктами).

Отже, бізнес може виступати для територіальних громад у ролі інвестиційного об'єкта. Вкладення у такий об'єкт забезпечить бюджет громади стабільним та постійним джерелом доходу. Співпраця із бізнесом є важливою складовою діяльності успішної громади.

Розвиток підприємницької активності дорівнює розвитку економіки громади, що безпосередньо впливатиме на фінансове становище громади та благополуччя її жителів.

Перелік використаних джерел:

1. Громади і бізнес: чому співпраця взаємовигідна – цитати учасників конференції «На шляху до Лугано: Децентралізація». Децентралізація: веб-сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14159>
2. Як налагодити співпрацю між місцевими та релокованими до громади підприємствами. ІНТЕНТ: веб-сайт. URL: <https://intent.press/expert/society/2022/yak-nalagoditi-spivpracyu-mizh-miscevimi-ta-relokovanimi-do-gromadi-pidpriyemstvami/>

Віцента Ольга

студентка групи ППМ-61
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 PPM-61 group
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

РЕЛОКАЦІЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА УМОВИ ПІДТРИМКИ BUSINESS RELOCATION UNDER WARTIME AND CONDITIONS OF ITS SUPPORT

Політичні конфлікти, геополітичні напруження та збройні конфлікти можуть раптово поставити під загрозу навіть найстійкіші бізнес-структури. В таких умовах, релокація бізнесу стає необхідним стратегічним рішенням для збереження безпеки та розвитку підприємств. З перших днів повномасштабної війни Україна зазнала великих економічних втрат, тому для забезпечення фінансової стабільності та підтримки бізнесу, Кабінет Міністрів України реалізував програму релокації підприємств, яка передбачає безоплатне переміщення підприємств із території, що знаходяться у зоні бойових дій до безпечніших регіонів [1].

Підприємства, що прийняли рішення перемістити свої виробничі потужності, мають змогу отримати від держави пакет підтримки, а саме[1]:

- підбір місця розташування для потужностей підприємства;
- допомога з перевезенням на нову локацію;
- сприяння в розселенні працівників та пошуку нових співробітників;
- підтримка у відновленні логістики, закупівлі сировини та пошуку ринків збуту.

На даний момент 840 підприємств вже перевезло свої виробничі потужності з небезпечних регіонів за підтримки держави, 667 з яких вже працюють на новому місці, ще для 239 підприємств здійснюється пошук відповідної локації [2]. Лідерами з розміщення релокованих підприємств є Львівська (24 %), Закарпатська (14,5 %), Чернівецька (9,8 %), Івано-Франківська (8,3 %), Хмельницька (7,3 %) та Тернопільська (6,3 %) області [2]. Також, нині 44 підприємства повернулися на попередні місця роботи у зв'язку з покращенням там безпекової ситуації, зокрема, в Харківську, Чернігівську та Сумську області [2].

Прикладом релокованого підприємства, яке змогло не лише відновити свою роботу, але й успішно позиціонувати себе на ринку, є ТОВ «Торгівельний дім «Дельта», яке завдяки швидкій реакції на зміни в умовах війни зазнало значного успіху. Дана компанія, яка є власником торгової марки «Гуляй поле», у 2022 році провела передислокацію із Запорізької області до Тернополя та змогла досягнути таких результатів [3]:

- відкрили новий виробничий комплекс у місті Тернопіль, який вміщає дві лінії розливу олії, варочне устаткування для виробництва майонезів та гірчиці, а також фасувальні лінії дойпаків та філфаків;
- збільшили обсяг виробництва з 1000 тонн/рік до 13000 тонн/рік;
- виробнича потужність варильного устаткування зросла з 200 тонн/місяць до 2000 тонн/місяць;

- у 2022 році успішно пройшли сертифікацію IFS та ISO на виробничих майданчиках компанії;

- придбали нове обладнання для фасування фігурного дойпаку з верхнім штуцером для лінійки продукції компанії;

- компанія регулярно оновлює та розширює асортимент продукції з метою збільшення частки на ринку та задоволення усіх потреб споживачів;

- співпрацюють з великими торгівельними мережами – АТБ-маркет, Сільпо, Рукавичка тощо.

Підприємство планує розширювати сферу діяльності на Тернопільщині та прагне за 5-10 років стати компанією рівня Nestle чи Unilever, які виготовляють широкий спектр товарів ринку [3].

Незважаючи на вимушену релокацію, підприємство розширило свої виробничі майданчики. Компанія запустила дві лінії фасування олії. Успішно експортує олію у країни ЄС. Підприємство активно працює, забезпечуючи продукцією під маркою «Гуляй поле» своїх споживачів. Завдяки відкриттю нового виробництва на Тернопільщині, загальна кількість працюючих в компанії сягнула більше 200 працівників. Компанія забезпечує стабільну заробітню платню, постійну роботу, сплачує податки.

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: через війну 840 підприємств переїхали у більш безпечні місця. ua.news. 2023. URL: <https://ua.news/ua/money/relokatsiya-biznesu-cherez-vijnu-840-pidpriemstv-pereyihali-u-bilsh-bezpechni-mistsya>

3. Офіційний сайт компанії «Торгівельний дім «Дельта». Фінансові показники діяльності. URL: <https://delta-food.ua/about-us>

Галагань Юрій
студент групи ПФМ-61
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

Yurii Halahan
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Assosiate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ НАЦІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СПРИЯННІ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ КРАЇНИ THE ROLE AND POTENTIAL OF NATIONAL ENTREPRENEURSHIP IN PROMOTING THE COUNTRY'S FINANCIAL STABILITY

У сучасних умовах нестабільного економічного середовища виникає все більше запитань щодо пошуку ефективних способів забезпечення стійкої, результативної та прибуткової діяльності господарюючих суб'єктів. Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічної стійкості держави є важливими аспектами для розвитку бідь якої країни. Підприємництво включає в себе створення та управління підприємствами, розвиток інновацій, залучення інвестицій та генерацію нових робочих місць [1].

Роль вітчизняного підприємництва для держави важко переоцінити, тому що воно виконує такі важливі функції, як:

- створення робочих місць: підприємництво є одним з основних джерел створення нових робочих місць. Підприємці створюють підприємства, які найчастіше наймають працівників. Це допомагає знижувати рівень безробіття та підвищувати життєвий рівень населення;

- збільшення виробництва та валового внутрішнього продукту (ВВП): підприємства сприяють збільшенню виробництва товарів і послуг, що веде до зростання ВВП держави. Це сприяє економічному зростанню та стійкості;

- залучення інвестицій: підприємства можуть залучати інвестиції, які необхідні для розвитку і розширення діяльності. Це допомагає покращити інфраструктуру та соціальні програми;

- податкові надходження: уряд отримує податки від підприємств, що використовується для фінансування різних сфер державної діяльності, включаючи освіту, охорону здоров'я, інфраструктуру та соціальні програми;

- зниження бідності та нерівності: підприємництво надає можливості для індивідуального успіху та зменшення ніжності, оскільки воно дозволяє людям створювати власний бізнес та заробляти гроші [2].

Потенціал можна розглядати як інтегровану систему можливостей, здібностей, ресурсів та засобів, він стає ключовим у процесах підвищення продуктивності внутрішньої діяльності вітчизняних підприємств. Практика показує, що дуже вразливі перед кризами є підприємства з недосконало розвинутим потенціалом або не використовуваними

можливостями його використання. Тому потрібно проаналізувати питання потенціалу підприємства [4].

Сутність поняття «потенціал підприємства» може бути розглянута через декілька ключових аспектів:

- ресурси: це включає фінансові, матеріальні, технічні, трудові та інші ресурси, які підприємство може використовувати для виробництва товарів та послуг, розвитку нових продуктів і технологій;

- здатності та навички: це охоплює здатності персоналу, ефективність керівництва, якість управління та інші аспекти, які впливають на можливість підприємства досягти своїх цілей;

- маркетинг та стратегія: це охоплює позицію підприємства на ринку, його ринкову стратегію та можливість реагувати на зміни в економічному середовищі [3].

Структура потенціалу підприємства може бути складною і включати різноманітні елементи, такі як:

- фінансовий потенціал: ресурси, необхідні для фінансування діяльності, розвитку та інновацій;

- людський потенціал: здатність персоналу до розвитку та використання знань та навичок для досягнення цілей підприємства;

- технічний потенціал: технічне обладнання, інфраструктура та технології, які використовуються для виробництва та інновацій;

- організаційний потенціал: системи управління, процеси та структура підприємства, які впливають на ефективність та спроможність досягати цілей;

- інноваційний потенціал: здатність розробляти та впроваджувати нові ідеї, технології та продукти.

Загалом, вітчизняне підприємництво відіграє ключову роль у розвитку економічної стійкості держави, сприяючи створенню більших можливостей для громади, зростанню економіки та забезпеченню стабільності. Важливо, щоб уряд і суспільство підтримували підприємництво та створювали сприятливі умови для розвитку бізнесу [5].

Перелік використаних джерел:

1. Гаркавенко Н., Вітер В., Новосільська Н. Роль держави у соціально-економічному розвитку суспільства та вирішенні проблеми бідності. 2016.

2. Роль підприємництва у розвитку економіки держави. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/0c2c7b7dd7baf484748be656b745b411.pdf>

3. Троянська Д.В., Чорній В.В. Функціонування вітчизняних підприємств поліграфічної галузі у глобальному економічному середовищі. 2017.

4. Ольвінська Ю.О. Особливості державного регулювання підприємництва у країнах світу. 2015.

5. Роль малого та середнього бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки України. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/18.pdf

Голодрига Артур
студент групи ППМ-61
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

Artur Holodryha
Student of PPM-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: DOMESTIC AND ABROAD EXPERIENCE

За останні десятиліття концепція соціальної відповідальності бізнесу стала ключовим аспектом стратегічного управління підприємствами на міжнародному рівні. Від підприємств вимагається не тільки генерування прибутку та створення цінності для власників та акціонерів, але і врахування соціальних та екологічних аспектів діяльності.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) визначається як добровільна ініціатива підприємства, яка полягає у врахуванні впливу своєї діяльності на суспільство та намагається вирішити соціальні проблеми поряд із досягненням фінансового успіху. Соціально відповідальні підприємства враховують інтереси всіх зацікавлених сторін, включаючи споживачів, працівників, громади та довкілля.

Ідея соціальної відповідальності бізнесу виникла ще у 1970-х роках у США та Великобританії в результаті загострення уваги громадськості до загального іміджу компаній, а саме:

- забезпечення соціального захисту та недопущення дискримінації найманих працівників;
- відповідальне ставлення до вибору бізнес-партнерів;
- гарантування якості та безпечності продукції (послуг);
- дбайливе ставлення компаній до суспільства та екології; дотримання норм відкритості та прозорості бізнес-діяльності;
- врахування суспільних інтересів при прийнятті стратегічних бізнес-рішень [1].

Важливість СВБ складно переоцінити. Вона відіграє ключову роль в підвищенні рівня репутації підприємства, залученні та утриманні клієнтів, сприяє створенню сталих конкурентних переваг. Бізнеси, які прагнуть бути соціально відповідальними, активно співпрацюють з громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами для досягнення спільних цілей, включаючи соціальний а екологічний розвиток.

В Україні багато підприємств визнають важливість СВБ і розвивають відповідні програми. Наприклад, компанії поводять благодійні акції, інвестують в охорону навколишнього середовища, сприяють освіті та розвитку громад. Українська законодавча база також враховує аспекти СВБ, включаючи стандарти звітності та обов'язковість розкриття інформації про соціальні ініціативи підприємств.

В країнах Європи та США соціальна відповідальність бізнесу вже давно є важливою частиною корпоративної культури. Європейські компанії акцентують увагу на прозорості та сталих інвестиціях в громадські проекти та екологічні ініціативи. У США соціальна відповідальність бізнесу відома як Corporate Social Responsibility (CSR) і включає в себе широкий спектр дій, від пожертв до благодійних організацій до створення програм із збереження довкілля.

Закордонний досвід показує, що бізнес може бути потужним інструментом для вирішення важливих соціальних та екологічних питань. Компанії активно співпрацюють із неприбутковими організаціями, владою, громадами для створення значущих змін у суспільстві.

Соціальна відповідальність бізнесу стає все більш важливою в сучасному світі, в якому вимоги до підприємств щодо їхнього внесу у суспільство постійно зростають. Вітчизняний та закордонний досвід показують, що СВБ може бути вигідним для бізнесу, сприяти розвитку громад та створенню передумов для сталого розвитку. В цьому контексті важливо сприяти обміну досвідом між країнами та компаніями для досягнення спільних цілей у галузі соціальної відповідальності бізнесу.

Перелік використаних джерел:

1. Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 11.

УДК 338.02

Дмитерко Олександр
студент групи ППм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Oleksandr Dmyterko
Student of PPM-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ОСОБЛИВОСТІ НАЛАГОДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ FEATURES OF ADJUSTING EFFECTIVE BUSINESS PROCESSES IN BANKING INSTITUTIONS

Банківські установи відіграють ключову роль у сучасній економіці, надаючи широкий спектр фінансових послуг, включаючи кредитування, зберігання, інвестування та інші. Для забезпечення своєї життєздатності та конкурентоспроможності банки повинні постійно вдосконалювати свої бізнес-процеси, щоб забезпечити ефективну та ефективну роботу. В цьому науковому тексті розглядаються особливості налагодження ефективних бізнес-процесів в банківських установах, враховуючи їхню унікальну природу та вимоги до безпеки та надійності.

1. Аналіз банківських бізнес-процесів

Першим кроком у налагодженні ефективних бізнес-процесів у банківських установах є детальний аналіз існуючих процесів. Банки володіють великою кількістю операцій, які потребують координації та контролю, включаючи обробку транзакцій, управління ризиками,

а також забезпечення відповідності регуляторним вимогам. Оцінка кожного бізнес-процесу дозволяє виявити можливості для оптимізації та автоматизації.

2. Автоматизація та інформаційні технології

Банківські установи мають велику залежність від інформаційних технологій. Автоматизація бізнес-процесів через використання спеціалізованих програмних продуктів дозволяє знизити ризики та підвищити швидкість обслуговування клієнтів. Однак, з огляду на високий рівень конфіденційності та безпеки даних, банки також повинні приділити велику увагу захисту інформації та кібербезпеці.

3. Управління ризиками та відповідністю

Банки операційні та фінансові ризики є особливо важливими, і надзвичайно важливою є ефективна система їх управління. Впровадження стандартів та процедур для виявлення, оцінки, та контролю ризиків допомагає банкам забезпечити стабільну роботу та відповідність законодавчим вимогам.

4. Кадровий потенціал та навчання

Іншою важливою складовою ефективних бізнес-процесів у банківських установах є кваліфікований персонал. Банківський персонал повинен мати не лише технічні навички, але й розуміння банківської сфери та регуляторних вимог. Навчання та розвиток персоналу є важливим компонентом забезпечення високої якості обслуговування клієнтів.

Банківські установи грають ключову роль у сучасній економіці, і налагодження ефективних бізнес-процесів є важливим завданням для їхнього успішного функціонування. Для досягнення цієї мети банки повинні аналізувати свої процеси, використовувати інформаційні технології, управляти ризиками та відповідністю, розвивати свій персонал та постійно покращувати свою діяльність.

Отже, налагодження ефективних бізнес-процесів в банківських установах є складним завданням, яке вимагає інтегрованого підходу та постійного вдосконалення. Враховуючи унікальну природу банківського бізнесу, це завдання вимагає серйозної уваги до деталей та відповідності високим стандартам якості та безпеки.

Перелік використаних джерел:

1. Рудевська В. І. Теоретико-змістовна характеристика бізнес-моделі банку: сутність, структура та принципи. Науково-виробничий журнал «Бізнес навігатор». 2020. Випуск 3(59). С. 140-147. URL: http://businessnavigator.ks.ua/journals/2020/59_2020/26.pdf
2. Школьник І. О., Акопян Д. Е. Теоретичне обґрунтування та класифікація бізнес-моделей банків. Вісник СумДУ, Серія «Економіка». 2021., № 1. С. 128-136. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2021/15.pdf

Крамар Ірина

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

Баранов Костянтин

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

Iryna Kramar

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

Kostiantyn Baranov

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

АГРОПРОМИСЛОВЕ ВИРОБНИЦТВО ТА ЙОГО ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ДЕРЖАВІ AGRICULTURAL PRODUCTION AND ITS ECONOMIC ROLE IN THE MODERN STATE

Поглиблення співпраця з країнами Європейського Союзу (ЄС) у значній мірі сприяє зростанню відкритості ринків, що у свою чергу, висуває нові вимоги до вітчизняних товаровиробників, якості їхньої продукції та послуг. Це стосується і підприємств агропромислового комплексу (АПК), який для України є найбільшим та найважливішим сектором економіки. Аграрна галузь є пріоритетною галуззю національної економіки та двигуном майбутнього економічного зростання країни, а євроінтеграційні процеси зумовлюють створення інституційних умов, що забезпечують сталий розвиток аграрного сектору в цілому та сільської місцевості зокрема. Дослідження вітчизняних вчених Іванюти С.В. [1], Щербіної С.В. [2], Чеканської Л.А [3] та інших у даній сфері мають важливе теоретичне та практичне значення, однак функціонування аграрного сектору України саме в умовах євроінтеграційних процесів потребують подальшого вивчення та аналізу.

Варто нагадати, що до АПК належать: галузі які займаються виготовленням засобів для сільськогосподарського господарства, та інших галузей; галузі що здійснюють переробку, збереження, транспортування продукції із с/г сировини та її подальшу реалізацію; сільськогосподарське виробництво; соціальна та виробнича інфраструктури.

Кожна з них виконує свою роль у відтворенні економіки, але основою все ж є сільське господарство. Такий акцент в системі АПК обумовлений тим, що основою кінцевого продукту є сільськогосподарська продукція, а саме сільське господарство займається вирощуванням таких культур, як: зернові, олійні та ефірно-олійні, фрукти, овочі, цукрові буряки, ріпак та соя. Найбільші обсяги в експорті продукції рослинного походження займають зернові культури (1188,2 млн. дол. США), насіння та плоди олійних (213,8 млн. дол. США), готові харчові продукти – залишки та відходи харчової промисловості (166,1 млн. дол. США), продукти переробки овочів (69,9 млн. дол. США) [4]. Також сільське господарство продукує продукцію м'ясного та молочного виробництв, птахівництва для забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості – сировиною [5].

Структура АПК включає в себе непродовольчий та продовольчий комплекси, де формуються левова частка продовольчих ресурсів та приблизно три чверті роздрібною товарообігу. Завдяки цьому експортний потенціал даної галузі є потужним та значимим. Багато країн ЄС все більше проявляють свою зацікавленість агропромисловим комплексом

України через агропромислову кризу, що виникла у світі, в тому числі і через війну російської федерації в Україні. У той же час бачимо, що деякі із країн ЄС виступають проти допуску українського зерна на європейські ринки.

Для виходу на нові ринки продукція вітчизняних аграрних підприємств повинна мати високу рентабельність виробництва, так як експорт продукції на європейські ринки вимагає значних економічних витрат (переговори, маркетингові заходи, дозвільні процедури, митне оформлення, супровідні документи тощо). Окрім того, якість виготовленої продукції повинна відповідати стандартам країн ЄС у даній галузі [1]. При цьому, аграрні підприємства повинні постійно здійснювати моніторинг зовнішнього ринку з метою швидкої реакції на зміни його кон'юнктури.

Тенденції розвитку світової економіки вказують на особливу роль аграрного сектора в економічній системі. З огляду на те, що економіки країн світу зіткнулись з новими глобальними викликами, а саме: виснаженням ресурсної бази природного середовища, загостренням проблем голоду та бідності, порушенням екологічної рівноваги тощо, то АПК отримав нові функції, які виходять за межі лише постачальника продовольства.

Агропромисловий комплекс завжди відігравав суттєву роль в економічному розвитку держави й забезпечував продовольчу незалежність країни. Станом на сьогодні його значимість зростає, оскільки він залишається головною виробничо-господарською базою життєдіяльності основної частини населення сільських територій регіонів України.

Перелік використаних джерел:

1. Іванюта В.Ф. Агропромисловий сектор як основа розвитку економіки сільських територій в умовах євроінтеграційних процесів. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/10.pdf
2. Щербіна С. В. Розвиток зовнішньоторговельних перспектив агропромислового комплексу України в контексті євроінтеграції. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12SSVUKE.pdf>.
3. Чеканська Л.А. Євроінтеграційні процеси України та їх вплив на інвестування в АПК. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3459>.
4. Офіційний сайт. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Офіційний сайт. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/>

Крамар Ірина

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

Потюк Василь

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

Iryna Kramar

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

Vasyl Potiuk

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

РОЛЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ПЕРЕРОБКИ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ THE ROLE OF DOMESTIC CEREAL PROCESSING ENTERPRISES IN THE ECONOMICALY SUSTAINABLE STATE DEVELOPMENT

Вітчизняне підприємництво відіграє ключову роль в побудові економічно стійкої держави та зміцненню її економічної безпеки. Саме завдяки підприємницькій діяльності відбувається ріст ВВП країни, створюються додаткові робочі місця, наповнюється державний бюджет тощо. Саме підприємництво є стимулом інновацій та технологічного прогресу, що веде до збільшення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Розвиток вітчизняного підприємництва зменшує зовнішню залежність країни та забезпечує її економічну стійкість в кризових ситуаціях. Зазначені аспекти вказують на актуальність проведення досліджень в даній сфері.

В умовах глобалізованого світу країнам важливо зрівноважувати свій торговий баланс. Для України, де понад 10 років іде війна, дане питання є одним із пріоритетних, адже стабільність розвитку економіки впливає на можливості країни в оборонній сфері. За даними Державної митної служби України за 9 місяців 2023 року Україна імпортувала товарів на суму 46,6 млрд. дол. США (+18,8% відповідно до показників аналогічного періоду 2022 року), а експортувала на суму – 27,1 млрд. дол. США (-18% відповідно до показників аналогічного періоду 2022 року) [1]. Товарообіг за 9 місяців 2023 року склав 73,7 млрд. дол. США (+2% відповідно до показника аналогічного періоду 2022 року). Отже, при рості товарообігу на 2% маємо збільшення імпорту товарів на 18,8% та скорочення експорту на 18%. Як наслідок, отримуємо негативне торгове сальдо в розмірі 19,5 млрд. дол. США (+220 % відповідно до показників аналогічного періоду 2022 року), що у свою чергу, зменшує національний валютний резерв країни й темпи росту економіки, а тому розвиток вітчизняного підприємництва є життєво необхідним компонентом економічної безпеки держави.

Вітчизняне підприємництво, з одного боку, балансує внутрішній ринок і зменшує необхідність імпорту, замінивши його внутрішнім продуктом, а з іншого – розвиток виробничих потужностей стимулює експорт товарів, що безпосередньо впливає на сальдо торговельного балансу країни.

Основою експорту України є сільськогосподарська продукція, а ключова торгова позиція – зернові культури. За 9 місяців 2023 року експорт продовольчих товарів склав 16,1

млрд. дол. США або 59% від загального експорту країни. При цьому експорт зернових культур, олій та жирів – близько 10,59 млрд. дол. США, що становить 39% від загального експорту або майже 66% від кількості експорту продовольчих товарів. У той же час як частка експорту продуктів переробки зернових культур та готових продуктів із зернових культур складає лише 1,26% від загального експорту [2].

Дані цифри свідчать про значний потенціал для розвитку вітчизняної переробної галузі України, особливо, зважаючи на те, що глибока переробка зернових культур збільшує додану вартість сировинної продукції. За словами Олександра Маліцького, в процесі переробки зерна кукурудзи можна отримати паливний етанол, суху після спиртову барду та вуглекислий газ. В цінах 2021 року сумарна вартість цих продуктів, отриманих з однієї тони зерна складала 355,5 Євро. При цьому експорт зерна кукурудзи в чистому вигляді приносив 230 Євро за тону. При переробці зерна на лимонну кислоту отримується додатково кукурудзяний глютен, сухий глютенівий корм та кукурудзяний зародок, сумарна вартість яких складала 637 Євро за тону в цінах 2021 року [3].

Таким чином, процес глибокої переробки зернових культур значно підвищує вартість сировинної продукції. У свою чергу, розвиток вітчизняного підприємництва в даному напрямку вимагає будівництва заводів з переробки, що створюватиме робочі місця, підвищуватиме рівень доходів місцевих бюджетів, розвиватиме транспортну інфраструктуру тощо. При цьому, варто зазначити, що місткість внутрішнього ринку України не забезпечує нижню межу виробництва продуктів переробки, тобто переробні підприємства – експортоорієнтовані, що має пряий вплив на сальдо торговельного балансу країни.

Слід зауважити, що розвиток вітчизняного підприємництва у сфері глибокої переробки – складний і довготривалий процес, який вимагає тісної і кропіткої співпраці бізнесу та держави, адже від зародження ідеї до її фактичної реалізації близько 1,5 роки іде на формування концепції, проходження дозвільних процедур, організацію постачання технології та обладнання тощо. Держава у цьому процесі відіграє активну роль: забезпечує прозорі умови ведення бізнесу, що сприяє залученню зовнішніх та внутрішніх інвестицій у розвиток переробних підприємств й створює привабливий інвестиційний клімат загалом.

Переробний бізнес у значній мірі залежний від логістичної інфраструктури, а розвиток та підтримка автомобільних, залізничних та морських транспортних вузлів робить його рентабельним та конкурентоспроможним на глобальному ринку. Для переробних підприємств важливим фактором забезпечення ефективності їхньої діяльності є висококваліфіковані кадри. Створення освітніх програм з підготовки спеціалістів у закладах вищої освіти України – це один із компонентів з підтримки країною розвитку вітчизняного підприємництва в галузі переробки зернових культур.

Попри те, що війна негативно вплинула на стан України в різних секторах, кризові ситуації завжди відкривають додаткові можливості. На сьогоднішній день Україна має доступ до міжнародних ринків, а потужна сировинна база є однією з її основних конкурентних переваг. Тому необхідно використовувати наявні ресурси та можливості з метою розвитку вітчизняного підприємництва, що є ключем до забезпечення економічної стабільності держави та покращення рівня життя її населення.

Перелік використаних джерел:

1. За 9 місяців 2023 року товарообіг склав \$73,3 млрд. Державна митна служба України 13 жовтня 2023р., URL: <https://customs.gov.ua/news/zagalne-20/post/za-9-misiatsiv-2023-roku-tovaroobig-sklav-737-mlrd-1324>
2. Зовнішня торгівля України за товарними групами з усіма країнами (тисяч доларів США) за період з 01.01.2023 р. по 30.09.2023 р. Державна митна служба України, 09_month_2023_goods_group. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>
3. Глибока переробка зерна в Україні: привабливість доданої вартості та виклики виробництва. ELEVATORIST.COM, 27 вересня 2022 р., URL: <https://elevatorist.com/blog/read/814-gliboka-pererobka-zerna-v-ukrayini-privablivist-dodanoyi-vartosti-ta-vikliki-virobnitstva>

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

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

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

RESEARCH OF THE GENERAL CHARACTERISTICS OF EFFECTIVE BUSINESS PROCESSES

У сучасному соціально-економічному просторі функціонування суб'єктів господарювання збалансовані бізнес-процеси відіграють ключову роль у досягненні підприємницького успіху та конкурентоспроможності організацій. Ефективно впроваджені та оптимізовані бізнес-процеси сприяють підвищенню продуктивності, скороченню витрат і підвищенню якості продукції і послуг. З огляду на це, важливо аналізувати та розуміти основні характеристики ефективних бізнес-процесів для досягнення найкращих результатів.

Згідно з ДСТУ ISO 9000:2015, процес – це сукупність взаємопов'язаних або взаємодійних робіт, що використовують входи для створення запланованого результату. Залежно від контексту «запланований результат» процесу називають виходом, продукцією чи послугою. Входами процесу зазвичай є виходи інших процесів, а виходи процесу – зазвичай входи до інших процесів. Два чи більше взаємопов'язаних або взаємодійних процесів у серії також можуть належати до процесу [1].

Бізнес-процес – це систематична реалізація логічно пов'язаних і взаємозалежних завдань (визначених в часі і просторі, з точним визначенням вхідних і вихідних даних) з використанням ресурсів, що забезпечують виробничу діяльність для створення продукції, що має споживчу цінність для клієнта.

Розглянемо загальні спільні характеристики ефективних бізнес-процесів.

1. Прозорість та структурованість

Ефективні бізнес-процеси повинні бути чітко структуровані та зрозумілі й доступні для всіх зацікавлених сторін. Прозорість означає наявність постійного моніторингу та аналізу результатів роботи. Підприємства повинні мати можливість вимірювати ефективність та ідентифікувати можливості для покращення.

2. Автоматизація та використання сучасних інформаційних технологій

Використання сучасних інформаційних технологій стали не просто інструментом спрощення бізнес-процедур, а необхідністю для підприємств будь якого розміру та галузевої приналежності. Інформаційні технології дозволяють автоматизувати повторювані операції, які раніше вимагали значних людських ресурсів та часу. Окрім скорочення витрат, суттєво підвищується точність та якість виконуваних операцій, наприклад, системи управління

клієнтами (CRM) дозволяють автоматично відстежувати та аналізувати взаємодію з клієнтами, що полегшує управління, дозволяє налагодити взаємозамінність працівників, а відповідно і підвищує продуктивність праці.

Актуальним аспектом упровадження та постійного вдосконалення інформаційних систем для великих компаній є те, що ІТ дозволяють зберігати та обмінюватися великими масивами даних в централізованому режимі. Це забезпечує доступність даних, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень та полегшує співпрацю в організації.

3. Гнучкість та адаптивність

Стабільність бізнес-процесів, безумовно, дозволяє чітко їх планувати та моніторити ефективність реалізації. Проте, зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності підприємств є мінливим, а це вимагає певного рівня гнучкості і самих бізнес-процесів. Вчасне реагування на нові виклики та можливості є основою для майбутніх вдосконалень.

4. Вимірюваність результатів

Ідентифікація ключових показників ефективності є необхідним елементом ефективних бізнес-процесів, адже їх розрахунок дозволяє оцінити результати та визначити, чи відповідають вони стратегічним цілям організації [2].

Отже, ефективність бізнес-процесів визначає конкурентоспроможність та стійкість організації в сучасному світі.

Перелік використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT: <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/%209000.pdf>).
2. Дем'яненко Т.І. Оцінка рівня адаптивної гнучкості у формуванні адаптивного управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства. Бізнес Інформ. 2012. № 12. С. 217-220

УДК 658.7

Кутко Тарас

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

Taras Kutko

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

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ DIRECTIONS OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT EFFICIENCY IMPROVEMENT

У сучасних умовах господарювання одним із важливих чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства є ефективне управління ланцюгами постачання. Управління ланцюгами постачання (Supply Chain Management, SCM) – це процес координації всіх дій, ресурсів та інформації, що пов'язані з перетворенням сировинних матеріалів у кінцевий продукт та його постачанням до кінцевого споживача. На думку авторів [1, с. 403], управління ланцюгами поставок – це процес поглиблення інтеграції всіх учасників ланцюга поставок – від кінцевих споживачів до постачальників товарів, послуг та інформації, спрямований на задоволення вимог цільового ринку, а також на формування в учасників ланцюга поставок соціальної відповідальності відповідно до вимог суспільства у цілому та кінцевих споживачів зокрема. SCM є цілісною концепцією ведення бізнесу, адже тісно взаємодіє з маркетингом для ведення клієнтоорієнтованої діяльності (вивчення тенденцій, потреб, зміни в них та на ринку в цілому), виробничим, стратегічним та операційним менеджментом, економічною інформатикою.

Основними елементами управління ланцюгом постачання є: планування (облік запасів, прогнозування попиту, планування виробництва та логістичні операції); закупівлі (процес придбання сировинних матеріалів, комплектуючих та компонентів для виробництва, вибір постачальників, установа контрактів та контроль якості товарів); виробництво (процес перетворення сировинних матеріалів у готовий продукт); дистрибуція (процес доставки готової продукції до споживачів, складське управління, транспортування та керування логістикою); споживання (обслуговування клієнтів та контроль рівня їх задоволеності від споживання/використання продукту).

Виклики сьогодення змушують суб'єктів господарювання приймати рішення щодо переміщення діяльності на більш безпечні території. Одними з наслідків релокації є те, що підприємство повинно встановити нові партнерські відносини з постачальниками сировини, компонентів та інших необхідних ресурсів, укласти нові контракти та вести переговори щодо цін і умов постачання, пристосовувати свої процеси постачання до нових умов (наприклад, оновити систему управління запасами, встановити нові процедури планування виробництва та оптимізацію логістичних процесів). Перспективними напрямками підвищення ефективності управління ланцюгами постачання є:

- використання технологій Інтернету речей (IoT), завдяки яким компанії можуть відстежувати рух товарів в режимі реального часу, що дасть змогу підвищити точність прогнозування попиту, керувати запасами та забезпечити своєчасну доставку товару. Індустрія 4.0 сприяє використанню великих даних, IoT та штучного інтелекту (AI) як єдиного цілого [2]. У контексті Індустрії 4.0 фабрика майбутнього забезпечить зв'язок між машинами та людьми в кіберфізичних системах (CPS). Ці нові системи зосереджують свої ресурси на впровадженні інтелектуальних продуктів і промислових процесів [3];

- використання блокчейну з метою упорядкування та підвищення безпеки транзакцій в ланцюжку постачання (безпека даних, відстеження посилок та джерела походження товарів);

- впровадження автоматизованих систем управління ланцюгами постачання, які дадуть змогу забезпечити ефективніше та швидше виконання рутинних процесів, зменшити ризик помилок та оптимізувати використання ресурсів;

- використання аналітики даних для більш точного прогнозування попиту, ефективного керування запасами та планування доставки;

- впровадження «зелених» ініціатив, таких як екологічно чисті технології та використання альтернативних видів енергії, допомагає знизити викиди та вартість постачання;

- стратегічне партнерство між компаніями, які спільно розробляють та виробляють продукт, що дозволить скоротити час виробництва і запуску нових товарів, а також покращити якість та інновації через обмін знаннями і технологіями;

- інвестиції в навчання та розвиток співробітників, а також у засоби та технології, що допоможе покращити управління ланцюгами постачання, забезпечити високу компетентність команди та використання передових практик галузі.

Отже, для забезпечення подальшої ефективності ланцюга постачання і його вдосконалення необхідно впроваджувати нові технології, вдосконалювати бізнес-процеси тощо. До того ж, у сучасному вимогливому, динамічному середовищі ведення бізнесу недостатньо ефективно управляти лише закупівлями, потоками замовлень та інформації, потрібно також бути орієнтованим на споживача і здійснювати діяльність соціально відповідально, дбати про стійкість та екологічність ланцюгів поставок, покращувати якість сервісу.

Перелік використаних джерел:

1. Дубовик С. Г., Сигида Н. О., Спесивий Ю. Ю. Управління ланцюгами поставок підприємств, їхня сутність і структура. *Економіка і суспільство*. Випуск № 18, 2018. С. 402–410.
2. Грушкіна Н. В., Кітріш К. Ю. Управління ланцюгами постачань у контексті концепції Індустрія 4.0. *Ефективна економіка*, №12. 2020. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.74

3. Brettel M., Friederichsen N., Keller M., Rosenberg M. How Virtualization, Decentralization and Network Building Change the Manufacturing Landscape: An Industry 4.0 Perspective. *International Journal of Mechanical, Aerospace, Industrial, Mechatronic and Manufacturing Engineering*. 2014. 8(1). Pp. 37–44.

УДК 338.05

Левицький Віталій
доктор історичних наук, доцент
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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЕКОНОМІЧНО-ПРАВОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ECONOMIC AND LEGAL ENTERPRISE SECURITY

У сучасних реаліях економічних відносин між юридичними і фізичними особами правові інструменти стали дієвими факторами, що використовуються для нейтралізації загроз економічній безпеці підприємницьких структур як від фізичних осіб, так і від суб'єктів господарської діяльності. Проте, лише однієї правової помилки достатньо для зниження рівня правової безпеки, яка є важливою складовою системи економічної безпеки. Так, технологія рейдерства побудована на недосконалості вітчизняного законодавства та недостатньому правовому забезпеченні економічної безпеки підприємств. Застосування правових методів дозволяє доводити до банкрутства й подальшої ліквідації установи та організації різних видів економічної діяльності. З огляду на це правова безпека суб'єктів господарювання набула особливої значимості. Нині силові методи продовжують використовуватися для вирішення проблемних аспектів у відносинах із конкурентами, проте все частіше застосовуються юридичні інструменти узгодження спірних питань. Також не варто забувати і про засоби впливу державних органів, що часто використовують помилки під час ведення документації для прийняття найжорсткіших санкцій супроти підприємства.

За будь-якої економічної ситуації в країні перед кожним господарюючим суб'єктом постають проблеми економіко-правової безпеки. Використовуючи правові методи, підприємство можна довести до банкрутства і подальшої ліквідації. Ускладнення процесів, що відбуваються у зовнішньому середовищі діяльності підприємств, що обумовлені посиленням інтеграційних та глобалізаційних процесів, недосконалістю українського законодавства та нестабільністю соціально-економічної ситуації в Україні актуалізують питання політико-правової безпеки. Тому виникає об'єктивна необхідність вивчення сутності правової складової економічної безпеки підприємства [4, с. 117].

Зміни політичного курсу держави, нестабільність законодавства, що регулює відносини, які виникають у процесі ведення господарської діяльності, а також через порушення чи недотримання підприємством вимог чинного законодавства, угод та можливість двозначного їх тлумачення можуть призвести до сплати штрафів та адміністративних стягнень, необхідності грошового відшкодування збитків, погіршення репутації, позицій підприємства на ринку та звуження можливостей для розвитку суб'єкта господарювання. Економіко-правова безпека підприємства показує рівень дотримання чинного законодавства на підприємстві, правового забезпечення діяльності та юридичної підтримки господарських рішень, правової захищеності підприємства та його працівників. Загальний процес забезпечення економіко-правової безпеки підприємства охоплює такі елементи організаційно-економічного спрямування: аналіз загроз негативних впливів на

політико-правову безпеку підприємства; оцінка поточного рівня забезпечення політико-правової безпеки; планування та розробка комплексу заходів щодо поліпшення економічної та правової безпеки підприємства; планування роботи відповідних функціональних підрозділів підприємства, здійснення ресурсного планування; оперативне втілення запропонованого комплексу заходів із забезпечення належного рівня безпеки підприємства [4, с. 118].

Протидіяти таким негативним впливам повинна юридична патентно-ліцензійна служба, яка має здійснювати правове забезпечення діяльності підприємства, ведення судових і арбітражних розглядів, юридичну обробку договірної документації, контроль порушень норм патентного права, правове навчання персоналу і т. п. Здійснюючи постійний моніторинг рівня економічної безпеки підприємство запобігає виникненню загроз та виявляє проблемні сторони. Це дозволяє проаналізувати ефективність діяльності підприємства та сформулювати превентивні заходи для його стабільного функціонування.

Правове забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності має за основу: – законодавчі акти, що становлять базу правового забезпечення економічної безпеки підприємств;

– законодавчі акти, що регулюють галузі економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності;

– законодавчі акти, що закріплюють стратегію розвитку економічної безпеки на мікро-, та макрорівнях;

– законодавчі акти, що визначають напрями стійкого зростання та розвитку економіки і суспільства для забезпечення економічної безпеки.

Насамперед, до джерел правового забезпечення економічної безпеки підприємств належить Конституція України, у ч. 1 ст. 17 якої визначено, що «забезпечення економічної безпеки України є найважливішою функцією держави», а ст. 42 закріплено право кожного на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом, та обов'язок держави із забезпечення захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та захисту прав споживачів. Наступним джерелом є кодифіковане законодавство: Господарський, Цивільний, Адміністративний, Митний, Кримінальний кодекси України. Третє джерело – закони України з питань безпеки: Закон України «Про основи національної безпеки України», Закон України «Про охоронну діяльність» та Закони України з питань діяльності суб'єктів забезпечення економічної безпеки (Закони України «Про поліцію», «Про прокуратуру», «Про Службу безпеки України», «Про державну податкову службу в Україні»). Четверте джерело – накази та ін. акти міністерств, відомств, об'єднань, локальні нормативні акти органів місцевого самоврядування, що регулюють окремі питання господарської діяльності [2, с. 35].

Підвищення рівня складності зовнішнього середовища поряд із збільшенням його варіативності, що проявляється у виникненні нових чинників впливу на діяльність підприємств, вимагає від підприємств підвищення уваги до характеру перебігу подій та динаміки оточення, адже підприємство перебуває у безпосередній залежності від впливу цих чинників. Створення та функціонування підприємства в рамках виробництва має економічну природу. Усіляка взаємодія підприємства як суб'єкта господарювання із зовнішнім середовищем підпадає під регулювання з боку інституцій та вплив інститутів у вигляді формальних норм. Від успішності такої взаємодії залежить результативність діяльності підприємства. Поряд з економічною природою даних процесів внутрішнє перетворення на підприємстві залежить від рівня організації діяльності, а взаємодії всередині та зовні підприємства регулюється нормами права. Кожна з цих сфер взаємовідносин поряд із зовнішнім середовищем загалом може бути джерелом загроз, що визначає потребу у виокремленні організаційної, правової компонент у загальній економічній безпеці як базовому понятті. Тому детермінація поняття «організаційно-правова безпека» передбачає аналіз етимології «безпека», розгляд основ та еволюції становлення безпекології в Україні, дослідження змісту економічної безпеки та підходів до її розуміння, виокремлення

економічно-правових процесів, що підпадають під загрози та небезпеки, і як результат – визначення змісту та наповнення економічно-правової безпеки [3, с. 97].

Комплексна правова складова системи економічної безпеки підприємства містить такі елементи: 1) корпоративна безпека. Забезпечує прозорі взаємовідносини між партнерами-підприємцями, перешкоджає захопленню підприємства ззовні, не дозволяє порушувати нормальний порядок роботи органів управління, 2) безпека відносин із контрагентами (інтерфейсна безпека), яка перешкоджає появі ситуацій, коли неможливо повернути кошти через невиконання контрагентами своїх зобов'язань; забезпечує швидке застосування до контрагентів правових заходів державного примусу; 3) безпека активів: матеріальних активів, нерухомості обладнання, товарів, інтелектуальної власності, засобів ідентифікації; 4) безпека у сфері трудових відносин: політики управління трудовими ресурсами для їх ефективного використання та зниження ризиків від контролюючих органів; 5) юридична безпека власників бізнесу: заходи, спрямовані на уникнення ситуацій, за яких власники бізнесу можуть бути притягнуті до субсидіарної відповідальності за дії юридичної особи [2, с. 36].

Усіляке виробництво має вичерпний перелік організаційно-правових форм господарювання, в межах яких може здійснюватися підприємницька діяльність. Виробництво таким чином «уміщується» у законодавчо дозволену та регламентовану форму, яка, насамперед, відображає характер розподілу прибутку в залежності від типу власності, захищає права власника на отримання прибутку або його частки, захищає майно власника, прописує взаємодію зі всіма сторонами, як зовнішніми контрагентами, так і внутрішніми працівниками. У сфері економічно-правової безпеки акцент зміщується з безпосередньо виробництва, та питань пов'язаних з ним, до взаємовідносин щодо забезпечення стабільності процесу виробництва. В даному випадку, об'єктом, який потребує захисту, є конкретний суб'єкт із відповідною економічно-правовою формою господарювання, діяльність якого конкретно та однозначно детермінованим законодавством [3, с. 99].

В умовах інформатизації та інтелектуалізації економіки, швидкого розвитку процесів діджиталізації однією із основних складових економічної безпеки є інформаційна складова, особливо важливим є захист внутрішньої інформації, комерційної таємниці, досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення підрозділів підприємства. Техніко-технологічна складова полягає у забезпеченні технологічної автономії та досягненні високого рівня конкурентоздатності технічного потенціалу підприємства. Її метою є створення та використання такої технічної бази, устаткування та основних засобів виробництва, таких технологій та бізнес-процесів, які посилюють конкурентоздатність підприємства та підвищують ефективність використання наявних ресурсів. Фінансова складова економічної безпеки підприємства тісно пов'язана з усіма структурними елементами економічної безпеки. Показниками, що свідчать про ослаблення фінансової підсистеми економічної безпеки підприємства є: зниження рівня ліквідності, підвищення кредиторської та дебіторської заборгованості, зниження фінансової стійкості й незалежності. Організаційно-управлінська складова економічної безпеки стосується управлінських рішень менеджменту підприємства, типу організаційної структури та налагодження організаційної культури. Силова підсистема економічної безпеки стосується ефективної організації безпеки персоналу, його капіталу, майна та комерційних інтересів. Показниками низького рівня екологічної складової є загроза здоров'ю працівників, зниження конкурентоспроможності підприємства та продукції, підрив його іміджу, зменшення прибутку внаслідок високого рівня екологічних штрафів і платежів. Політико-правова частина економічної безпеки підприємства полягає у правовій захищеності усіх сфер його діяльності. Загрозами зі сторони політико-правової складової безпеки є недостатня правова захищеність інтересів підприємства; порушення його юридичних прав і прав його працівників; умисне або ненавмисне розголошення комерційно важливої та конфіденційної інформації; порушення норм патентного та авторського права [1].

Економічна безпека є одною з найважливіших умов існування підприємства, адже забезпечує його захищеність від внутрішніх і зовнішніх загроз та виступає фундаментом його економічної стабільності та ефективного функціонування. Тому підприємствам необхідно розробити власні механізми управління економічною безпекою, що залежатимуть від сфери його діяльності, забезпечення корпоративними ресурсами та можливостями впровадження основних заходів підтримки її необхідного рівня загалом та основних структурних елементів. Механізми управління економічною безпекою підприємств індивідуальні. Їх дієвість та повнота залежать від діючої у державі законодавчої бази, обсягу матеріально-технічних та фінансових ресурсів, розуміння кожним працівником важливості забезпечення безпеки бізнесу, досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств. Для побудови алгоритму такого механізму потрібна розробка надійного економічного механізму управління економічною безпекою, що дозволить підприємству здійснювати свою діяльність пристосовуючись до різних перешкод та загроз. Економічно-правову безпеку підприємства необхідно розглядати системно, як взаємодію її основних структурних елементів. Підтримка лише деяких складових не забезпечить підприємству належний рівень економічної безпеки. Необхідний комплексний підхід, що буде ґрунтуватися на запровадженні превентивних заходів та протидії структурних підрозділів підприємства, відповідальних осіб у разі настання тих чи інших ризикових подій та небезпек. Універсальними інструментами для забезпечення економічної та правової безпеки підприємства є: організаційно-управлінські заходи, технічне забезпечення, контроль та системний моніторинг як показників окремих її структурних елементів, так і економічної безпеки підприємства загалом [1].

Отже, правове забезпечення економічної безпеки є процесом правової регламентації економічних відносин та реалізації правових приписів, спрямованих на забезпечення необхідних умов для стабільності господарської діяльності, розвитку бізнесу. Економіко-правова безпека суб'єктів господарської діяльності має у своїй основі законодавчі акти, що визначають функціонування підприємств. Правове забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання є визначальним фактором для підтримки високого рівня розвитку бізнес-структур. Водночас правове забезпечення економічної безпеки підприємництва в Україні має ряд недоліків, що вимагають перегляду і коригування чинного законодавства. Економічна та правова безпеки мають суттєві перспективи для впровадження на підприємствах, адже це створить превентивні заходи для вчасного реагування, попередить загрози, стане запорукою стабільного функціонування підприємства, збільшить лояльність споживачів, постачальників, забезпечить мобільність та гнучкість у зовнішньому середовищі.

Перелік використаних джерел:

1. Зайченко К.С., Діма Н.І. Економічна безпека підприємства: сутність та роль. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/92.pdf
2. Зачосова Н.В., Чакалов Р.К. Правове забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 4(04). С. 34–37.
3. Сьомич М.І. Роль та місце організаційно-правової безпеки в структурі економічної безпеки підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2019. Вип. 3 (81). С. 97–101.
4. Тертична Л.І., Безпалько О.В., Рибак Н.О. Політико-правова безпека підприємства: сутність, діагностика її рівня. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. Вип. 32. С. 117–121.

Ленишин Любомир
студент групи ППМ-61
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

Liubomyr Lenyshyn
Student of PPM-61 group
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

РИНОК СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ **UKRAINE'S SERVICES MARKET: MAIN DEVELOPMENT TRENDS**

Сучасні тенденції в споживанні, які виникають на фоні підвищення рівня життя та зміни споживчих пріоритетів, супроводжуються значним зростанням важливості послуг у задоволенні потреб людини. Відзначена зміна відбувається завдяки декільком факторам.

По-перше, завдяки високому рівню розвитку сфери матеріального виробництва, населення отримує доступ до повного асортименту товарів при зменшенні кількості людей, задіяних у виробництві цих товарів.

По-друге, нове уявлення про якість і рівень життя включає такі аспекти, як здоров'я, харчування, житло, домашнє майно, одяг і взуття, послуги, культурні розваги, умови праці, умови відпочинку, соціальне забезпечення, соціально-побутові умови і багато інших [2, с.306].

Наявність послуги формує ринок послуг, який формувався та розвивався із розвитком послуги, як такої. Світовий ринок послуг пройшов кілька етапів розвитку, на які вплинуло багато чинників. При цьому, починаючи з 1930-х років, послуги в окремих країнах світу стали головним об'єктом обміну товарів і грошей завдяки розриву між сферою послуг і матеріальним виробництвом. Зазначене призвело до швидкого росту сфери послуг.

Протягом тривалого періоду в Україні ринок послуг розвивався на основі планової системи господарювання, і фінансування від держави надавалося в обмеженому обсязі. Тільки після набуття незалежності та встановлення ринкових відносин спостерігається бурхливий розвиток ринку послуг, який охопив всі регіони країни і набув великої популярності. Цей процес значною мірою був обумовлений процесом трансформації національної економічної моделі на початку 1990-х років.

Цей розвиток спричинив появу численних нових видів послуг (фінансово-кредитні, консалтингові, аудиторські, брокерські та інші). По-друге, через скорочення державного фінансування багато раніше безкоштовних послуг (освіта, охорона здоров'я, телебачення і т. д.) стали платними. Ще одним важливим фактором для розвитку сфери послуг в Україні стало невелике початкове інвестування, що заклало основні тенденції його розвитку.

За сучасної структури ВВП України виділяється швидко зростаюча частка сфери послуг. Найбільшими секторами послуг в Україні є торгівля та ремонт автомобілів, транспорт і зв'язок, фінансовий сектор та кредитування. Також спостерігається швидкий розвиток туристичного сектору, побутових послуг, послуг швидкого харчування, будівельних і ремонтних послуг, а також сектору розважальних та культурних подій [3].

Одними з перспективних категорій сфер послуг в Україні на даний момент можна назвати: клінінгові послуги (комплексна і часткова прибирання житла, офісних приміщень) – 36,7 % від загальної кількості замовлень сервісу; логістичні та складські (перевезення, зберігання) – 21,13 %; домашній майстер (сантехнічні та електротехнічні роботи, дрібний ремонт) – 14,98 %; будівельні роботи (окремі спеціалізовані або комплексні послуги) – 7,36 %; кур'єрські послуги (доставка посилок, покупок, подарунків) – 3,79 %.

На сьогоднішній день, ринок послуг в Україні є привабливою та прибутковою галуззю для підприємців. З одного боку, багато видів послуг не потребують значних початкових інвестицій, що може призвести до швидкого повернення вкладень. З іншого боку, розвиток цієї галузі створює сприятливі умови для залучення висококваліфікованих працівників.

Наразі на ринку послуг в Україні спостерігається динамічний розвиток, і є значні можливості для розширення видової структури та збільшення обсягів послуг. Малим підприємствам вдалося ефективно функціонувати на цьому ринку, а підприємства з колективною власністю досягли відмінних показників щодо обсягів і видової структури послуг [1, с. 93].

Проте, розвиток малого підприємництва на ринку послуг в Україні залежить від загальних економічних тенденцій і фінансової підтримки держави. Зокрема, існують проблеми щодо економічного розвитку та заповнення державних та місцевих бюджетів, що можуть обмежувати оптимальну фінансову підтримку ринку послуг.

У цілому слід відзначити, що ринок послуг України є важливою частиною товарного ринку, яка вдосконалює якість товарів, не створюючи нового матеріального продукту, а лише покращуючи його якість. В Україні важливо сприяти розвитку ринку послуг, оскільки ефективне функціонування цього ринку забезпечує не тільки процвітання товарного ринку шляхом надання супровідних послуг у процесі продажу товару від виробника до споживача, але й стимулює створення певного іміджу для товарів під час процесу купівлі-продажу. Даний імідж може зробити дані товари більш конкурентоспроможними на міжнародних ринках у майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Громова Т.М. Ринок сфери послуг: сутність, види та перспективи розвитку. *Збірник наукових праць Буковинського університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 12. С. 90-97.
2. Пойта І. О. Оцінка сучасного стану ринку послуг. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. № 1 (63). С. 306-309
3. Сагайдак М. П. Ринок послуг в Україні: становлення, сучасний стан і перспективи розвитку. URL: <http://www.sedu.com.ua/wpcontent/uploads/2015/07/21.pdf> (дата звернення до ресурсу 30.10.2023 року)

Любінська Ольга
студентка групи ПФМ-61
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 PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Tetiana Vynnyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС ТА ВІЙНА: ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ

UKRAINIAN BUSINESS AND WAR: TOOLS OF STATE'S SUPPORT

Повномасштабна війна принесла нові виклики та загрози, спричинила економічне падіння країни та її інвестиційного потенціалу. Держава в цих складних умовах намагається створити сприятливі умови для зростання активності бізнесу.

Важливим напрямом підтримки бізнесу є урядова програма релокації. За рік війни за урядовою програмою релокації в більш безпечні регіони країни було переміщено 800 підприємств, 623 з яких вже відновили роботу на новому місці [1]. Згідно з даними Міністерства економіки України, найбільше підприємств релокувались до Львівської (24 %), Закарпатської (14,5 %), Чернівецької (9,8 %), Івано-Франківської (8,3 %), Хмельницької (7,3 %), Тернопільської (6,3 %) областей [2]. Таким чином, більшість підприємств попри усі ризики та загрози здійснили релокацію і продовжують працювати, сплачувати податки та надавати робочі місця, тим самим допомагають стабілізувати економіку.

З боку держави діє державна програма «Доступні кредити 5–7–9 %» для підтримки бізнесу в умовах війни. За час дії воєнного стану в Україні у рамках програми укладено 36 191 кредитний договір на загальну суму 139,8 млрд. грн. (зокрема банками державного сектору – 27 657 кредитних договорів на суму 74,4 млрд. грн.), з яких: 57,82 млрд. грн. – на антивоєнні цілі; 33,9 млрд. грн. – кредити для сільськогосподарських товаровиробників; 7,93 млрд. грн. – антикризові кредити; 6,79 млрд. грн. – на інвестиції; 4,07 млрд. грн. – на рефінансування попередньо отриманих кредитів [3].

Ще одним інструментом підтримки бізнесу, яким можуть скористатись підприємства є програма «Конкурентоспроможна економіка України». Дана програма розроблена USAID у партнерстві з Міністерством економіки України, згідно неї підприємства можуть отримати гранти на підтримку безперервності та відновлення бізнесу сумою від 600 тис. грн. до 1,2 млн. грн. [4]. Бізнес може спрямовувати отримані кошти у розширення виробництва, витрати на переміщення діяльності або відновлення діяльності, а також у подальший розвиток та вихід на нові ринки. Проведені Advanter Group дослідження щодо стану малого та середнього бізнесу в Україні свідчать, що на сьогодні суб'єкти даного сектору вкрай потребують фінансових ресурсів для реалізації проєктів з відновлення та розвитку бізнесу, орієнтовні потреби у фінансуванні складають 54 млрд. дол. [5], тому це гарна можливість для підприємств отримати кошти для покриття частини своїх витрат.

Фінансування бізнесу на поворотній основі здійснює і Фонд розвитку підприємництва, яким реалізується низка програм з мікрокредитування, рефінансування підприємств із сільської місцевості, кредитування мікробізнесу і малих та середніх підприємств за пріоритетними галузевими напрямками, підтримки фінансування їх інвестиційних проєктів, часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами для суб'єктів малого та середнього бізнесу м. Києва та Тернопільщини, відновлення фінансування інвестиційних проєктів малих і середніх підприємств на Сході України [6]. Взявши участь у даній програмі можна отримати фінансування інвестиційних проєктів на максимальну суму 250 тис. євро терміном на три (фінансування обігового капіталу) чи п'ять років (інвестиційні проєкти).

Варто також зазначити, що у зв'язку із повномасштабним вторгненням держава зі своєї сторони для підтримки та стабілізації бізнесу запропонувала на період війни не здійснювати перевірок та утриматись від різноманітних санкцій через несвоєчасне подання звітності (виняток – деякі фактичні перевірки, наприклад щодо проведення безготівкових операцій чи проведення заходів державного контролю для уникнення неконтрольованого зростання цін на види продукції, що є важливим для соціального добробуту) [7].

Таким чином, з боку уряду розроблено дієві програми для максимально швидкої стабілізації діяльності підприємств та здійснено заходи для послаблення податкового тиску та перевірок бізнесу. Швидке відновлення та стабілізація діяльності є позитивним як для окремого господарюючого суб'єкта, так і для економіки країни загалом, оскільки стабільна робота підприємств сприяє створенню робочих місць, збільшенню податкових надходжень та зростання інвестиційної привабливості держави.

Перелік використаних джерел:

1. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. 2023. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&title=ZaRikViiniVBilsh>
2. Тернопільщина на шостому місці в Україні за кількістю релокованих підприємств 2023. URL: https://teren.in.ua/news/ternopilshchina-na-shostomu-misci-v-ukrayini-za-kilkisty-relokovanih-pidpriemstv_395677.html
3. Інструменти підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні. Серпень 2023 року. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/instrumenty-pidtrymky-biznesu-v-period-voyennoho-stanu-v-ukrayini-serpen>
4. Інструменти підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні. Червень 2023 року URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/instrumenty-pidtrymky-biznesu-v-period-voyennoho-stanu-v-ukrayini-cherven>
5. Дикань В., Фролова Н. Напрями та інструменти державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. Економіка та суспільство. №38. 2022 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-56>
6. Для підприємств. Фонд розвитку підприємництва: веб-сайт. URL: <https://bdf.gov.ua/uk/dlya-pidpriemstv>
7. Гук О. В. Вітчизняний бізнес в умовах війни. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. тези доп. III міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2023. С. 44-45

Мариненко Наталія
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Яворський Андрій
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
Andrii Yavorskyi
Postgraduate student of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

МЕТА ВПРОВАДЖЕННЯ І РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ

PURPOSE OF IMPLEMENTATION AND ROLE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN BUSINESS

Світ розвивається динамічно, як і методи та принципи управління, обліку та фіскалізації бізнесу. Це ставить додаткові виклики перед підприємцями з усього світу, тому без застосування сучасних інформаційних технологій (ІТ) сьогодні неможливо розпочати та успішно вести бізнес. Особливо це стосується таких підрозділів підприємства, як управлінський облік, бухгалтерія, проєктні та дизайнерські відділи, маркетинг, складська і транспортна логістика, а також система наскрізного планування робочого часу, бюджетування, КРІ тощо.

Популярними концепціями інформаційних систем є MRPII (Manufacturing Resource Planning, планування виробничих ресурсів) та ERP (Enterprise Resource Planning, планування ресурсів підприємства), які стали світовими стандартами при плануванні та контролі різних стадій виробничого процесу: визначення потреб у сировині, заготівлі, завантаження потужностей, розподіл ресурсів тощо. Фактично, ІТ покликані управляти всіма ресурсами підприємства, або заощаджувати час працівників (як теж один з ресурсів), мінімізувати ризики помилок та їх наслідків, розширювати клієнтську базу. Загалом – ефективніше керувати бізнесом, а, отже, підвищувати прибутки та мати можливість удосконалювати та розвивати свою справу, що вимагає застосування ще новіших та ефективніших ІТ. Таке замкнуте коло веде до постійного попиту і на продукти ІТ-компаній і швидкий прогрес у цій сфері.

ІТ також забезпечують можливість розширення бізнесу за допомогою електронної комерції. Онлайн-магазини дозволяють компаніям працювати 24/7, залучати клієнтів з усього світу, а також збирати й аналізувати дані про покупців для покращення продуктів і пропозицій.

Розглянемо деякі прикладні аспекти використання ІТ на прикладі умовної середньої (100-200 працівників) будівельної фірми:

– прогнозування, бізнесове і фінансове планування відбувається на основі даних з систем обліку таких як 1С, Oracle та інших за допомогою продуктів MS Office і різноманітних презентаційних програмних продуктів;

– для управління продажами, як правило, використовують програмні продукти типу Reply.io , HubSpot Sales Tracking, Salesloft та інші. Проте багато компаній доповнюють власні CRM системи модулями для управління продажами, щоб інтегрувати їх в загальний процес проходження замовлення по підприємству;

– найпопулярнішими та загальноприйнятими програмними продуктами, що використовуються більшістю українських організацій для обміну інформацією, постановкою завдань та фактичною роботою щодо проєктування, дизайну, 3Д моделювання, конструктиву є, насамперед, ArhiCad, AutoCad, Google Sketchup, 3D max та інші.

Впровадження комп'ютерної техніки в будівництво та дизайн інтер'єрів підвищує якість технічного опрацювання проєктів, ступінь об'єктивності та обґрунтованості прийнятих проєктних рішень, прискорює процеси проєктування. Технічні можливості нелінійного програмування дають змогу приймати проміжні рішення у процесі виконання проєкту на різних стадіях і при цьому включати можливості техніки в творчий процес архітектора, повніше і багатосторонньо враховувати природні геометричні та структурно-топологічні обмеження формоутворення. У сфері будівництва даний прогрес втілюється в процесі активного впровадження BIM (Building Information Modeling) – технології інформаційного моделювання будівель, яка дійсно зробила революцію в проєктуванні: єдина цифрова модель, яка не тільки містить повну, узгоджену і достовірну інформацію про будівлю, але і «живе» разом з нею, постійно розширюючись і доповнюючись в процесі будівництва. Створення BIM-моделі дозволяє прискорити процес розробки, проєктування будівлі або споруди, оптимізувати терміни виконання робіт, а також проводити всі види контролю безпосередньо на будівельному майданчику. Більше того, модель проживає з будівлею весь її життєвий цикл, включаючи стадії експлуатації та зносу [2].

ІТ допомагають підвищити ефективність роботи, конкурентоспроможність, знизити витрати, покращити якість продукції та послуг, розширити ринки збуту, впровадити цифровий маркетинг і забезпечити безпеку даних.

Отже, використання ІТ є необхідною умовою успішного ведення бізнесу та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Перелік використаних джерел:

1. Трохимчук О.А., Попова О.А. Інформаційні технології при проєктуванні та будівництві / Матеріали міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф «Еволюція уявлень в архітектурній і художній освіті: погляд в майбутнє», Харків, (листопад 2020 р.) / М-во освіти і науки України, Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [за ред.: Г. О. Осиченко, І. В. Древаль, О. А. Попова та ін.]. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. С. 257–258.

Марценюк Олександр
студент групи ППм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки і фінансів,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Oleksandr Martsenyuk
Student of PPM-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

ОПТИМІЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА – ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

OPTIMIZING THE ASSORTMENT PORTFOLIO OF A TRADING COMPANY IS A FACTOR IN INCREASING THE EFFICIENCY OF OPERATIONAL ACTIVITY

Умови господарювання стають більш динамічними, а конкуренція зростає. Це призводить до необхідності для підприємств удосконалювати свою пропозицію, щоб задовольняти потреби клієнтів та забезпечувати фінансову стабільність. Формування продуктового портфеля та оптимізація асортименту стають дуже важливими завданнями для менеджменту підприємств. Особливо це актуально для компаній, які виробляють товари, ціни на які регулюються державою.

Враховуючи складність багатьох чинників, котрі впливають на планування товарного асортименту, в умовах невизначеності та різноманітності завдань, які вирішуються при формуванні товарного портфеля, необхідно розробляти методичні принципи та аналітичні інструменти оптимізації товарного портфеля, щоб підвищити економічну ефективність діяльності підприємства.

Управління товарним портфелем підприємства спрямоване на підтримку його конкурентних позицій та встановлення зв'язку між вибором продуктів і стратегією конкурентоспроможності. Його основна мета полягає в тому, щоб максимізувати загальну вартість, яку створює товарний портфель, знаходячи баланс між ризиком і продуктивністю.

Портфельний підхід до управління процесом визначення структури товарів підприємства дає змогу оцінити товарний портфель за різними критеріями і віднести його до певного типу. Формування продуктового портфеля передбачає певні управлінські дії щодо роботи з окремим товаром, які означають процес обґрунтування включення нового товару до товарного портфеля, виведення товару, а також модифікації наявних товарів і зміни структури портфеля [2].

Формування товарного портфеля підприємства має базуватися на таких основних засадах [3, с. 263-264]:

- процес формування товарного портфеля має враховувати технічні, технологічні можливості виробництва, доступну ресурсну базу (сировинне, фінансове, трудове забезпечення);

- формування товарного портфеля має базуватися на оцінюванні рівня задоволення клієнтів і споживачів створеної ціннісної пропозиції підприємства та передбачати можливість адаптації товарних пропозицій внаслідок динамічності ринкових умов;

– управління товарного портфеля має бути безперервним, гармонізованим з конкурентною стратегією підприємства, враховувати вплив зовнішніх (ринкових) і внутрішніх (ресурсних) можливостей підприємства, різні стратегічні і функціональні аспекти оцінювання товарного портфеля.

– товарний портфель має будуватися на принципах збалансованості, з урахуванням стадій життєвого циклу продуктивних груп і окремих асортиментних позицій, з урахуванням особливостей управлінського впливу на зовнішні і внутрішні чинники функціонування і розвитку підприємства в короткостроковому і довгостроковому періодах.

– прийняття рішення має здійснюватися на основі якісної інформації – достовірної, повної, адекватної, об'єктивної та актуальної; особи, що приймають ці рішення, мають використовувати не тільки фактичні, а й прогнози дані.

На торгівельному підприємстві, можна провести дослідження асортименту та оптимізацію використовуючи різноманітні методи аналізу. Ці методи допоможуть визначити, як вироби внесуть свій внесок в загальний результат підприємства. Деякі з таких методів включають в себе:

1. ABC-аналіз, який досліджує попит на продукцію.
2. XYZ-аналіз, який допомагає визначити стабільність продажів.
3. Поєднаний ABC- і XYZ-аналіз, для визначення статусу кожного товару в асортименті.
4. Метод Дібба-Сімкіна, що оцінює ефективність структури асортименту.
5. Матриця Ансоффа, яка розглядає час існування продукту і ринку.
6. Матриця BCG, що аналізує частку ринку та швидкість обсягу продажів.
7. Матриця GE, для оцінки ринкової привабливості і ефективності асортименту.
8. Метод аналізу за допомогою життєвого циклу товарів (ЖЦТ), який допомагає визначити час перебування товару на ринку.

Важливо адаптувати ці методи до конкретних потреб торгівельного підприємства і враховувати різні фактори, такі як ринкові тенденції, тривалість присутності продукту на ринку та конкуренцію. В цілому, комплексний, збалансований підхід до управління товарним портфелем дозволяє керівництву торгівельного підприємства приймати якісні управлінські рішення щодо стратегії розвитку підприємства, мінімізувавши ризики, забезпечити збалансоване зростання компанії, визначивши пріоритетні напрями бізнесу.

Перелік використаних джерел:

1. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 112 с.
2. Верба В. А., Яковенко С. В. Методичні положення оптимізації товарного портфеля виробничого підприємства. *Стратегія економічного розвитку України*. 2013. Вип. 32. С. 164-176
3. Верба В. А., Ліщинська В. В. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С.262-268

Машков Андрій
студент гр. БМм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Кужда Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Andriy Mashkov
Student of BMm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Tetiana Kuzhda
Cand. of ec. sc., Docent
Associate Professor of the Management and Administration Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ THE ESSENCE OF PERSONNEL POTENTIAL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

Управління кадровим потенціалом організації здійснюється через конкретні функції менеджменту, які чинять вплив на взаємопов'язані підсистеми організації, функціональні елементи, завдання, плани розвитку кадрового потенціалу, мотивування розвитку кадрів, вигоди для організації в процесу кадрового розвитку. Управління кадровим потенціалом організації можна розглядати через п'ять тісних взаємозв'язаних підсистем, яким притаманні певні характеристики та особливості.

Перша підсистема управління кадровим потенціалом являє собою підсистему, завданням якої є формування кадрового потенціалу, складання планів потреб у працівниках різних категорій, професій та кваліфікації, здійснення діяльності із організації набору працівників, встановлення форм та видів оплати праці, преміювання та інших способів стимулювання працівників, укомплектування штату кадрів за встановленими критеріями та правилами [2].

Друга підсистема управління кадровим потенціалом – управління розвитком кадрового потенціалу передбачає аналізування та оцінювання стану й динаміки кадрового потенціалу організації, професійне орієнтування та соціальне адаптування працівників, забезпечення кар'єрного зростання та просування працівників через систему управлінських рішень, організаційно-розпорядчих дій, мотиваційних стимулів, програм навчання, заохочення співробітників до трудової активності, креативної діяльності, реалізації творчих ідей.

Третя підсистема кадрового управління – управління використанням кадрового потенціалу організації означає застосування ефективних способів та методів організації праці та відносин у трудовому колективі, команді та групі працівників, створення сприятливого організаційного та соціально-психологічного середовища, системи комунікацій та зворотних зв'язків для ефективного використання персоналу.

Четверта підсистема кадрового управління – забезпечення якості та змістовності процесу праці передбачає здійснення управлінських дій щодо забезпечення належного рівня оплати праці, безпечності та комфортності робочого місця працівника, формування належних умов праці та позитивного соціально-психологічного клімату у колективі, команді, групі працівників, підвищення задоволеності працівників від змісту праці, виконуваних завдань та обов'язків.

П'ята підсистема кадрового управління – коригування процесу управління кадровим потенціалом організації, яке зорієнтоване на з'ясування недоліків та проблемних моментів у кадровій політиці, оперативне реагування на виявлені проблеми, прийняття рішень для усунення проблем, внесення змін до кадрової політики та стратегії управління персоналом [2].

Управління розвитком кадрового потенціалу здійснюється із врахуванням:

- існуючих взаємовідносин між елементами кадрової політики та загальної стратегії розвитку організації;
- результатів аналізування стану кадрового потенціалу організації, його рівня та динаміки протягом певного періоду часу;
- видів забезпечення розвитку кадрового потенціалу - фінансового, матеріального, інформаційного, організаційного та інших можливостей організації;
- розроблення управлінських рішень та реалізацію коригуючих рішень щодо політики управління кадровим потенціалом;
- вибір способів та методів для розвитку кадрового потенціалу організації на основі фінансового забезпечення, існуючого стану кадрового потенціалу, встановлених цілей діяльності організації.

Важливими видами забезпечення розвитку кадрового потенціалу організації є:

- фінансове – формування фонду грошових коштів для фінансування навчальних заходів та тренінгів, розвитку професійних та кваліфікаційних навичок працівників, мотивації та стимулювання співробітників, вкладення коштів у розвиток людського капіталу;
- організаційне – здійснюється через побудову ефективної системи організаційних зв'язків в процесі реалізації політики управління кадровим потенціалом;
- інформаційне – здійснюється через сформовані інформаційні канали та комунікаційні зв'язки для впровадження управлінських рішень, спрямованих на формування, використання, розвиток кадрового потенціалу;
- мотиваційне – ґрунтуються на використанні мотиваційних теорій та методів стимулювання для впливу на кадровий потенціал організації, підвищення змістовності праці, об'єктивного оцінювання результатів діяльності кадрів, професійне та службове зростання, самоудосконалення працівників, врахування трудового вкладу та заслуг працівника;
- науково-методичне – здійснюється через функціонування єдиної системи документації організаційного та методичного характеру, правил, приписів, інструкцій, норм, вимог у процесі управління кадровим потенціалом та його розвитком [3].

Підсумовуючи викладене вище, можна сказати, що управління кадровим потенціалом в організації буде результативним, якщо враховуватиме існуючий стан та динаміку кадрового потенціалу, його структурні елементи, їхні взаємозв'язки з іншими видами потенціалу організації (фінансового, економічного, організаційного, виробничого, мотиваційного, інформаційного, ін.), зовнішніми факторами, встановленими цілями та завданнями комплексної стратегії розвитку організації.

Перелік використаних джерел:

1. Вовк О. М., Ковальчук Т. А. Теоретичні основи управління кадровим потенціалом підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2013. Вип. 37. С. 35-38.
2. Онищенко Е. Система управління кадровим потенціалом підприємства: підхід до проектування підсистем. *Вісник THEU*. № 1. 2012. С. 137-144.
3. Сень О. В. Коваленко М. В. Книш В. В. Розвиток кадрового потенціалу підприємства в сучасних умовах: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка та управління підприємства*. Вип. 70. 2023. С. 107-113.

Михайлишин Богдан
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

Bohdan Mychailyshyn
Postgraduate student of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ INNOVATIVE DEVELOPMENT AND COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Для підприємств харчової промисловості важливим напрямком удосконалення їх діяльності, є переорієнтація на інноваційну модель розвитку (використання новітніх технологій при створенні продукту, розширення лінійки інноваційних товарів). Інноваційний розвиток підприємств в сучасному світі практично неможливий без впровадження управлінських інновацій (новітні методи та технології, впровадженні у систему менеджменту та спрямовані на досягнення поставлених цілей та підвищення ефективності чи продуктивності підприємства.

Не менш важливим кроком на підприємствах харчової промисловості є впровадження продуктової, маркетингової, процесної, організаційної інновацій. Зокрема:

- продуктова – виготовлення нового продукту чи послуги, які є значно кращими за своїми харчовими властивостями чи способом використання;

- маркетингова – втілення нового методу реалізації (продажу) продукту, зміна дизайну упаковки, відображення складу продукту. Новий метод може втілюватись як самим підприємством, яке проходить інноваційні зміни так і бути запозиченим від інших підприємств;

- процесна – впровадження новітнього (іншого) способу виготовлення продукції чи постачання, новітнє програмне забезпечення і будь якому відділі підприємства. Мета даної інновації – зниження собівартості виробництва продукту, зменшення витрат на логістику та водночас підвищення якості продукції;

- організаційна – впровадження нового організаційного методу в створенні робочих місць чи діяльності підприємства. Дана інновація втілює скорочення адміністративних витрат, але підвищує задоволеність працівників організацією робочих процесів.

У сучасних умовах ринкової економіки, питання оцінки конкурентоспроможності харчових підприємств набувають важливого характеру. Дана оцінка необхідна для впровадження конкурентної стратегії конкретного підприємства, враховуючи внутрішні та зовнішні особливості даного підприємства.

Проте, впровадження конкурентоспроможності найбільш проблемно є для підприємств харчової промисловості. Причини: неякісний менеджмент, високі вимоги до

стандартів (якості) продукції, водночас брак якісної сировини та збільшення її вартості, низька активність підприємств у інноваційній діяльності.

Отже, інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості є надзвичайно важливим процесом, оскільки відбуваються зміни якості будь якого продукту, послуги, виробництва, що супроводжує низку реалізованих нововведень. Інноваційний розвиток на підприємстві ефективний тоді, коли має комплексний характер (навчання персоналу, фінанси, продажі, маркетинг).

УДК 658:339.138

Могильська Василина

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

Vasylyna Mohylska

Student of PPM-51 group

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

РОЛЬ БРЕНДИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ THE ROLE OF BRANDING AT THE ENTERPRISE UNDER MODERN BUSINESS CONDITIONS

Сьогодні бренд є одним з найважливіших ресурсів будь-якої компанії, успішне використання якого приносить великі прибутки. Для досягнення довготривалого фінансового успіху необхідно ефективно управляти елементами бренду. Такий процес як формування бренду, слугує підвищенню конкурентоспроможності виробництва.

Бренд – це особливе комбінування цінностей торгової марки, при якій споживач надає перевагу при виборі товару, і викликає у нього приємні емоції.

Сучасні бренди є не лише важливою частиною комерційної діяльності, а й чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства та символом комерційної діяльності підприємства. На відміну від товарів і послуг, бренди не створюються на виробництві, а формуються в свідомості людей, забезпечуючи емоційний зв'язок між функціональністю та сприйняттям продукту.

Основою брендингової діяльності є визначення унікальних якостей товару чи послуги, адже без цього виділити його на фоні сотень подібних товарів фактично неможливо [1].

Відзначимо ключові інструменти брендингу, які мають формувати переваги продукції на існуючому ринку:

- 1) підтримка індивідуальності бренду;
- 2) репрезентування бренду, а саме зосередження уваги покупців на сильних сторонах виробника;

3) позиціонування бренду, тобто виділення продукту поміж інших товарів і надання йому специфічних особливостей, які важко імітувати;

4) соціалізація бренду, а саме вирішення брендом соціальних потреб його споживача, зокрема самореалізація, спілкування, підтримка та ін.

Яскравим прикладом ефективного брендингу є ТМ «Молокія», яку випускає ПрАТ «Тернопільський молокозавод». У березні 2017 року було успішно проведено редизайн упакування, виконаний у відтінках зеленого кольору. Спільним елементом дизайну упакування ТМ «Молокія» є краплина. Плівкова продукція має свою особливість – інтенсивність кольору упакування залежить від жирності. Чим вища жирність продукту, тим яскравіший відтінок зеленого. Основою продукту є технологія свіжого молока, а зелений колір – це своєрідна фреш-концепція. Свіжість має асоціацію із зеленою травою, яку їсть корівка та символізує прихід весни. Білий колір обгортки підкреслює чистоту, свіжість та безпеку.

Бренд ТМ «Молокія» турбується про здоров'я кожної родини і робить акцент на високу якість та різноманітність молочної продукції. Молоко – самодостатній продукт, який містить вітаміни, мікро- та макроелементи, білки, амінокислоти та багато інших корисних речовин. Всього у ньому міститься близько 80 мінеральних елементів, які в легкій формі засвоюються організмом. Уся продукція виготовляється винятково з молока від перевірених фермерських господарств «Дзензелівське», «Кищенці», «Агропродсервіс» та «Перлина Поділля». Кожна з цих молочних ферм має свої особливості, переваги, досягнення, але їх усіх об'єднує спільна мета отримувати найсмачніше молоко. Товариство щороку розширює асортимент готової продукції, впроваджує нові сучасні види тари і упаковки для фасування молочних продуктів в поліетиленову плівку, РЕТ-пляшку, Pure-Pak, фольгу, еколін і стабіло. Готову упаковку ТМ «Молокія» закупає в іноземних партнерів з Нідерландів. Вона складається з 75% відновлюваного матеріалу. Після використання пачку можна легко скласти.

Якщо у компанії якісний продукт, який може задовольнити потреби цільової аудиторії, то необхідно правильно вибудувати комунікацію з потенційними споживачами, використовуючи стратегію репозиціонування, яка підкреслить його цінність. Вона робить акцент на унікальних особливостях продукту, які відрізняють його від пропозицій конкурентів. Основна цінність бренду – досконалість у кожній краплі, натуральність та свіжість.

Отже, визначення ролі брендингу гарантує увагу споживачів, збільшення продажів, підвищення значущості продукту, покращення конкурентоспроможності бренду, швидку адаптацію до вподобань цільової аудиторії, успіх у бізнесі та конкурентну перевагу. Чітко визначені інструменти брендингу забезпечують розробку ефективної стратегії управління брендом.

Перелік використаних джерел:

1. Гриценюк В. В., Руснак А. В., Надточій І. І. Сутність брендингу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7545> (дата звернення: 23.10.2023)

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

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

Iryna Nalyvaichuk
Student of PPM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ STATE AND PROSPECTS OF THE FRANCHISING SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Франчайзинг є популярною формою бізнесу в багатьох країнах світу, в Україні також набирає популярності. На сьогодні в Україні працює багато відомих франчайзингових мереж у різних галузях, таких як роздрібна торгівля, ресторани, фаст-фуд, салони краси, фітнес-центри тощо. Це свідчить про наявність попиту на франчайзингові послуги з боку підприємців та споживачів. Однією з переваг франчайзингу є можливість створити власний бізнес на базі вже визнаного бренду, зі сформованою бізнес-моделлю та підтримкою франчайзера. Це допомагає знизити ризики відкриття нового бізнесу та підвищує шанси на успіх.

В Україні спостерігається значний ріст ринку франчайзингових послуг, на що вказує наявність понад 24 тисяч франчайзингових точок [2]. Така позитивна динаміка свідчить про те, що франчайзинг є ефективним інструментом розширення бізнесу навіть в умовах економічної кризи. Він надає компаніям можливість увійти у вже налагоджений бізнес, отримати додатковий досвід та залучити нових клієнтів з меншими ризиками та зусиллями.

Однак, слід враховувати, що мінімізація витрат і ризиків, яка є перевагою франчайзингу, не є абсолютною гарантією успіху. Слід також враховувати деякі недоліки. Наприклад, франчайзі може бути обмежений у свободі вибору, оскільки франчайзер може накласти певні умови та обмеження. Існує також ризик конфлікту інтересів між франчайзером і франчайзі, а також можливість потрапляння в залежність від успіху франчайзера.

Незважаючи на зазначені недоліки, ринок франчайзингових послуг в Україні має великий потенціал для розвитку. Виробники та підприємці мають можливість обирати франшизи в різних галузях та під різними брендами, що сприяє розширенню бізнесу та стимулює економічний розвиток. Важливе значення має наявність законодавчої бази та регулювання франчайзингу, які сприяють створенню сприятливих умов для розвитку цього сегменту.

Франчайзинг став основним напрямом бізнесу для багатьох українських компаній, дозволяючи їм стати відомими у всьому світі. Цей інструмент використовується

вже протягом понад 200 років і допомагає локальним підприємствам перетворитися на глобальні бренди [4].

На початок 2022 року в Україні налічувалось 592 компанії-франчайзери і понад 24 000 франчайзингових об'єктів. Ці дані свідчать про поширеність і популярність франчайзингу серед українських компаній [1].

Згідно з дослідженням Franchise Group за 2022 рік, більш ніж 20 000 підприємців обрали купувати франшизи як спосіб розвитку свого бізнесу. Це свідчить про довіру, яку вони мають до українських франчайзерів, а також про трендовість та прибутковість українських компаній. Ці дані підкреслюють, що франчай-зинг є важливим і ефективним інструментом для розвитку бізнесу в Україні, який дозволяє підприємствам швидко розширюватись та отримувати успіх на міжнародному рівні [3].

Франчайзинг давно вважається однією з найбільш практичних і ефективних моделей розвитку малого та середнього бізнесу. Не потрібно шукати новий бренд і вкладати значні кошти в його розкрутку, адже вже існує готовий бренд, про який подбали інші. Крім того, ризик для підприємця-початківця мінімальний, оскільки він працює за відомим і перевіреним форматом.

Навіть на тлі коронакризи та пов'язаних з нею проблем, ринок франчайзингу в Україні та в усьому світі не переживає занепаду, а, навпаки, постійно розвивається. З'являються нові тренди, змінюються пріоритети споживачів, а франчайзери вміло підлаштовуються під ці зміни, враховуючи розвиток сучасного світу. Це свідчить про гнучкість та адаптивність франчайзингової моделі, яка забезпечує успішний розвиток бізнесу навіть у нестабільних економічних умовах. Ця позитивна тенденція спонукає підприємців розглядати франчайзинг як перспективну стратегію розширення свого бізнесу та використання популярності відомих брендів.

В Україні франчайзинг розвинений майже в усіх секторах економіки. Серед найпопулярніших секторів – індустрія гостинності, включаючи пекарні, кафе і вуличну їжу, а також різні види послуг – від салонів краси до туристичних агентств. Освіта та виховання дітей, наприклад, навчальні та розвиваючі центри, а також медичні та оздоровчі проекти також є одними з популярних напрямків франчайзингу.

Можна зробити висновок, що франчайзингова бізнес-модель була стабільно присутня на українському ринку протягом досліджуваного періоду. Вона користується популярністю серед підприємців, оскільки дає можливість використовувати успішний досвід ведення бізнесу та вже впізнаваний бренд для розширення власної справи.

Багато франчайзингових брендів, що працюють в Україні, походять з-за кордону. Це означає, що в країні широко представлені міжнародні франчайзери, переважно зі США, Європи та Азії. Однак є також успішні місцеві франчайзі, які розробили власні бізнес-концепції та успішно експортують їх за кордон.

Українські франчайзі характеризуються високою якістю продукції та послуг і відомі як надійні та популярні бренди. Вони вивчають свою цільову групу, розробляють системи управління, маркетингові стратегії та стандарти обслуговування, що дозволяє їм успішно розширюватись та залучати нових франчайзингових партнерів. Багато з цих компаній визнані як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Вибір між франчайзингом та іншими варіантами ведення бізнесу залежить від конкретних потреб, ресурсів і цілей кожного суб'єкта підприємницької діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Бондаренко Н. М., Савченко Д. В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 2 (68). С. 7–11. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>
2. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України. URL: <https://franchising.org.ua> (дата звернення: 4.05.2023)
3. Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise>. (дата звернення: 4.05.2023)

4. Franchise Ventures LLC. "The Franchise Lead Generation Demand Gap: What It Means." Franchise Insights, 11 Nov. 2021. URL: <https://www.franchiseinsights.com> (дата звернення: 4.05.2023)

УДК 336.7

Пелехатий Богдан
студент групи ППМ-61
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

Bohdan Pelehatiy
Student of PPM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Tymoshyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ CHARACTERISTICS OF THE STATE SUPPORT MECHANISM FOR ENTREPRENEURIAL ENTITIES

Державна підтримка підприємництва здійснюється у формі створення прямих чи прихованих переваг суб'єктам підприємництва, які здійснюються державними органами влади. Підприємствам надається державна підтримка шляхом інформаційної підтримки або за допомогою компенсації частини витрат за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів.

Основним завданням державної підтримки підприємництва являється створення умов для позитивних структурних змін в економіці України; сприяння формуванню і розвитку малого підприємництва, становлення малого підприємництва як провідної сили в подоланні негативних процесів в економіці та забезпечення сталого позитивного розвитку суспільства; підтримка вітчизняних виробників; формування умов для забезпечення зайнятості населення України, запобігання безробіттю, створення нових робочих місць. [1]

В Україні сформовано законодавство, яке стимулює та підтримує розвиток українського підприємництва. Основні важелі сприяння розвитку акцентовано на фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, а також на підтримку суб'єктів підприємництва, що здійснюють міжнародний продаж, підтримка професійного розвитку управлінських кадрів та фахівців у сфері підприємництва. В період війни держава забезпечила підтримку розвитку бізнесу за рахунок пільгам у податковій сфері, швидкій можливості та підтримці переміщення підприємств із зони бойових дій у безпечні регіони, наданням пільгових кредитів для фінансування проектів розвитку підприємств в період війни.

Особливої державної підтримки в умовах загострення військових дій з боку рф потребують релоковані підприємства. Релоковані підприємства можуть потребувати різних видів підтримки, таких як, технічна, маркетингова, інфраструктурна, правова та регуляторна підтримка. Загальна підтримка може варіюватися в залежності від конкретних потреб і ситуації підприємства. Водночас практика показує, що найважливішими проблемами, з якими стикаються такого роду підприємства це кадрові та фінансові. Найм нових

співробітників і навчання їх може бути важливим аспектом релокації. Підприємства можуть потребувати допомоги у пошуку та підготовці кваліфікованого персоналу. Також релокація може бути дорогою, і підприємства можуть потребувати фінансових ресурсів для придбання нового обладнання, найму працівників, оренди або будівництва нових приміщень тощо. Фінансова підтримка може надаватися у вигляді кредитів, грантів або інших форм фінансування.

Основні засоби, якими держава підтримує суб'єктів господарської діяльності, включають: пряме фінансування підприємств з державних та місцевих бюджетів, застосування податкових пільг, покриття частини відсотків за кредитами та інших фінансових витрат за рахунок держави, надання державних гарантій для кредитів, запровадження обов'язкового державного страхування комерційних ризиків, встановлення пільгових тарифів на товари та послуги, надані державою або державними підприємствами, відписка від сплати податкової заборгованості, яку підприємство не може погасити самостійно.

Практика господарської діяльності породила цілі набори інструментів підтримки бізнесу, які поділяють за різними факторами, залежно від сфери діяльності та особливостей діяльності підприємства. Аналізування наукових публікацій про підтримку розвитку бізнесу дає можливість виділити адміністративно-правові, фінансово-економічні, інформаційно-консалтингові та соціокультурні засоби, які використовуються для сприяння розвитку підприємництва в країні.

Перелік використаних джерел:

1. Господарський Кодекс України. Закон України від 16.01.2003 року №436. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення до ресурсу 25.09.2023 року)
2. Дикань В. Л., Шраменко О. В. Стратегічні орієнтири державного регулювання суб'єктів малого та середнього бізнесу. Стратегічні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств у цифровому економічному просторі : колективна монографія за ред. д.е.н., проф. Ареф'євої О.В. Київ : ФОП Маслаков, 2019. С. 47–55.
3. Химич І. Г., Винник Т. М., Тимошик Н. С. Аналіз кредитування бізнесу в умовах війни: державні програми підтримки. Соціально-економічні проблеми і держава (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 30-41. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23kihdp.pdf>

Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Радинська Софія
студентка 1 курсу
Університет інформаційних технологій та менеджменту
м. Жешув, Польща

Sergii Radynskyi
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil National Technical University Ivan Puluj
Ternopil, Ukraine
Sofiya Radynska
1st- year Student
University of Information Technologies and Management
Rzeszów, Poland

РЕЛОКАЦІЯ БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ІЗ РФ BUSINESS RELOCATION IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR WITH RUSSIA

З початком повномасштабної війни РФ проти України підприємства зіткнулися з необхідністю переміщення бізнесу з небезпечних регіонів. Ще навіть у даний час підприємства шукають можливості, щоб врятувати свій бізнес від воєнних дій та мати можливість для подальшої успішної роботи та власного розвитку.

У деяких випадках вони переїжджають до інших областей, у інших випадках покидають країну перекидаючи свій бізнес та активи у зарубіжні країни (Польща, Німеччина, Литва, Естонія, Бельгія, Франція). Хоча частина підприємств і переїхала за кордон, проте більшість обрали для розташування області західної України: Львівську (24,6% релокованих підприємств), Закарпатську (16,1%) та Чернівецьку (11,4%). Ця частина нашої країни швидко перетворилася на нове економічне серце України з більш ніж 200 релокованими підприємствами, які виробляють майже все, включаючи фарбу, будівельні матеріали та запчастини для електромобілів.

Переміщення підприємств вважається однією з найновіших і поки що маловивчених проблем в Україні. Адже хто б міг подумати, що такі злочинні дії можливі в 21 столітті? Тому деяким компаніям довелося, не гаючи часу, замислитися над зміною території ведення бізнесу, щоб успішно продовжувати свою діяльність. Необхідність та можливість переміщення бізнесу через військові дії в Україні визначили специфіку та актуальність цього дослідження.

24 лютого 2022 року низка українських підприємств припинила роботу через неможливість здійснювати свою діяльність, значні збитки та втрати. Інші підрозділи підприємств розробили стратегічні плани подальшої роботи своїх підприємств. Одним із варіантів забезпечення безперервності бізнесу стала релокація підприємства. Релокація або релокації (англ. relocate, relocation - переміщення, переселення) - це переміщення підприємства в інший регіон в межах національних кордонів однієї країни або за кордон.

Існує три стимули для переїзду за кордон:

- кризові ситуації: коли підприємство з якихось причин не може продовжувати свою виробничу діяльність і потребує пошуку іншого місця, де зможе продовжити свою діяльність;
- створення юридичної особи в більш стабільній юрисдикції;
- перспектива отримання ситуації, коли Україна є країною-кандидатом на членство в

ЄС або може стати членом ЄС.

У зв'язку з такою ситуацією, підприємці з регіонів, де наразі відбуваються активні бойові дії і де підтримується високий рівень безпеки, намагаються перенести свої виробничі потужності або закордон або ж в західні регіони України. Саме тому переміщення підприємств на Західну Україну стає все більш популярним. Віддаленість від конфліктів та кордону з РФ є основною причиною такого вибору.

Наразі процедура переміщення виробництва у безпечніші регіони регулюється Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 25 березня 2022 року № 246-р «Про затвердження плану першочергових заходів щодо переміщення у разі потреби виробничих потужностей підприємств з районів, де відбуваються конфлікти та/або існує загроза їх виникнення, у безпечніші регіони». Регуляторний акт. Цей нормативно-правовий акт визначає чіткий перелік з 13 спільних дій, які мають здійснити органи державної влади для забезпечення переміщення підприємств з територій, що постраждали від бойових дій [1].

Крім того, з середини березня 2022 року Міністерство економіки України реалізує програму переміщення підприємств [2], спрямовану на підприємства, розташовані в регіонах, де відбувалися активні бойові дії або існувала чи продовжує існувати серйозна загроза активних бойових дій. Пріоритет надається стратегічним підприємствам та підприємствам, що виробляють товари першої необхідності. Програма переміщення поширюється на малі, середні та великі підприємства, розташовані в зонах підвищеного ризику (зони бойових дій, прифронтові території), а перевезення вантажів здійснюється безкоштовно. Існують пріоритети в цьому процесі, і першими, хто отримає таку допомогу, є підприємства, що мають стратегічне значення для держави, а також підприємства, що виробляють товари першої необхідності (продукти харчування, хліб тощо) для військових та цивільного населення.

У відповідності до програми, підприємства зможуть переїхати до дев'яти областей - Вінницької, Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської, Тернопільської, Хмельницької та Чернівецької, а також деяких південних районів Волинської та Рівненської областей. Україна також запустила онлайн-платформу Work4UA, яка допомагає бізнесу залишатися в бізнесі.

Проект «Робота для перемоги», започаткований з метою розбудови економічного тилу та фронту України, має на меті зібрати фінансову підтримку для українських суб'єктів бізнесу від громадян, підприємств та організацій в Україні та за її межами.

Переваги релокування бізнесу у воєнний час можна підсумувати наступним чином:

- збереження бізнесу та подальша підтримка національної економіки;
- підприємці, які переїжджають, можуть продовжувати займатися улюбленою справою, отримувати дохід і сплачувати податки;
- перспективи для розширення бізнесу;
- відсутність перебоїв у роботі, оскільки сервери можуть бути розміщені в безпечному місці;
- сприятливі умови для зміни сфери діяльності для задоволення споживчого попиту на новому місці.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що під час підприємництво почало переносити свій бізнес в інші місця в пошуках безпечних локацій. Цей захід отримав назву релокація. У перший місяць ескалації 19% українських підприємств перемістили свої офіси та виробничі потужності, тоді як 81% залишилися на місці. Згодом деякі з них повернулися, але в незначній кількості. Підприємці побачили нові можливості для розвитку та розширення і продовжували працювати в безпечних районах. Найважливішим привілеєм переїзду є забезпечення людей роботою та можливістю заробляти гроші, а також наповнення української скарбниці (бюджету) податками.

Перелік використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану невідкладних заходів з переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові

дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію» від 25 березня 2022 р. № 246-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-2022-%D1%80> (дата звернення до ресурсу 15.10.2023 р.).

2. Програма релокації підприємств. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv> (дата звернення до ресурсу 15.10.2023 р.).

УДК 336

Смачило Лілія

студентка групи ПФМ-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Письменний Віталій

доктор економічних наук, доцент

професор кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Liliia Smachylo

Student of PFm-61 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Vitalii Pysmennyi

Doctor of Sciences (Economics), Docent

Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗ BUSINESS SIMULATION IN CRISIS CONDITIONS

Бізнес є динамічною складною системою, що постійно розвивається, і в своїй більшості, під впливом різноманітних зовнішніх факторів (обставин, ситуацій, подій тощо). Тому, даний момент є важливою складовою забезпечення такого розвитку, який потрібно враховувати при плануванні та прогнозуванні власне бізнес-середовища функціонування підприємництва в цілому, включаючи бізнес-комунікації, бізнес-процеси та інші не менш важливі його компоненти. Крім цього, варто зазначити, що надзвичайно важливим, у даних умовах функціонування бізнесу, виступає, так звана, цифрова трансформація, що характеризує собою певний ключовий фактор успіху як для розвитку, так і підтримки сучасного бізнесу, особливо, за умов наявності різноманітних криз та кризових явищ (пандемія, війна, стихійні лиха та ін.). Адже, саме дана компонента й виступає тим головним фактором підтримки й адаптації бізнесу до загальних змін та до виникнення кардинально нових технологій, технологічних процесів, бізнес-процесів, системотехнік тощо. Й справді, на даний час, наявність цифрової трансформації є вкрай важливим елементом для підтримки, розвитку й забезпечення формування та створення як нових видів бізнесу, так і забезпечення потужної підтримки вже існуючого бізнесу в глобальних умовах неминучих змін. Можна вважати, що дійсно, саме доволі стрімкий розвиток цифрової трансформації і є хорошим фактором підтримки та розвитку бізнесу.

Важливим елементом щодо розвитку та підтримки бізнесу (підприємництва), особливо національного, є проведення ефективної оцінки його теперішнього стану та дослідження основних факторів, що здійснюють безпосередній вплив на нього, а також, на основі отриманих результатів, здійснення прогнозу із використанням процесу моделювання щодо визначення динаміки рівня його бізнес-активності на майбутнє, що якраз і враховуватиме оцінку впливу різноманітних зовнішніх факторів та значно сприятиме формуванню, реалізації, координації та вдосконаленню (адаптації) оптимальної загальної

управлінсько-організаційної бізнес-стратегії. Таке моделювання бізнесу та його бізнес-процесів на даний час та за даних кризових умов є досить необхідним кроком, адже, це надає змогу визначати ряд важливих бізнес-показників, зокрема: залежність між обсягом виробництва продукції (товарів, послуг) та рівнем попиту на неї; оптимальність рівня необхідності вкладення інвестиційних ресурсів для ефективного реалізації бізнес-проектів; рівень оптимізації основних витрат, необхідних для маркетингових заходів, у тому числі й рекламних.

Однією із доцільних та ефективних бізнес-моделей є, так звана, модель стохастичного програмування, яка застосовується, в основному, для вирішення основних задач та завдань щодо процесу оптимізації бізнес-процесів за умов невизначеності (кризовості), що забезпечує можливість врахування як наявних, так і майбутніх бізнес-ризиків, та, на цій основі, забезпечує прийняття правильних й ефективних бізнес-рішень. Також, дана модель відображає прогнозну оцінку щодо динаміки рівня індексу бізнес-активності підприємства із використанням часових рядів. Цю модель ще називають або авторегресійна модель, або AR-модель, яка має наступний вигляд (1) [1]:

$$Y_t = c + \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \varepsilon_t, \quad (1)$$

де: Y_t – результат значення індексу щодо бізнес-активності на момент часу t ; c – константа; $\phi_1, \phi_2, \dots, \phi_p$ – величина коефіцієнтів авторегресії, відповідно; ε_t – значення випадкової складової.

Отже, прогнозні бізнес-моделі виступають одним із ефективних інструментів для здійснення прогнозування динаміки щодо бізнес-поведінки підприємства в майбутньому, що значно сприятиме покращенню формуванню та реалізації різноманітних важливих бізнес-рішень із врахуванням наявності бізнес-ризиків та обґрунтованого управління ними: попередження, мінімізації, ліквідації, адаптації тощо.

Також, доцільно представити й основні етапи щодо здійснення процесу бізнес-управління на підприємстві – рис. 1 [2].



Рис. 1. Основні покрокові етапи щодо здійснення процесу бізнес-управління для підтримки й забезпечення ефективності діяльності підприємства в умовах криз

Зображені етапи щодо процесу бізнес-управління, перш за все, повинні перебувати в чіткому взаємозв'язку між собою, адже, це є однією із найважливіших умов їх ефективності та результативності. Крім цього, кожен із представлених блоків має власні завдання та задачі, які слід виконувати й реалізовувати, для того, щоб переходити до застосування в дію наступних блоків, тобто має виконуватися черговість дій та робіт, відповідно до вказаних даних. Тільки за дотримання таких умов даний процес бізнес-управління буде ефективно впровадженим в діяльності підприємства, в іншому випадку – виникатимуть неточності в даному бізнес-ланцюжку подій.

Отже, бізнес-управління на основі моделювання є головним елементом підтримки та забезпеченості розвитку й діяльності підприємств за наявності різноманітних кризових умов, які, в свою чергу, викликають жорстку конкуренцію на ринку та змушують шукати нові шляхи адаптації до даного бізнес-середовища тощо.

Перелік використаних джерел:

1. Момот В.Є., Литвиненко О.М. Моделювання змін активності вітчизняного бізнесу за умов війни. Академічний огляд. 2023. № 2 (59). С. 173-189. URL: <https://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/3904/1/13.pdf>.
2. Салабай В.О., Кравченко М.О. Управління бізнес-процесами підприємств в умовах цифрової трансформації бізнесу. Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» (Київ, 20 квітня 2023). С. 64-65. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279696>.

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

Ihor Chernii

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

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk

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

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД І БІЗНЕСУ FEATURES OF INTERACTION BETWEEN TERRITORIAL COMMUNITIES AND BUSINESS

Взаємодія територіальних громад і бізнесу є ключовим фактором сучасного соціального та економічного розвитку держави. Напрямки цієї взаємодії можуть бути багатовекторними, розглянемо основні з них.

1. Розвиток інфраструктури та реалізація інвестиційних проектів

Для бізнесу важливо мати у наявності таку інфраструктуру, яка сприятиме розгортанню підприємницької активності. Доступність та якість послуг, транспортна логістика є основою для функціонування будь якого регіону та підприємства.

Розвиток інфраструктури може містити будівництво доріг, електростанцій, водоспоруд та інших об'єктів, які необхідні для підтримки економічного росту. Громади можуть активно сприяти розвитку таких інфраструктурних об'єктів, залучаючи бізнес до участі у фінансуванні та реалізації проектів. Громади можуть сприяти зниженню адміністративних бар'єрів, спрощенню процедур для залучення інвестицій у проекти розвитку інфраструктури.

2. Підтримка малого та середнього бізнесу

Малий та середній бізнес в Україні традиційно є важливим суб'єктом підприємницької діяльності у розвитку економіки, створенні робочих місць і його підтримка в контексті взаємодії територіальних громад і бізнес-середовища є важливою складовою.

Зважаючи на те, що доволі часто малі та середні підприємства мають обмежений запас фінансової стійкості та доступ до фінансових ресурсів, територіальні громади можуть запроваджувати гранти для їхнього розвитку. Перспективним може стати створення програм мікрокредитування та гарантування кредитів для підприємств, що допомагає зменшити ризики для комерційних банків і забезпечити доступність фінансування.

Активним напрямком взаємодії територіальних громад і бізнесу є підвищення кваліфікації та розвитку підприємницьких навичок. Громади можуть сприяти проведенню тренінгів, реалізації навчальних програм для підприємців, що допомагає покращити їхні навички. Також, органи влади можуть сприяти створенню інкубаторів для стартапів та інноваційних компаній, у яких підприємці можуть отримати підтримку та доступ до необхідних ресурсів.

Взаємодія між громадами та бізнесом повинна реалізовуватися на засадах партнерства та взаємовигідної взаємодії. Спільна робота повинна сприяти розвитку підприємницького потенціалу регіону та підвищувати загальний рівень життя населення.

3. Соціальна відповідальність бізнесу

Однією із важливих особливостей взаємодії територіальних громад і бізнесу є соціальна відповідальність останніх.

Ідеї соціальної відповідальності безпосередньо пов'язані з необхідністю забезпечення сталого розвитку, досягнення балансу інтересів між корпоративними, державними і громадськими інтересами. Найбільш простою є соціальна відповідальність, що пов'язана з своєчасною оплатою праці, податків, створення нових робочих місць. Більш високий рівень відповідальності передбачає діяльність, спрямовану на підвищення кваліфікації співробітників, будівництво житла, повноцінний розвиток соціальної сфери [1].

Також соціальна відповідальність може бути розширена і на пожертви на місцеві потреби, спонсорство місцевих заходів, а також дотримання високих стандартів стосовно соціальних та екологічних питань.

Загалом, взаємодія територіальних громад і бізнесу є важливим елементом сталого розвитку сучасного суспільства. Тому співпраця між ними повинна розвивати механізми спільної роботи та досягнення спільних цілей.

Перелік використаних джерел:

1. Баркова, І. Ф., & Кінєва, Т. С. (2016). Соціальна відповідальність бізнесу. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес, (249), 28-37.

Шведа Тарас
студент групи БМ-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

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

Taras Shveda
Student of BM-41 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПОСЛУГ FEATURES OF THE SERVICES MARKETING

Одним із найважливіших напрямків розвитку світової економіки є сфера послуг, частка якої в світовій торгівлі наближається до 25% і продовжує зростати. Сфера послуг в економіці сучасних країн займає велику частку за різними критеріями: за рівнем споживчих витрат на послуги, за часткою зайнятих, за обсягами прямих інвестицій тощо. Саме тому потрібно приділити увагу особливостям маркетингу на ринку послуг.

Послуга – це трудова доцільна діяльність, результати якої мають корисний ефект, що задовольняє яку-небудь потребу людини. Послуга – це економічна продукція (кінцева або проміжна), яка є непомітною. Таким чином, послуги формуються на основі певних видів праці та діяльності, що створюють вартість, і корисні як діяльність певного призначення. Послуги мають усі ознаки товару: створюються працею, виробляються і надходять у користування інших осіб або споживаються останніми в процесі обміну. Проте послуги і мають свої особливі ознаки: невідчутність, невіддільність, непостійність, недовговічність та інші.

Невідчутність означає, що послугу в чистому вигляді до її придбання не можна ні побачити, ні попробувати, ні фізично виміряти. Послугу можна лише описати після її здійснення. Через невідчутність послуг якість деяких із них важко оцінити навіть після їх споживання. У таких випадках перед постачальником послуг постає доволі складне завдання: йому необхідно використати для доказу високого рівня якості своїх послуг які-небудь матеріальні сигнали, наприклад описові буклети, інтерв'ю із враженнями від послуги тощо.

Невіддільність означає, що послуги характеризуються одночасністю їх надання і споживання. Ця особливість послуги є підтвердженням дуже важливої ролі її постачальника в процесі задоволення споживача. Поведінка постачальника сильніше за інші чинники впливає на прихильність клієнтів до всієї компанії. Рівень ввічливості й культури постачальника відіграє важливу роль у сприйнятті споживачем послуги. Тому послуга повинна пропонуватися не лише у потрібному місці і в потрібний час, але і належним чином, що вказує на необхідність забезпечення впровадження високих стандартів якості її надання.

Окрім того, не варто забувати, що послуга може споживатися одночасно багатьма клієнтами. У таких випадках ступінь задоволеності якістю послуги залежить не тільки від того, як і ким вона надана, але і від поведінки інших споживачів. Отже, надавачі послуг

повинні завчасно визначати потенційні джерела проблем та запобігати конфліктам між споживачами.

Непостійність якості послуги означає, що дуже складно здійснювати процедуру їх стандартизації, тому що послуги часто надаються у багатьох місцях людьми, які по-різному ставляться до своїх обов'язків. Оскільки надання й споживання послуги відбувається одночасно, то помилку не можна виявити і виправити перед її споживанням. Той факт, що якість послуг має властивість варіюватись, підкреслює важливість ретельного підбору, підготовки та заохочення персоналу підприємств. Під час підготовки необхідно приділяти багато уваги стандартам ефективності роботи та поведінці персоналу при спілкуванні зі споживачами послуг. Варто розробити системи оцінки, які дозволять клієнтам повідомляти керівництву компанії свої думки і погляди про персонал.

Недовговічність послуги проявляється у тому, що її споживання неможливо відкласти на майбутнє. Тому у сфері послуг дуже важливо забезпечити максимальну точну відповідність попиту і пропозиції. Різкі коливання згладжуються стимулюванням збуту в проблемний період і підвищенням пропозиції в період надмірного попиту. Також коливання згладжуються шляхом диференціації цін, яка стимулює споживання послуг у періоди найменшого попиту. Окрім цього, якщо затримання у наданні тієї чи іншої послуги неминуче, необхідно зробити все, щоб згладити цю незручність через, наприклад, обладнання зручної кімнати очікування чи використання системи резервування/попереднього замовлення послуги.

Отже, послуга створюється при безпосередній взаємодії покупця і працівника. Саме тому постачальник послуг повинен приділити велику увагу ефективній взаємодії зі споживачем, щоб створити найвищу цінність під час надавання послуги. Ефективна взаємодія, в свою чергу, залежить від навичок персоналу, який безпосередньо надає послугу, а також від технології її надання та супутніх процесів, що допомагають. Досягнення високих результатів в роботі починається з турботи про тих, хто турбується про покупців. Все це означає, що маркетинг послуг вимагає більшого, ніж просто традиційний маркетинг, який базується на 4P.

Основний принцип, що діє на всіх стадіях маркетингу послуг, – принцип зворотного зв'язку між надавачем послуг та їх споживачами. Маркетинг дозволяє організувати надання та збут послуг таким чином, щоб забезпечити максимально можливу збалансованість попиту і пропозиції в конкретних умовах. Маркетинг послуг вимагає проведення як внутрішнього, так і двостороннього маркетингу. Внутрішній маркетинг означає, що організація сфери послуг повинна звертати особливу увагу на якість роботи персоналу. Вона повинна ефективно навчати і мотивувати як фахівців, що працюють безпосередньо з клієнтами, так і весь обслуговуючий персонал, до роботи в команді й забезпечення задоволення споживача. Якщо фірма має намір надати послуги найвищої якості, кожен співробітник повинен орієнтуватися на покупців. Тут недостатньо лише мати маркетинговий відділ. Маркетологи повинні заохочувати всіх членів організації до впровадження маркетингу, бо немає сенсу рекламувати досконалу якість послуги доти, доки персонал не зможе її забезпечити.

Двосторонній маркетинг означає, що якість послуги, яка сприймається, значною мірою залежить від якості взаємодії покупця з продавцем у процесі надавання послуги. В маркетингу послуг якість послуги залежить як від постачальника послуг, так і від якості обслуговування. Ефективна взаємодія постачальника і споживача має велике значення для задовільного надавання послуги. Покупець робить висновок про якість послуги не тільки за її характеристиками, але також і на основі ставлення працівника до нього. Кожна взаємодія є свого роду моментом істини для постачальника, під час якого у споживача складається певне враження не тільки про окрему послугу, але і про організацію в цілому. Таким чином, професіонали не повинні вважати, що вони задовольняють клієнта, просто пропонуючи йому послугу. Поряд з цим вони повинні вдосконалювати двосторонні маркетингові навички.

Ефективна взаємодія покупця з продавцем може гарантувати задоволення споживача. Однак для підтримки інтересу споживача протягом тривалого періоду і для контролю

відносин із покупцем постачальники послуг повинні розвивати навички маркетингу взаємовідносин. Сьогодні, коли посилюється конкуренція, підвищуються витрати, а продуктивність та якість погіршуються, виникає необхідність прийняття складніших маркетингових рішень, що включають посилення конкурентної диференціації, якості обслуговування та продуктивності.

Перелік використаних джерел:

1. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. (2018) Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 508 с.

УДК 336.63:339.9

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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk

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

**СТАН ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ
У РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ
STATE OF DOMESTIC ENTERPRISE IN THE INTERNATIONAL ARENA IN
TODAY'S REALITIES**

В умовах глобалізаційних перемін, інтернаціоналізації та посиленої конкуренції на міжнародному ринку сучасні суб'єкти бізнес-середовища виступають міцною основою поступу кожної країни в економічному спрямуванні та визначають зовнішньоекономічну діяльність держави, кон'юнктуру ринку й науково-технічний прогрес загалом.

Україна є державою із величезним ресурсним, інтелектуальним та науково-технічним потенціалом та країною із хорошими можливостями для успішного ведення міжнародного підприємництва. Однак, сьогоденна розгорнута повномасштабна війна в Україні, яка почалась у лютому 2022 року, назавжди внесла свої корективи у структуру ринку (скорочення обсягів виробництва, порушення логістичних процесів, руйнування соціальної інфраструктури і т.п.) та змусила бізнес швидко адаптуватися до нових умов – кризових. Відтак, не всі суб'єкти зуміли це зробити – хтось припинив свою діяльність, хтось змінив вид робіт чи місце знаходження бізнесу обравши безпечні регіони держави, а хтось ризикуючи усім відкриває нові напрями підприємницької діяльності.

Війна серйозно вплинула не лише на український народ, який зараз невимовно зазнає непоправних втрат, війна – це глобальна катастрофа всієї політики безпеки, котра спричинила низку проблем (розвиток світової продовольчої кризи, зростання ціни на енергоносії та ґрунтовні зміни європейської енергетичної системи, ускладнене транспортування товарів між країнами й відповідно відсутність експортного прибутку для компаній, високий рівень безробіття у світі, криза біженців у Європі, зростання бідності,

зниження глобальної активності міжнародного бізнесу, скорочення потоку венчурного капіталу через міжнародні кордони) нагнітаючи тривимірну світову кризу – продовольчу, енергетичну та фінансову.

Сьогодні, за останніми даними український бізнес обвалився на 50%, а сама країна немає належних економічних можливостей у порівнянні із розвиненими державами світу запроваджувати потужні програми допомоги, тому розуміємо, що міжнародна діяльність виступає чи не єдиним ефективним способом виходу із кризи та можливістю підтримати вітчизняну економіку задля її відновлення.

Зазначимо, що борючись сьогодні із неплатоспроможністю клієнтів, нестабільною ситуацією на мікро- і макrorівнях, відсутністю належного фінансування на державному рівні, вже зараз необхідно досліджувати ключові важелі та реалізовувати головні напрями економічного поступу міжнародної діяльності у післявоєнний період в Україні з метою формування соціально відповідального бізнесу згодом [1]:

- 1) підвищення офіційного курсу НБУ до комерційного рівня;
- 2) стимулювання розвитку експорту шляхом виділення безвідсоткових кредитів для компаній;
- 3) заохочення потоку іноземного капіталу в український бізнес;
- 4) розвиток інновацій у сфері охоронної безпеки та кібербезпеки;
- 5) створення платформи післявоєнної трансформації українського бізнесу на міжнародному ринку;
- б) розвиток співпраці з міжнародними підприємствами.

Отже, для ефективної інтеграції українських суб'єктів підприємництва у європейську та світову спільноти та з метою майбутньої перемоги й розбудови економіки України, виходу її на вищий щабель поступу та посилення економічної стійкості, слід першочергово акумулювати усі державні зусилля на підтримку й активізацію українського бізнесу у міжнародному бізнес-середовищі змінюючи політику ціноутворення, умови кредитування суб'єктів бізнесу, матеріально-технічне забезпечення, умови міжнародної діяльності, а також прискорено впроваджуючи директиви Європейського Союзу у національне законодавство.

Перелік використаних джерел

1. Шацька З.Я., Лесюта Н.Ю. Особливості зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. № 10 (66). С. 76-83.

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

УДК 338

Бейхор Василь
студент групи ППм-61
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

Vasyl Beyhor
Student of PPM-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

**ВАЖЛИВІСТЬ УТРИМАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ КРЕДИТНИХ
УСТАНОВ**
**THE IMPORTANCE OF MAINTAINING THE ECONOMIC STABILITY OF
CREDIT INSTITUTIONS**

Економічна стійкість визначається як ключовий чинник успіху кредитної установи, який впливає на його здатність виживати в конкурентному середовищі та досягати стратегічних цілей. Розглянемо аспекти важливості даного параметра та шляхи його реалізації в діяльності кредитних установ.

Сучасне бізнес-середовище вимагає від підприємств не лише отримання прибутку, а й здатності функціонувати навіть у кризових періодах. Економічна стійкість є важливою складовою конкурентоспроможності та здатності підприємства до реагування на виклики економічного середовища.

Високий рівень економічної стійкості дозволяє підприємству оптимально реагувати на зміни ринку, створює умови для розвитку та розширення підприємства. Забезпечення можливості інвестувати в нові проекти, технології та розвиток ринків є необхідним для збільшення прибутку та конкурентоспроможності.

Економічна стійкість тісно переплетена із поняттям фінансової стійкості.

Поняття фінансової стійкості є значно ширшим за традиційні фінансові категорії, такі, як «кредитоспроможність», «рентабельність», «платоспроможність» та ін., адже поєднує у собі всебічну оцінку фінансових результатів підприємства. Таким чином, фінансова стійкість кредитної установи являє собою такий стан її фінансових ресурсів, при якому підприємство здатне своєчасно та в повному обсязі виконати взяті на себе зобов'язання перед усіма суб'єктами за рахунок власних та залучених коштів [1].

У цілому, економічна стійкість кредитної установи визначає її конкурентні позиції на фінансовому ринку, створює необхідні умови для інвестиційної діяльності та розвитку бізнесу на основі інновацій. При цьому, варто враховувати дію внутрішніх та зовнішніх

чинників, які здійснюють безпосередній та непрямий вплив на економічну стійкість підприємства. Зовнішні чинники, які необхідно враховувати для забезпечення стабільного фінансового стану підприємства включають макроекономічні, галузеві, правові та інші групи чинників, на які підприємство не має можливості впливати [2].

Економічна стійкість допомагає підприємству планувати довгострокові перспективи що важливо для залучення інвесторів та визнання підприємства як надійного партнера.

Можна виокремити наступні шляхи утримання економічної стійкості кредитної установи:

1. Ефективне управління ресурсами

Підприємство повинно ретельно керувати своїми ресурсами, включаючи оптимізацію витрат, контроль за поточними активами та пасивами.

2. Диверсифікація ризиків

Економічна стійкість досягається шляхом розподілу ризиків. Підприємство повинно розглядати різні джерела прибутку та джерела фінансування, щоб зменшити залежність від одного джерела.

3. Економічна дисципліна та контроль

Впровадження строгого контролю та аудиту дозволяє вчасно виявляти можливі проблеми та ризики.

4. Економічне планування та стратегічне управління.

Економічне планування, включаючи бюджетування та прогнозування, допомагає підприємству планувати витрати та доходи на майбутнє. Стратегічне управління фінансами дозволяє враховувати довгострокові цілі та ініціативи.

Отже, економічна стійкість є важливою передумовою для успіху та сталого розвитку кредитної установи в умовах жорсткого конкурентного середовища та економічної нестабільності. Забезпечення економічної стійкості вимагає ефективного управління ресурсами, диверсифікації ризиків, строгого контролю та планування. Реалізація цих заходів допомагає підприємству забезпечити розвиток та конкурентоспроможність на фінансовому ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Ковальчук Н. О., Руснак Т.В. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. В. 11. с. 368-371.
2. Левкович О. В., Калашнікова Ю. М. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства. Ефективна економіка. 2021. № 4.

Бучко Тарас
студент групи ПФМ-61
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

Taras Buchcko
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Sergiy Radynskiy
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА **STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE FINANCES**

В умовах посилення впливу фінансової та політичної кризи національної економіки найважливішими чинниками успішного розвитку вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі є наявність фундаментальної мети розвитку і побудова ефективної системи управління їх фінансами, орієнтованої на досягнення цієї мети. Досвід розвинених країн, розвиток управлінських технологій, упровадження вартісного підходу до управління бізнесом на українських підприємствах переконливо довели, що пріоритетною метою розвитку підприємства є максимізація його вартості. Управління фінансовими ресурсами в ринкових умовах спрямоване на підвищення ринкової вартості й інвестиційної привабливості підприємства. Ефективне фінансове управління вимагає безперервності, послідовності і комплексності використання методів і важелів, завдяки яким фінансовий механізм підприємства найкраще пристосовується до змін в умовах утвердження ринкової економіки.

Для формування механізму якісного та ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства, необхідно дотримуватися принципів системності та комплексності, що стає особливо актуальним є у зв'язку із економічною та політичною нестабільністю у світі, глобалізацією бізнесу, збільшенням підприємницьких ризиків та жорсткістю конкуренції. Рівень фінансового потенціалу й умови фінансових ринків розширюють або обмежують можливості формування підприємствами достатнього обсягу фінансових ресурсів. Все це зумовлює необхідність розробки ефективної політики управління фінансовими ресурсами як одного з найважливіших елементів в загальній стратегії діяльності та розвитку підприємств.

Стратегічними завданнями розробки та реалізації ефективної системи управління фінансами підприємства є досягнення стратегічних та тактичних цілей його діяльності на основі використання ринкових механізмів залучення фінансових ресурсів, оптимізації структури капіталу та забезпечення фінансової стійкості, максимізації прибутку та підвищення ринкової вартості підприємства. При цьому визначального значення набуває забезпечення прозорості інформації стосовно фінансово-економічного стану підприємства як для власників, так і для потенційних інвесторів [1].

Фінансова стратегія представляє собою визначення довгострокової мети фінансової діяльності підприємства, вибір найбільш ефективних способів і шляхів їх досягнення. Завданнями фінансової стратегії є: визначення способів проведення успішної фінансової

стратегії та використання фінансових можливостей; визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами; фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу; вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості; розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств [2].

Розробка фінансової стратегії – це галузь фінансового планування. Як складова частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має узгоджуватися з цілями та напрямками останньої. У свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства. Зміна ситуації на макрорівні та на фінансовому ринку спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства.

Ефективне стратегічне управління розвитком фінансових ресурсів повинно включати наступні основні етапи: визначення стратегічних цілей управління фінансовими ресурсами підприємства, які не повинні конфронтувати із загальними цілями його функціонування і розвитку та іншими функціональними (підтримуючими і забезпечуючими) цілями; формування фінансових стратегій у відповідності до стратегічного набору альтернатив поведінки суб'єкта господарювання, впровадження якого дозволить реалізувати обрані цілі; постановку задач; вибір методів їх реалізації; розробку критеріальних показників оцінки досягнення цілей; трансформацію організаційної структури підприємства згідно з обраними стратегіями, що забезпечує його перетворення в здатну до саморозвитку структуру; впровадження обраних стратегічних альтернатив; мотивація персоналу і партнерів до досягнення стратегічних цілей; моніторинг реалізації стратегій за обраними критеріальними показниками та прийняття управлінських рішень щодо їх продовження, реабілітації або зміни.

Структурно фінансова стратегія підприємства складається із [3]: 1) стратегії управління активами; 2) стратегії управління капіталом; 3) інвестиційної стратегії; 4) стратегії управління грошовими потоками; стратегії управління фінансовими ризиками; 5) стратегії антикризового управління; 6) стратегії узгодження фінансових цілей та якості управління фінансовою діяльністю підприємства.

Побудова ефективної фінансової стратегії дає менеджерам вищої ланки підприємства змогу вчасно вирішувати такі важливі завдання, як: 1) ефективне формування, розподіл та використання фінансових ресурсів підприємства; 2) оцінка фінансового стану підприємства за допомогою фінансового аналізу таких важливих показників, як фінансова стійкість, рентабельність, визначення напрямів їх удосконалення шляхом оптимізації капіталу підприємства та розподілу його прибутку; 3) визначення об'єктів для проведення інвестиційної діяльності підприємства, шляхом аналізу фінансового ринку; 4) проведення моніторингу внутрішнього та зовнішнього фінансового середовища для виявлення фінансових загроз підприємству та вчасне їх усунення; 5) побудова фінансових планів на коротко-, середньо- та довгострокову перспективи з урахуванням головної мети створення підприємства; 6) створення резервних фінансових фондів підприємства на випадок негативних змін внутрішнього та зовнішнього фінансового середовища.

Перелік використаних джерел:

1. Бердар М. Стратегічне управління розвитком фінансових ресурсів промислових підприємств в сучасних умовах. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. Вип. 139. С. 18-21.
2. Паршина О.А. Стратегічне управління фінансовими ресурсами підприємства. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24824/st_51_28.pdf?sequence=1 (дата звернення до ресурсу 25.10.2023 року)
3. Рудика В.І., Маковецька Н.А. Теоретичні аспекти стратегії розвитку фінансів підприємства. Економіка та суспільство. 2017. Вип.10. С. 343-346.

Данилків Тетяна
студентка групи ПФМ-61
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

Tetiana Danylkiw
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ MECHANISM FOR FORMATION OF TERRITORIAL COMMUNITY FINANCIAL RESOURCES

Здатність територіальних громад формувати фінансові ресурси є важливою для реалізації соціально-економічних ініціатив, забезпечення якісного надання послуг та розвитку територій.

Суть фінансової децентралізації територіальних громад полягає в тому, що на рівні адміністративно-територіальних одиниць державою надані додаткові повноваження, які мають бути забезпечені доходами місцевих бюджетів та підтримкою держави. У цьому, зв'язку метою соціально-економічного розвитку територіальних громад має стати створення сприятливих умов розвитку підприємництва, формування збалансованого ринку праці, соціального захисту населення та підвищення продуктивності праці населення [1].

Децентралізація влади та передача більшої автономії територіальним громадам стали актуальними напрямками в сучасному розвитку багатьох країн. Однак з цими повноваженнями приходиться відповідальність за формування фінансових ресурсів для забезпечення функціонування громад та реалізації їхніх соціально-економічних програм. Механізм формування фінансових ресурсів територіальної громади стає ключовим для забезпечення її сталого розвитку та здатності надавати якісні комунальні послуги.

Формування фінансових ресурсів територіальних громад починається зі збору місцевих податків та інших обов'язкових платежів. До них відносяться податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, податок на землю, податок на транспортні засоби та інші місцеві податки. Важливо враховувати специфіку та потреби кожної громади при встановленні таких податків.

У децентралізованій системі може бути встановлено механізми перерозподілу фінансових ресурсів між громадами. Це дозволяє вирівнювати можливості різних територій та забезпечувати більшу рівність у доступі до ресурсів.

Формування фінансових ресурсів громади вимагає ретельного бюджетування та планування. Громада повинна визначити свої пріоритети та витрати, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів.

Для забезпечення ефективного управління фінансами та запобігання корупції важливим є належний фінансовий контроль та аудит. Громади повинні розробити системи обліку та контролю, які дозволять виявляти та усувати фінансові недоліки.

Важливою частиною загального механізму формування фінансових ресурсів громади є залучення інвестицій. Громади можуть залучати інвестиції як з місцевих, так і з зовнішніх джерел. Це допомагає реалізувати інфраструктурні проекти та сприяє розвитку бізнес-середовища.

Однією з ефективних стратегій для формування фінансових ресурсів є між громадське партнерство. Громади можуть спільно розвивати та впроваджувати проекти, що дозволяє раціонально використовувати ресурси та розподіляти витрати.

Механізм формування фінансових ресурсів територіальних громад в контексті децентралізації влади вимагає комплексного та ретельно обґрунтованого підходу. Важливими аспектами є належна податкова система, фінансовий облік, контроль, інвестиції та співпраця. Здатність громади ефективно формувати фінансові ресурси є важливим чинником для забезпечення її розвитку.

Перелік використаних джерел:

1. Польова, О. (2022) «Децентралізація у забезпеченні стійкого економічного та соціального розвитку територіальних громад», *Економіка та суспільство*, (37).

УДК 336.7

Долик Ірина
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

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

Iryna Dolyk
Student of PFM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Vitalii Pysmennyi
Doctor of Sciences (Economics), Docent
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, THREAT FOR THE ECONOMY

Фінансовий ринок – це складна відкрита економічна система, яка являє собою сукупність економічних відносин й інститутів, пов'язаних з перерозподілом капіталу. Він є важливим елементом фінансової системи, від ефективності розвитку якого залежить економічна стабільність країни. Сучасний фінансовий ринок України, в порівнянні з розвиненими країнами, є молодим та проходить багато трансформаційних процесів для свого розвитку [1].

На початковому етапі формування фінансового ринку України виникли значні труднощі. Так, азійська фінансова криза, яка мала місце наприкінці 90-х років, зросла до

загальносвітового масштабу. Попри те, що вітчизняній економіці у той час вдалося уникнути дефолту, її наслідки були катастрофічними [2]. Курс гривні впав майже вдвічі з 1,86 грн за долар у 1997 році до 2,45 грн у 1998 році, індекс інфляції зріс до 20 %, порівняно з 10,1 % у попередньому році. Ще одним негативним наслідком було закриття багатьох підприємств і втрата робочих місць. У результаті цього у 1998 році кількість зареєстрованих безробітних перевищила 1 млн осіб, і в наступному році ця цифра збільшилася на понад 53 %.

Економічна криза, яка почалася в 2008 році в США і розповсюдилася на глобальному рівні, значно вплинула на фінансовий ринок України. Попри те, що середньорічна зарплата в Україні зросла до 1,8 тис. грн, порівняно з 2007 роком, ціни на товари і послуги також стрімко зросли – індекс інфляції в 2008 році склав 22,3 %. При цьому відбулося зростання валютного курсу: у 2007 році середній курс становив 5,05 грн за долар, у 2008 році зріс до 5,27 грн, а вже у 2009 році досяг 7,79 грн. Також варто відзначити, що кількість безробітних у 2008 році збільшилася на 31,5 %.

Тоді промислове виробництво скорочувалося два роки поспіль: у 2009 році на 5 %, порівняно з 2008 роком, і ще на 20,6 % у 2010 році, порівняно з 2009 роком. Зовнішня торгівля товарами серйозно зменшилася (у 2008 році експорт знизився на 19,1 %, а імпорт – на 46,5 %, порівняно з 2008 роком). Ці втрати виявились одними з найбільших серед країн Центральної та Східної Європи. Загалом же глобальна економічна криза поставила перед Україною багато фінансових та економічних викликів, і її наслідки для фінансового ринку відчувалися протягом кількох років після завершення кризи [3]. У період з 2014 по 2016 роки Україна стикалася із, так би мовити, «потрійною» кризою. Негативні явища в реальному секторі економіки посилювалися через банківську та валютну кризи. Накопичені макроекономічні дисбаланси з попередніх років, політична нестабільність, яка розпочалася у початку 2014 року, а також анексія Криму та війна на сході країни спричинили серйозні наслідки для фінансового ринку. У 2014 році сталася гостра девальвація національної валюти та швидка інфляція, які стали результатом значущих змін на валютному ринку України [4]. Наслідками цього стало зменшення числа іноземних компаній на території України, від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу, збільшення обсягу заборгованості країни як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, скорочення золотовалютного резерву України.

Після 2014 року курс валют почав зростати непередбачуваними темпами. У 2014 році гривня ослабла до 11,89 грн за долар, а в 2015 році – до 21,84 грн. Падіння реального ВВП на 6,6 % у 2014 році та 9,8 % у 2015 році супроводжувалося і підсилювалося кількома хвилями девальвації гривні та банківською кризою. Ця криза призвела до масового виведення грошових вкладів із банківської системи та банкрутства банків. Середньорічний курс долара продовжував зростати до: 2016 рік – 25,55 грн, 2017 рік – 26,6 грн, 2018 рік – 27,2 грн. У 2019 році національна валюта зміцнилася до 25,85 грн за долар. При цьому середньорічний курс в 2020 році становив 26,96 грн за долар.

Після півтора року ведення повномасштабної російсько-української війни економічна активність почала повільно відновлюватися завдяки розв'язанню проблем у ланцюгах постачання, релокації підприємств, звільненню окупованих територій і поверненню частини переміщених осіб. Зменшення безпекових ризиків, яке передбачається в наступному році, сприятиме прискоренню економічного зростання до 4,3 % у 2024 році та до 6,4 % у 2025 році. До того ж деокупація територій і повне відновлення роботи чорноморських портів допоможуть збільшити обсяги промислового виробництва та збору врожаю, а повернення вимушених мігрантів сприятиме розширенню внутрішнього попиту. Це позитивно вплине на стан фінансового ринку.

Розглядаючи питання розвитку фінансового ринку України, можна визначити декілька складових, які характеризуватимуть його виклики, загрози та можливості (табл. 1).

Основні складові сучасного розвитку фінансового ринку України

Можливості	Виклики	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> Підняття стандартів фінансового ринку, щоб вони відповідали європейським нормам. Розвиток фондового ринку та інших інвестиційних інструментів з метою диверсифікації портфелів і залучення іноземних інвесторів. Збільшення обсягів інвестицій в українську економіку через ринок цінних паперів. Розширення можливостей фінансування для стартапів та інноваційних проєктів. Розвиток і модернізація фінансових послуг, включаючи інтернет-банкінг, мобільні платежі та інші інновації. 	<ul style="list-style-type: none"> Політична нестабільність в Україні впливає на довіру інвесторів та споживачів, що може призвести до коливань на фінансовому ринку. Падіння економічної активності має тривалий негативний вплив на доходи бізнесу та населення, а також призвело до зменшення попиту на послуги фінансового сектору. Руйнування енергетичної й іншої цивільної інфраструктури та повільне економічне відновлення підвищують кредитний ризик. Має місце нерозвинена інфраструктура та законодавча база для розвитку фінансових компаній. 	<ul style="list-style-type: none"> Економічні кризи та зміни в світовому фінансовому ринку можуть мати негативний вплив на фінансовий ринок України. Зміни в фінансовому законодавстві та регуляторних вимогах можуть вплинути на фінансовий ринок і бізнес-середовище. Інфраструктура ринків капіталу та організованих товарних ринків залишається неефективною та недостатньо розвиненою. Існують ризики зміни валютних курсів, які мають вплив на банківську систему й експортно-імпортні операції.

Примітка: побудовано автором на основі [5]

Таким чином, подальший розвиток фінансового ринку України буде проходити через низку викликів, таких, як політична нестабільність, економічний занепад, труднощі з впровадженням реформ, вплив геополітичних чинників і зміни на світовому фінансовому ринку [5]. Україна має великий потенціал для розвитку свого фінансового ринку, але для досягнення успіху важливо ефективно вирішувати ці виклики. Спільні зусилля уряду, регуляторів і бізнесу можуть допомогти створити стабільне та привабливе фінансове середовище в Україні.

Перелік використаних джерел:

- Школьник І.О., Кремень В.М. Періодизація розвитку фінансового сектору та фінансового нагляду в Україні. 2020. Вип. 3. С. 95–10.
- Герасименко П. Українська економіка: від кризи до кризи. URL: https://zaxid.net/ekonomika_ukrayini_v_ochikuvanni_diva_n1526756.
- Бураковський І. Якою була реакція України на світову фінансову кризу 2007–2009 років. URL: <https://espreso.tv/yakoyu-bula-reaktsiya-ukraini-na-svitovu-finansovu-krizu-2007-2009-rokiv>.
- Батракова Т.І. Причини виникнення девальвації гривні та шляхи її подолання. 2019. Вип. 1. С. 16–19.
- Науменкова С.В., Міщенко С.В. Особливості формування сучасної моделі фінансової системи. Вісник НБУ. 2020. Вип. 11. С. 27–31.

Овчаренко Анастасія

студентка

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

Артюх Оксана

професор кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

Anastasiia Ovcharenko

Student of the educational institution

Odesa National University of Economics

Odesa, Ukraine

Oksana Artyukh

Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit

Odesa National University of Economics

Odesa, Ukraine

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL CONTROL

Розвиток фінансового контролю – це складний історичний процес, який відображає важливі зміни в суспільстві, економіці та політиці. Фінансовий контроль відіграє ключову роль у забезпеченні стабільності економіки, дотриманні фінансової дисципліни та запобіганні фінансовим кризам. У цьому тексті ми розглянемо основні етапи історії розвитку фінансового контролю на протязі різних епох.

В історії безгрошового суспільства обмін товарів відбувався шляхом системи «товарна-товар». Однак, цей метод був неефективним та невідзначеним фінансовим контролем.

Поява грошей в різних формах, таких як монети та банкноти, сприяла розвитку торгівлі та створенню систем обліку фінансів. Перші монети з'явилися близько 7 століття до н.е. у Лідії (територія нинішньої Туреччини). Ця поява грошей спонукала до необхідності встановлення контролю за їх виробництвом, обігом та використанням.

У середньовіччі розвивалася банківська система, що сприяла збільшенню фінансових операцій. Банки почали здійснювати облік грошових коштів клієнтів, що вимагало впровадження контрольних механізмів.

З розвитком географічних відкриттів і збільшенням морської торгівлі з'явилися нові потреби в фінансовому контролі. Комерційні компанії та держави розробляли системи контролю за фінансами, що дозволяло забезпечити фінансування подорожей та торгових експедицій.

Індустріальна революція призвела до ширшого застосування грошей та збільшення кількості фінансових операцій. Розширення банківської системи вимагало вдосконалення методів фінансового контролю.

У сучасних державах виникла потреба в державному фінансовому контролі. Публічні фінанси, бюджетування та оподаткування стали основними сферами контролю з боку держави.

У XX столітті з розвитком комп'ютерної техніки та програмного забезпечення з'явилися нові методи фінансового обліку та контролю, що спростили процеси фінансового управління як на рівні держави, так і у приватному секторі.

Сьогодні фінансовий контроль включає в себе широкий спектр інструментів, таких як бюджетування, аудит, податковий контроль, внутрішній аудит, аналіз фінансової звітності, а також використання спеціалізованого програмного забезпечення для автоматизації фінансових процесів та забезпечення точності та надійності обліку фінансових операцій.

У середньовіччі, яка тривала приблизно з 5-го до 15-го століття, фінансовий контроль розвивався відповідно до соціальних, економічних та культурних контекстів того часу. Хоча

поняття сучасного фінансового контролю було відсутнє, існували різні механізми та системи для управління грошима, обміном товарами та іншими фінансовими аспектами життя середньовічного суспільства.

У багатьох країнах середньовіччя феодална система була основним устроєм, де земельні власники, відомі як феодали, надавали землі селянам у обмін на їхню працю або військовий обов'язок. Ця система вимагала контролю за обігом продуктів, а також наданням та отриманням податків у природній або грошовій формі.

У міських областях торгівля стала важливою частиною економіки. Розширення міських ринків призводило до виникнення систем обліку товарів та грошей, які забезпечували контроль за обігом товарів і послуг.

Із поширенням торгівлі та зростанням бізнесу виникла потреба в банківських послугах. Перші банки та грошові установи з'явилися в середині середньовіччя, що сприяло розвитку банківських операцій та методів контролю за грошовими потоками.

У середньовічних містах і ремісничих гільдіях були різні стандарти якості та ціни для товарів та послуг. Це допомагало у забезпеченні якості продукції та контролювало ціни на ринках.

Держави середньовіччя, такі як Франція та Англія, спробували установити державний контроль за торгівлею та податками. Це включало в себе введення податків, регулювання виробництва та контроль за торговими маршрутами.

Середньовічні країни, такі як Італія та Ганзейський союз, здійснювали обмін з іншими країнами через морські та сухопутні торговельні шляхи. Це призводило до необхідності контролю за товарами та грошима, які обмінювалися між країнами.

Усі ці аспекти допомагали сформувати основи для подальшого розвитку фінансового контролю в більш сучасні часи. Важливо враховувати, що концепції фінансового контролю у середньовіччі відрізнялися від того, як ми їх розуміємо сьогодні, але вони вже створювали фундамент для подальшого розвитку фінансового управління та контролю.

У період індустріалізації, який припадає на 18-19 століття, відбулися значущі зміни в економіці та виробництві, що призвели до виникнення нових потреб у фінансовому контролі. Індустріалізація відзначалася переходом від ручної роботи до масового виробництва за допомогою машин, що призвело до зростання обсягів виробництва, збільшення чисельності працівників і появи нових видів промисловості. Ось які аспекти фінансового контролю стали актуальними в цей період:

Із розвитком індустріалізації зростає потреба у великих сумах капіталу для будівництва фабрик, закупівлі обладнання та оплати працівників. Це призвело до створення банківської системи, яка забезпечувала кредити та управління фінансовими ресурсами.

Зі зростанням обсягів виробництва і торгівлі зростає складність обліку фінансів компаній. Важливо було відстежувати витрати на сировину, оплату праці, виробничі витрати і прибутки. Виникла потреба в розвитку бухгалтерських методів та стандартів обліку.

Для забезпечення бюджету держави додатковими коштами уряди впроваджували нові податки та мита. Контроль за сплатою податків та ведення обліку податкових зобов'язань стали важливою частиною фінансового контролю.

Уряди стали активно втручатися в господарську діяльність, встановлюючи правила та стандарти для підприємств. Вони здійснювали фінансовий нагляд за фінансовою звітністю компаній та контролювали їхню діяльність для запобігання шахрайствам та неправомірним діям.

Індустріалізація призвела до зростання кількості підприємств, які потребують залучення капіталу. Це призвело до розвитку фондових ринків, де компанії могли залучати кошти через емісію акцій та облігацій. Фінансовий контроль на цих ринках включав у себе регулювання, нагляд та контроль за діяльністю бірж та учасників ринку.

Із розвитком промисловості зростає потреба у захисті від ризиків, пов'язаних з виробництвом і торгівлею. Тому страхові компанії стали надавати різноманітні страхові

послуги, що вимагали відповідного фінансового контролю для управління ризиками та виплатами страхових відшкодувань.

У цей період фінансовий контроль став важливою складовою економічної системи і визначав ефективність та стабільність багатьох підприємств і країн, які переживали перехід до індустріальної економіки.

У 20-ому столітті фінансовий контроль став значущою частиною економічних систем у більшості країн світу. Цей період відзначався великими змінами у світовій економіці, політиці і технологіях, які спричинили потребу в більш складних і ефективних методах фінансового управління та контролю. Ось деякі ключові аспекти фінансового контролю у 20-ому столітті:

Після Першої та Другої світових війн зросла потреба в міжнародних стандартах фінансового обліку і звітності. У 1944 році була створена Міжнародна валютно-фінансова конференція в Бреттон-Вудсі, на якій було засновано Міжнародний валютний фонд (МВФ) і Міжнародний банк реконструкції та розвитку (Світовий банк). Ці організації сприяли встановленню стандартів обміну валют та фінансовій допомозі країнам, що потребують розвитку. Регулювання фінансових ринків: у більшості країн виникла потреба в удосконаленні системи регулювання та нагляду за фінансовими ринками. Утворення центральних банків, які відповідають за грошову політику та стабільність валюти, стало нормою. Ринки цінних паперів стали об'єктом вивчення та регулювання з метою запобігання фінансовим кризам.

Зростання складності бізнес-операцій призвело до важливості фінансового аналізу та обліку. Компанії стали використовувати різні методи фінансового аналізу, такі як аналіз балансу, звіт про прибутки і звіт про грошові потоки, для вивчення їхньої фінансової стабільності та прийняття стратегічних рішень.

Зростання населення та подовження тривалості життя призвели до необхідності створення страхових та пенсійних систем. Уряди та приватні компанії розвивали страхові продукти для захисту від ризиків та забезпечення пенсійної безпеки громадян.

Упровадження комп'ютерів та інших технологій автоматизації значно полегшило облік, аналіз та звітність в фінансовій сфері. Електронні системи оплати, онлайн-банкінг та розробка програмного забезпечення для фінансового управління стали невід'ємною частиною фінансового контролю.

Розширення міжнародних фінансових відносин призвело до поширення фінансової злочинності та відмивання грошей. Уряди розвивали законодавство і системи нагляду для запобігання цього виду злочинності та забезпечення фінансової безпеки.

У 20-ому столітті фінансовий контроль став необхідною складовою для забезпечення стабільності та розвитку економік, забезпечуючи ефективне управління фінансовими ресурсами та мінімізацію ризиків для компаній та країн.

Сучасні тенденції у фінансовому контролі відображають впровадження новітніх технологій, зміни у законодавстві, підвищення вимог до прозорості та відповідальності, а також розвиток методів аналізу та передбачення для оптимізації управлінських рішень. Ось деякі ключові тенденції в сучасному фінансовому контролі:

1. Діджиталізація та Автоматизація:

Штучний інтелект та машинне навчання: Використання алгоритмів штучного інтелекту для прогнозування фінансових тенденцій та виявлення аномалій.

Роботизація процесів: Використання роботів для автоматизації рутинних фінансових завдань, що дозволяє відділам фінансів зосередитися на більш стратегічних аспектах.

2. Зростання Прозорості та Відповідальності:

Цифрові звіти та аналіз: Використання програмних засобів для генерації детальних цифрових звітів та аналізу фінансової звітності в реальному часі.

Етичний фінансовий контроль: Зростаюча увага до етичних аспектів управління фінансами, включаючи відповідальне інвестування та сталість.

3. Розширення Обсягу та Глибини Аналізу:

Предиктивний аналіз: Використання даних для прогнозування майбутніх фінансових тенденцій та ризиків.

Біг дата: Аналіз великих обсягів даних для виявлення шаблонів та трендів у фінансовій діяльності.

4. Кібербезпека та Захист Даних:

Кібербезпека: Постійний розвиток заходів забезпечення кібербезпеки для захисту фінансових даних від кібератак та загроз.

Захист персональних даних: Строгі вимоги до обробки та зберігання персональних фінансових даних відповідно до законодавства про захист даних.

5. Фінансовий Аналіз для Підтримки Рішень:

Стратегічний фінансовий аналіз: Використання фінансового аналізу для розробки стратегій та оптимізації бізнес-процесів.

Сценарний аналіз: Вивчення різних сценаріїв для прийняття оптимальних управлінських рішень.

6. Відновлення та Кризисний Фінансовий Контроль:

Фінансове відновлення: Розвиток стратегій відновлення фінансового здоров'я після кризи чи фінансової нестабільності.

Стрес-тестування: Використання моделей стрес-тестування для оцінки стійкості бізнесу до економічних стрес-ситуацій.

Ці тенденції відображають сучасні вимоги до ефективного та високоякісного фінансового управління. Організації, які успішно інтегрують ці інноваційні підходи до своєї фінансової стратегії, можуть забезпечити стійкий та конкурентоздатний розвиток у сучасному швидкозмінному світі.

Перелік використаних джерел:

1. Бреттон-Вудська фінансова конференція (1944). URL: <https://www.wikidata.uk-ua.nina.az/%D0%91%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%82%D0%BE%D0%BD-%D0%92%D1%83%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F.html>
2. Цифровізація банківської сфери: виклики та переваги. URL: <https://denzadnem.com.ua/aktualno/150685>
3. Гончарук С.М., Долбнева Д.В., Приймак С.В., Романів Є.М. Фінансовий контроль: теорія, термінологія, практика : [навчальний посібник]. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 298 с. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/FINANSOVYY-KONTROL-navchalnyy-posibnyk.pdf>

Околіта Світлана-Марія
студентка групи ППМ-51
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

Svitlana-Mariya Okolita
Student of PPM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Kramar
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТАНОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ POSITION OF UKRAINIAN AGRICULTURAL ENTERPRISES UNDER THE WAR CONDITIONS: FINANCIAL AND INVESTMENT ASPECTS

Спектр діяльності підприємств аграрного сектору охоплює виробництво сільськогосподарської сировини та продовольства (рослинництво і тваринництво), їх заготівлю, зберігання, переробку та реалізацію [1]. Земля і праця – це ті фактори виробництва, які завжди були традиційними для України і стали підґрунтям її історико-економічного державотворення, становлення та розвитку. Аграрний сектор забезпечує необхідною сировиною харчову промисловість, без якої неможливе існування усього живого, а, отже, цивілізації в цілому. Завдяки розвинутій аграрній сфері, потужності виробництва якої дозволяють експортувати відповідну продукцію, Україна запобігає голоду в країнах Північної Африки та Близького Сходу, де зернові культури займають місце основного ресурсу для виготовлення продуктів харчування.

Попри повномасштабну війну, яку розпочала російська федерація проти України, наша держава робить усе для того, аби населення інших країн світу не зазнало голоду. Так, за даними Державної служби статистики України [2] у 2021 році спостерігалось рекордно високе значення частки сільського, лісового та рибного господарства у ВВП країни – 10,6% (для порівняння у 2020 році частка становила – 9,3%, а у 2019 – всього 3,0%), що відбулося, зокрема, за рахунок приросту виробництва сільськогосподарської продукції господарствами усіх категорій на 16,4% відносно попереднього року.

За довоєнними прогнозами на 2022-2023 роки, зважаючи на статистику минулих років та за інших рівних умов, доходи сільськогосподарських підприємств потенційно мали тенденцію до зростання, про що свідчить високий коефіцієнт апроксимації ($R^2 = 0,922$). Натомість, на думку заступника директора Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», потенційна пряма шкода, завдана сільськогосподарській інфраструктурі та її активам від початку повномасштабного вторгнення, вже перевищує 6 млрд дол США, а додаткові економічні втрати від війни в аграрному секторі у 2022 році в сумі складають близько 22 млрд дол США. Самі ж доходи сільського господарства та суміжних секторів можуть скоротитися на 35-40% [3].

Варто зазначити, що аграрний сектор є залежним від різноманітних політичних, економічних та інших чинників глобального характеру. Зокрема, 2019-2020 роки характеризуються погіршенням рентабельності діяльності аграрних підприємств та суттєвим

скороченням індексу капітальних інвестицій. Такі тенденції, з-поміж іншого, зумовлені наслідками пандемії COVID-19, і лише у 2021 році відбувся певний «перелом» у напрямку позитивних змін, проте і він тривав недовго.

Рекордні значення доходу від реалізації та чистого прибутку у 2021 році обумовлені, зокрема, високим рівнем індексу сільськогосподарської продукції, зібраної аграрними підприємствами, який становив 122,3% (для порівняння у 2020 році значення індексу було 88, у 2019 – 102,7), що свідчить про рекордний урожай зернових та інших культур. Позитивна тенденція впродовж останніх років спостерігалася і у цінній сфері. Так, у 2021 році індекс цін продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами, склав 136 % відносно попереднього року (у 2020 – 119,2 %, у 2019 – 92,4 %), що перевищило значення індексу інфляції (110 %) та дало можливість збільшити саме реальні доходи аграрних підприємств. В 2023 році цінова політика цього сектору значно знизилась, і підприємства несуть великі втрати.

Висновки. Отже, ті численні перешкоди розвитку підприємств аграрного сектору, які існували у мирний час, в тому числі обумовлені специфікою галузі, доповнилися ще й воєнними ризиками. В цих умовах надзвичайно важливим є сприяння покращенню інвестиційного клімату як економіки загалом, так і аграрного сектору зокрема, що має стати першочерговим завданням нашої держави при плануванні післявоєнного відновлення. Державі варто підтримувати аграріїв шляхом використання вже наявних інструментів (податкові пільги, кредитування за низькими відсотковими ставками тощо) та залученням нових (наприклад, цифровізація економіки та токенизація активів). І для початку було б непогано врегулювати проблему блокування реєстрації податкових накладних в Єдиному реєстрі податкових накладних (ЄРПН), з якою зіткнулася значна частка сільськогосподарських товаровиробників.

Перелік використаних джерел:

1. Велика Українська Енциклопедія, тема “Україна: сільське господарство”. URL: <https://vue.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Громов О. Сільське господарство під час війни: зміна пріоритетів. Урядовий кур’єр. 2022. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/silске-gospodarstvo-pid-chas-vijni-zmina-prioritet/>.

Петручок Юрій

студент групи ПФМ-61

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

Науковий керівник: Письменний Віталій

доктор економічних наук, доцент

професор кафедри економіки та фінансів

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

Yuriy Petruchok

student of PFm-61 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Vitalii Pysmennyi

Doctor of Sciences (Economics), Docent

Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКУ ТА МЕТОДИКИ ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ

THEORETICAL BASICS OF THE BANK'S FINANCIAL STATE AND METHODS OF ITS EVALUATION

Однією з умов ефективного функціонування та розвитку економіки країни є стабільна банківська система, яка складається зі сукупності різних видів банків і кредитних установ, що діють в рамках загального грошово-кредитного механізму. Своєчасний аналіз фінансового стану допомагає запобігти більшості проблем, пов'язаних з діяльністю банківських установ, а також сприяє зміцненню та стабільності не тільки окремого банку, але й банківської системи в цілому. Здійснення аналізу фінансового стану банківських установ є пріоритетною задачею органів банківського нагляду, банків і професійних учасників ринку.

Аналізуючи підходи до дослідження поняття «фінансовий стан банку», необхідно відзначити диференційованість думок. Зокрема, А. Г. Загородній його розглядає як стан економічного суб'єкта, що характеризується наявністю в нього фінансових ресурсів, необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та існування, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами [1]. О. В. Дзюблюк та Р. В. Михайлюк зазначають про те, що фінансовий стан банку визначається наявністю у нього фінансових ресурсів, забезпеченістю грошовими ресурсами, необхідними для діяльності, підтримки нормального режиму роботи, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами [2].

Якщо звернутись до трактувань фінансового стану іншими фахівцями банківської справи, то деякі з них розкривають поняття «фінансовий стан» через ті чи інші показники діяльності. Так, А. М. Герасимович його визначає через оцінку показників фінансової стійкості, ділової активності, ліквідності, ефективності управління [3, с. 549]. Схожих поглядів дотримуються Р. І. Тиркало та З. І. Щибиволок, які розглядають фінансовий стан банку через низку «коефіцієнтів-індикаторів», розподілених за такими групами: фінансова сталість банку, стан оборотних активів і джерел їх покриття, платоспроможність, ліквідність [4, с. 135].

Отже, враховуючи наведені погляди науковців, можемо стверджувати, що фінансовий стан банку – це економічна категорія, яка характеризує фінансово-економічну діяльність банку за допомогою певної системи аналітичних показників у чітко визначений момент часу. Головним об'єктом аналізу фінансового стану банку є його комерційна діяльність,

аналізуються як сам банк, так і його взаємодія з іншими банками, клієнтами тощо. Метою аналізу є визначення джерел, якості та стійкості доходів банку, узагальнення результатів та надання рекомендацій для управлінських рішень для поліпшення банківської діяльності. Аналіз також охоплює дотримання ліквідності, порівняння з іншими банками-конкурентами, забезпечення адекватності та достатності капіталу.

Є різні методики для оцінки фінансового стану банку. Однією з найпоширеніших методик є бальна, яка дозволяє оцінювати банк у балах, присвоєних йому за кожним показником, і дозволяє класифікувати банк в певну групу. Індексні методики популярні завдяки своїй простоті, але вимагають правильного вибору важливих фінансових показників, які відображали б усі аспекти діяльності банку. Регресійна методика включає аналіз багатьох банків та факторних показників для визначення середніх значень, щоб зробити порівняння та оцінку.

У вітчизняній практиці використовуються рейтингові моделі, які допомагають оцінити фінансову стійкість та ефективність банків. Серед них слід відзначити американську систему CAMELS, яка аналізує п'ять ключових аспектів банківської діяльності: капітал (Capital Adequacy), активи (Asset Quality), менеджмент (Management Quality), доходи (Earnings), ліквідність (Liquidity), і відзначає їх за шкалою від 1 до 5, де 1 вказує на найкращі показники, а 5 – на найгірші. Також в Україні використовується модель рейтингу банків, розроблена В. С. Кромонюком, EUROMONEY і модель П. В. Матвієнка, які враховують різні аспекти діяльності банків та надають засоби для порівняння їх результатів.

Таким чином, оцінка фінансового стану банку є важливою складовою фінансового аналізу, що допомагає розкрити ключові аспекти його діяльності. Перш за все, вона дозволяє ідентифікувати ризики, з якими банк може стикнутися, і вжити вчасних заходів для їх зменшення. Крім того, аналіз фінансового стану надає можливість оцінити рентабельність банку, що є важливим показником його успішності. Враховуючи важливість банків для стабільності економіки, правильна оцінка їх фінансового стану може вплинути на рішення регуляторних органів та вкладників, сприяючи зміцненню довіри до фінансової системи в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. Львів: Львівська політехніка, 2005. 714 с.
2. Дзюблюк О. В., Михайлюк Р. В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи: монографія. Тернопіль: Терно-граф, 2009. 316 с.
3. Герасимович А. М., Парасій-Вергуненко І. М., Кочетков В. М. та ін. Аналіз банківської діяльності: підручник; за заг. ред. д-ра економ. наук, проф. А. М. Герасимовича. Київ: КНЕУ, 2010. 599 с.
4. Тиркало Р. І., Щибиволок З. І. Фінансовий аналіз комерційного банку: основи теорії, експрес-діагностика, рейтинг. Київ: Слобожанщина, 1999. 236 с.

Підгородецький Мар'ян
студент групи ПФМ-61
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

Maryan Pidhorodeckyy
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Andrii Krupka
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ REGULATION OF THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS IN UKRAINE

1 вересня 2017 року, після довгого процесу ратифікації, стала діючою Угода про асоціацію між Україною та ЄС, яка є найбільшим міжнародно-правовим документом в історії України. Ця угода встановила новий формат відносин між Україною та ЄС, базуючись на політичній асоціації та економічній інтеграції. Вона також визначила початок внутрішніх реформ в Україні.

Згідно з Угодою про асоціацію, Україна зобов'язалася призначити своє законодавство до законодавства ЄС, зокрема, для адаптації регулювання фінансових послуг до потреб відкритої ринкової економіки, забезпечення належного захисту інвесторів і інших споживачів фінансових послуг, а також здійснювати належний та ефективний нагляд.

Відповідальні органи в Україні визначені для цього завдання, включаючи Національний банк України, Національну комісію, що регулює ринки фінансових послуг, Національну комісію з цінних паперів та фондового ринку, а також Міністерство фінансів України. Це означає, що інтеграція українського банківського сектору в європейську систему можлива лише за умови відповідності критеріям і стандартам ЄС.

Правове регулювання діяльності банків – це важлива функція держави, яку вона виконує з метою забезпечення стабільності банківської системи. На сьогодні банківське законодавство є досить заплутаним і таким, що не зовсім різниться логікою власної побудови. Зокрема, правові норми, котрі регламентують банківську діяльність, хаотично «розпорошені» по досить значному масиву нормативно-правових актів, що сильно перешкоджає їх практичній реалізації, а іноді навіть унеможлиблює її [1].

Основою банківського законодавства є Конституція України. Всі законодавчі та нормативно-правові акти повинні прийматися з врахуванням принципів та положень Основного Закону держави. Саме такі документи формують адекватну правову інфраструктуру у державі, в якій існує верховенство закону.

Правова інфраструктура банківського регулювання в Україні має три рівні:

1) Законодавство. За відсутності єдиного систематизованого нормативно-правового акту, норми якого б урегульовували взаємовідносини, що виникають у сфері банківської діяльності, такого, як наприклад, Банківський кодекс, банківське законодавство, класифікують як загальне, такі спеціальне. До загального законодавства належать Закони України, які визначають основні принципи діяльності суб'єктів ринку. На сьогодні до таких законів належить Податковий кодекс України Закон України «Про банки і банківську

діяльність» та Закон України «Про Національний банк України». Що стосується законів, які регулюють більш широке коло правовідносин, але меншою мірою стосуються банківської діяльності, відносяться до профільних. До таких законів належать: Закон України «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг», Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про електронний цифровий підпис», Закон України «Про іпотеку», Закон України «Про забезпечення вимог кредиторів і реєстрацію обтяжень», Закон України «Про Фонд гарантування вкладень фізичних осіб», Закон України «Про першочергові заходи щодо запобігання негативним наслідкам фінансової кризи та про внесення змін до деяких законодавчих актів України». Опоненти поданої класифікації відстоюють думку, що недоцільно виокремлювати в окрему категорію профільні закони і відносять їх до спеціальних законів у банківській діяльності [2, с.292].

2) Серії регулятивних правил. Регулятивні (підзаконні нормативні) акти стосуються безпосередньо правил здійснення банківських операцій, які розробляють компетентні наглядові органи. Сюди можна віднести Постанови Кабінету Міністрів, Постанови Правління НБУ, Укази Президента. Приклади охоплюють і правила регулювання достатності капіталу; порядок формування обов'язкових резервів; правила здійснення валютних операцій тощо.

3) Роз'яснення та коментарі до нормативно-правових документів. Це інтерпретація нормативно-правових актів, що надає наглядовий орган для деталізації своїх дій щодо застосування законодавства або регулятивних правил.

Проведений аналіз законодавчого регулювання банківської діяльності свідчить, що, незважаючи на наявність великої кількості нормативно-правових актів та, здавалося б, розвиненого законодавства, останнє вимагає удосконалення. Процес кодифікації банківського законодавства, разом із розробкою та прийняттям спеціальних законів, що охоплюють регулювання специфічних правовідносин між учасниками банківського ринку, сприяв би покращенню банківського законодавства. Цей процес включав би скасування застарілих норм та введення нових положень, що враховують сучасні аспекти банківських відносин.

Перелік використаних джерел:

1. Кирилюк Д.К. До питання необхідності розробки та прийняття Банківського кодексу в Україні. *Юридичний журнал*. 2016. № 12. URL: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2484> (дата звернення: 30.10.2023).
2. Дідківська Д.І., Панькевич В.М. Правове регулювання банківської діяльності: зарубіжний досвід. *Приазовський економічний вісник*. 2017. № 5. С. С.290-293.

Пришляк Данило
студент групи ПФМ-61
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

Danylo Pryshlyak
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

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

**ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА:
ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ
FINANCIAL POLICY OF THE COMPANY:
IMPORTANCE OF FORMATION AND FACTORS OF INFLUENCE**

Фінансова політика є важливим елементом системи управління підприємством, оскільки вона визначає спосіб використання фінансових ресурсів для досягнення стратегічних цілей і забезпечення сталого розвитку. З огляду на свою важливість, формування фінансової політики є процесом, який вимагає аналізу та детального планування.

Обґрунтована та зважена фінансова політика підприємства сприяє утриманню підприємством стабільного фінансового стану. Це є важливим завданням компанії, адже фінансово стійке підприємство здатне ефективно управляти своїми фінансовими ресурсами та забезпечувати спроможність виконувати фінансові зобов'язання вчасно і в повному обсязі.

Крім того, утримання фінансової стійкості як елемент успішної реалізації фінансової політики дозволяє підприємству забезпечити довгострокові перспективи та інвестувати в стратегічний розвиток. Це важливо для збереження конкурентних переваг та зростання ринкової частки.

Наявність чітко визначеної фінансової політики сприяє здійсненню стратегічних ініціатив, враховуючи фінансові обмеження та можливості, дозволяє мінімізувати негативні появи ризиків, які пов'язані із фінансовими операціями.

Розглянемо фактор впливу на процес формування та реалізації фінансової політики.

По-перше, це макроекономічний контекст. Стан економіки та зокрема, фінансових ринків, впливають на формування фінансової політики підприємства. Зміни у макроекономічних показниках, такі як інфляція, облікова ставка можуть вимагати корекції фінансової стратегії підприємства, а відповідно і фінансової політики.

По-друге, внутрішні фактори, так як його розмір, вид діяльності, структура власності впливають на особливості формування фінансової політики. Наприклад, малі підприємства можуть бути більш консервативними у фінансових рішеннях через обмежені ресурси.

По-третє, можливість вибору фінансових інструментів та джерел фінансування суттєво впливає на характеристики фінансової політики. Наприклад, якщо існує реальна можливість вибору між внутрішнім та зовнішнім фінансуванням, між борговим і власним капіталом, а також можливість використання фінансових похідних та інших інструментів для

зменшення ризиків це дає більшу гнучкість підприємству у прийнятті рішень, які стосуються фінансової політики.

Отже, фінансова політика є ключовим інструментом управління фінансовими ресурсами та досягнення стратегічних цілей. Цей процес вимагає уважного аналізу і планування, враховуючи різноманітні фактори, які впливають на нього. Важливо відзначити, що фінансова політика має бути гнучкою та адаптивною, оскільки умови і вимоги можуть змінюватися з часом. Правильно сформована фінансова політика допомагає підприємству забезпечити стабільність, ефективність та сталість у фінансовій сфері.

УДК 336.2

Провальна Юлія

студентка групи 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

Yuliia Provalna

Student of PFm-51 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Andrii Krupka

PhD (Economics)

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ FEATURES OF TAX SYSTEM IN WAR TIME CONDITIONS

Податки відіграють важливу роль в структурі доходів бюджетів усіх рівнів та в забезпеченні стабільності функціонування національної економіки. Зокрема, більше половини всіх надходжень зведеного бюджету країни формуються саме за рахунок податкових платежів. З початком повномасштабної війни в Україні ситуація зі сплатою податків суб'єктами господарювання була надзвичайно складною. Очевидно, що галузь потребувала рішучого втручання та допомоги з боку держави. Військові конфлікти завжди мають серйозний вплив на економіку країни і вимагають від уряду прийняття ефективних заходів щодо податкової політики, яка б враховувала поточну ситуацію.

Серед найважливіших негативних чинників, які суттєво впливають на податкову систему, виокремимо наступне:

- втрата частини територій – отримувати чи управляти податковими надходженнями на окупованих територіях стало практично неможливим;

- фізичне руйнування підприємств та налагоджених умов роботи – окупація порушила роботу значної кількості підприємств, багато з них релокувалися чи й зовсім припинили свою діяльність, бо окрім усіх довоєнних проблем, підприємствам довелося боротися забезпечення безпеки своїх працівників [1]. Власні доходи втратили підприємці, наймані працівники, а, відповідно, держава недоотримала значну частину податкових надходжень;

- еміграція населення – за останніми даними сьогодні за кордоном перебуває 8 млн 177 тис. українців та за статистикою, кожних 5 місяців, ця цифра збільшується на ~190 000 тис. [2];

- релокація підприємств, яким заново потрібно налагоджувати виробничі зв'язки та процес виробництва (з початку війни із зони бойових дій переїхали 833 підприємства. 657 з них вже функціонують на новому місці) [3].

- збільшення частки імпортованих закупівель, що є загрозою національним виробникам та значно збільшує частку державних видатків експортного характеру тощо.

Звичайно, в умовах воєнної нестабільності економіки вирішення кожної зі згаданих проблем залишається складним завданням. Уряд на початку військового вторгнення запровадив ряд заходів, щоб стабілізувати податкову галузь задля унеможливлення або хоч мінімізації ухиляння від сплати податків [4].

Основні заходи, які здійснювала держава з метою забезпечення стабільності податкової системи України:

- звільнення від фінансової та адміністративної відповідальності за несплату податкових платежів, або невчасне подання податкової звітності для фізичних та юридичних осіб, які не мають можливості це зробити через бойові дії;

- було зупинено податкові перевірки;

- операції з надання благодійної допомоги на користь сил оборони і лікарень та суми відшкодування вартості пального, витраченого на перевезення такої допомоги, не оподатковуються;

- особи, які беруть безпосередню участь у воєнних діях, звільняються від відповідальності за невиконання податкових обов'язків;

- не застосовувалися санкції через невикористання реєстраторів касових операцій;

- соціально значущі продукти харчування, лікарські засоби та медичні вироби не оподатковуються ввезним митом;

- введено в дію цілий ряд пільг щодо оподаткування ПДВ;

- на період воєнного стану суттєво розширено можливість платників податків застосовувати спрощену систему оподаткування;

- значно послаблені вимоги щодо отримання та перевірок дозвільних документів тощо.

Забезпечення стабільних податкових надходжень в умовах війни вимагає поєднання заходів для підвищення ефективності системи збору податків та захисту від можливих зловживань та проявів корупції. Важливо також враховувати соціальні та економічні наслідки війни на населення та бізнес. Поступова відміна податкових пільг, запроваджених на початку війни, необхідний крок, проте впроваджувати такі зміни потрібно враховуючи реальний стан економіки та платоспроможність суб'єктів господарювання.

Суспільні та фінансові кризи дуже часто стають рушійною силою для проведення структурних реформ в економіці. Сьогодні важливо вирішувати не лише поточні проблеми, але й стратегічно вибудовувати орієнтири майбутньої податкової системи. Успішна реформа податкової системи з метою оптимізації та спрощення податкових платежів може покращити її ефективність та привабливість для платників податків, а збільшення прозорості та передбачуваності податкового законодавства також може залучити більше платників.

Звідси, бачимо, що дії з боку держави були рішучими й достатньо оперативними. Та підхід, який був запровадженим тоді, очевидно вичерпав своє. Держава поступово відходить від ліберального ведення своєї фіскальної політики, декларуються зміни податкового законодавства, а отже, в умовах естабільності подальші дослідження піднятої тематики є надзвичайно актуальними.

Перелік використаних джерел:

1. Провальна Ю. Релокація українського бізнесу: переміщення підприємств в умовах повномасштабного російського вторгнення. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38500/2/FMZKPNE5_2022_Provalna_Y-Ukrainian_business_relocation_84-86.pdf

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

3. Доступ до правди. Куди релокувалось найбільше підприємств. URL: <https://dostup.pravda.com.ua/news/publications/kudy-relokuvalos-naibilshe-pidpriemstv-vidpovid-na-zapyt>

4. Мультимедійна платформа іномовлення України УКРІНФОРМ. Як Україна реформуватиме податкову систему після війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3688038-ak-ukraina-reformuvatime-podatkovu-sistemu-pisla-vijni.html>

СЕКЦІЯ 5
ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ
ТА БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 336.7

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

Nadiia Zarichna
Phd (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ
FINANCIAL ASPECTS OF NEO-BANKS OF THE DEVELOPMENT IN UKRAINE

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, трансформаційні процеси в глобальному економічному просторі, зміни у розвитку фінансової системи призвели до появи необанків, або як по-іншому їх називають «віртуальних банків», які функціонують в режимі реального часу, проте не прив'язані до певного місця і не мають відділень. Ці інноваційні бізнес-моделі банківського сектору пропонують своїх клієнтам широкий спектр послуг від розрахункового обслуговування і до біржових операцій. Враховуючи тенденції цифрової трансформації ринку банківських послуг, впровадження сучасних інноваційних технологій у реалізації фінансових послуг, активне користування соціальними мережами спостерігаємо стрімке збільшення кількості клієнтів необанків у сфері мобільного банкінгу. З огляду на ці обставини, актуальності набуває дослідження розвитку необанків в Україні, а також фінансових аспектів їх функціонування.

Процес створення, функціонування та розвитку необанків досліджували у своїх працях такі науковці, як: А. Березан, О. Верней, Д. Колесник, Н. Корх, Теслюк, М. Томашівська та інші вчені. Однак не розкритими залишаються питання щодо фінансових аспектів розвитку необанків в Україні, що підсилює актуальність обраної теми.

Метою статті є дослідження створення необанків в Україні, особливості їх розвитку, а також розкриття їх фінансових аспектів функціонування.

Необанки, або ж банки нового типу – це фінансово-кредитні установи з розширеною сучасною функціональністю, що здійснюють свою діяльність через мережу Internet та мобільний банк, працюють в онлайн-режимі на нових технологічних платформах. Функціонують на тих самих умовах, що і традиційні банки, а саме шляхом отримання банківської ліцензії, або отримання ліцензії уже існуючого банку.

Наразі в Україні діють декілька цифрових банків: Monobank, Sportbank, Todobank, O.Bank, Neobank, Izibank, Банк Власний Рахунок, однак всі вони є цифровими додатками до звичайного банку. Створення цих банків відбувалося за фінансування їхнього материнського банку, а саме: для Monobank – АТ «Універсал Банк», для Sportbank – ПАТ «Оксі Банк», для Todobank – АТ «Мегабанк», для O.Bank – АТ «Ідея Банк», для Neobank – ПАТ «АКБ «Конкорд», для Izibank – АТ «ТАСКОМБАНК» та для Банку Власний Рахунок – ПАТ «БАНК ВОСТОК» [1].

З вище перелічених необанків, найбільш популярним і прибутковим є Monobank. Успіх Монобанку пояснюється їх розробником – компанією Fintech Band. У 2023 році Американська медіагрупа CNBC включила Monobank до глобального рейтингу ТОП-200

фінтех-компаній світу [2]. Категорії включають необанкінг, цифрові платежі, цифрові активи, цифрове фінансове планування, цифрове управління капіталом, альтернативне фінансування, почергове кредитування, цифрові банківські рішення, цифрові бізнес-рішення. Для кожного окремого сегмента ринку було відібрано від 5 до 40 компаній. Монобанк фігурує в категорії «Необанкінг».

У січні 2022 р. французька фін-тех-компанія Qonto відкрила небанк в Україні. Qonto – це небанк для підприємців, що обслуговує малий та середній бізнес та фрілансерів. У 2022 р. Qonto залучив 552 млн доларів інвестицій в раунді D. Це найбільший проєкт в історії Франції, інвесторами виступають Tiger Global і TCV [3].

Слід виділити ще один небанк Revolut, який нещодавно почав працювати в Україні, його розробником є українець - Влад Яценко, який планує поглинути усю сферу онлайн-банкінгу в Східній Європі. У 2021 році Revolut став найдорожчим стартапом Великої Британії, залучивши \$800 млн за оцінки \$33 млрд. Той же рік став першим прибутковим для небанку – £26,3 млн. За останні два роки кількість клієнтів Revolut зросла більш як удвічі – до 25 млн, проте їх амбітний план: 10 млн клієнтів на всю Азію до 2025 року. Фінтех-сервіс працює в 35 країнах і пропонує десятки послуг – від переказів грошей в будь-якій валюті до криптовалюти. Наразі ключова подія для Revolut – отримання банківської ліцензії у Великій Британії. Із початком повномасштабної війни Revolut у рекордний для себе термін запустив можливість користуватися небанком для українців. Наразі у небанку приблизно 450 000 відкритих рахунків і десь 100 000 активних користувачів з України [4].

Сучасний стан розвитку небанків в Україні характеризується позитивною динамікою до зростання і наближається до 10 віртуальних банків. Цьому слугує ряд переваг: відсутність структурних підрозділів та банківських відділень дозволяє клієнтам швидко, без затрат додаткового часу і зусиль вирішити усі свої фінансові питання; цілодобовий доступ до фінансово-кредитних ресурсів дозволяє клієнтам 24/7 проводити операції купівлі-продажу та залучати нових контрагентів до свого бізнесу; немає географічної прив'язки до місця розташування та ін. До недоліків можемо віднести низький рівень довіри у населення до такого типу банків, фінансова неграмотність, низький рівень доступу до цифрових технологій та ін. Перспективою подальших досліджень є розроблення дієвих інструментів розвитку та функціонування небанків в Україні, а також механізму їх взаємодії з іншими учасниками фінансового ринку для досягнення синергетичного ефекту.

Перелік використаних джерел:

1. Іршак, О., Творидло, О. (2022). РОЗВИТОК НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ. Економіка та суспільство, (36). URL <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-10>
2. Український небанк увійшов до світового рейтингу фінтехів. Фінансовий клуб. URL <https://finclub.net/ua/news/ukrainskyi-neobank-uviihshov-do-svitovoho-reitynhu-fintekhiv.html>
3. Французький небанк Qonto заходить в Україну. Фінансовий клуб. URL <https://finclub.net/ua/news/frantsuzkyi-neobank-vykhodyt-na-rynok-ukrainy.html>
4. Як побудувати світовий фінансовий супермаркет. Інтерв'ю із Владом Яценком, співзасновником британського небанку Revolut. Інтернет-видання Журнал Forbes Ukraine. URL <https://forbes.ua/company/yak-pobuduvati-svitoviy-finansoviy-supermarket-intervyu-vlada-yatsenka-spivzasnovnika-britanskogo-neobanku-revolut-02032023-11785>

Решетуґа Станіслав
студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки і фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Stanislav Reshetukha
Student of PPM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ У СВІТІ **TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF EXCHANGE TRADING IN THE WORLD**

Необхідно зазначити, що розвиток біржового ринку відбувається під впливом глобалізаційних процесів. Широкий доступ до мережі Інтернет дозволив розробити та впровадити таку систему міжнародної біржової торгівлі при якій з'являється можливість укладення угод поза рамками їх реального місцезнаходження. Відсутність необхідності бути фізично присутнім при укладенні біржових угод та суттєве спрощення їх здійснення призвели до значного розвитку біржової торгівлі загалом.

За останнє десятиліття біржовий ринок у світі продовжує розширюватись. У 2022 році тенденції до росту торгової активності збереглися - загальний обсяг торгів склав 73,44 мільярди контрактів, що на 17,35% більше, ніж у 2021 році.[2]

Всього налічується близько 180 фондових та 50 товарних міжнародних бірж, однак більшість усіх угод укладаються на 10 основних біржах:

- New York Stock Exchange
- National Association of Securities Dealers Automated Quotation
- Japan Exchange Group
- Shanghai Stock Exchange
- Euronext
- London Stock Exchange
- Hong Kong Stock Exchange
- Shenzhen Stock Exchange
- Deutsche Börse
- Bombay Stock Exchange.

Дві найбільші світові біржі розташовані у США, проте стрімкий розвиток біржової торгівлі у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, зокрема в таких країнах, як Китай та Індія, призвів до того, що саме на біржі цього регіону припадає найбільша частка усіх операцій.

Незважаючи на збільшення кількості укладених угод на біржі, найпопулярнішим напрямом вкладень все ще залишаються фондові індекси, які являють собою своєрідний портфель цінних паперів, що представляє певний ринок або його сегмент. Велика затребуваність цього фондового активу зумовлена нижчим рівнем ризику, у порівнянні із традиційною купівлею акцій однієї компанії, адже купуючи акції одразу кількох десятків або сотень компаній інвестор диверсифікує ризики. Одним із найвідоміших фондових індексів є індекс Доу-Джонса, що об'єднує 30 найбільших американських компаній. Ймовірність, що вартість акцій усіх або більшості цих компаній впаде в довгостроковій перспективі мінімальна. Проте, цей приклад добре ілюструє основний недолік фондових індексів – низька прибутковість, особливо в порівнянні із ризиковими вкладеннями в акції інноваційних компаній.

На сьогодні можна виділити головні тенденції, які існують на світовому біржовому ринку:

- зростання інтересу до технологічних акцій. Технологічні компанії, продовжують привертати увагу інвесторів. Це пов'язано з ростом цифрової трансформації і збільшеним попитом на технологічні рішення в загальному.

- збільшений інтерес до сировинних ринків. Під час економічної нестабільності велика увага приділяється сировинним компаніям, таким як виробники металів і енергії. На світовому біржовому ринку тенденцією є поступове зростання частки товарних активів, що пов'язано з підвищеною зацікавленістю до цих видів інструментів як з боку хеджерів, так і з боку спекулянтів. Швидкі темпи нарощення біржового обігу прослідковуються і щодо агропродовольчих товарів. За останнє десятиліття біржовий ринок аграрної продукції досить розширився, адже на світових товарних біржах появляються нові види інструментів.

- попит на зелені інвестиції. Зростаюча увага до проблем кліматичних змін призвела до інтересу до компаній, що спеціалізуються на відновлюваній енергетиці, та інших зелених ініціативах.

- ріст популярності криптовалют. Bitcoin і Ethereum, зазнали збільшення популярності серед інвесторів, і багато бірж почали пропонувати можливість торгувати цими активами.

- ефективність обробки даних і штучний інтелект. Зацікавленість в ефективній обробці даних і застосуванні штучного інтелекту для прийняття рішень в інвестиціях зростає. Широко використовуються спеціальні рекомендаційні системи, які самостійно опрацьовують дані, проводять аналіз, формують прогноз та пропонують його людині, яка вже самостійно вирішує, чи торгувати на основі цього прогнозу. Ще одним варіантом використання ІТ-технологій є торгові індикатори. Вони допомагають людині побачити складні математичні та статистичні дані у візуальній, зручній для сприйняття формі. Ці два види торгівлі відносяться до автоматизованої торгівлі, коли програмне забезпечення допомагає людині, але не витісняє її з процесу торгівлі. Окрім того, все більшої популярності набуває особливий тип біржового програмного забезпечення, що заснований на базі машинного навчання. На основі штучного інтелекту можна робити індикатори, стратегії, торгові системи, торгові роботи, рекомендаційні системи. Він здатен знаходити закономірності, які недоступні сприйняттю людини, аналізувати великі такі об'єми даних, знаходити найскладніші взаємозв'язки між різними типами інформації.

- глобальна нестабільність і геополітичні ризики: Геополітичні конфлікти і торгові напруги між державами суттєво впливають на світовий ринок. Інвестори намагаються передбачити можливі наслідки цих ризиків, уникаючи купівлі активів тих компаній, що територіально розташовані у нестабільних регіонах.

- зростаюча роль регуляторів. Уряди і регулятори в різних країнах впливають на функціонування фінансових ринків своїми рішеннями і політиками.

Отже, незважаючи на фінансові кризи та геополітичну нестабільність біржовий ринок продовжує розвиватись. Стрімкий розвиток демонструють азійські країни, а також деякі країни із Латинської Америки, особливо Бразилія. Зберігається високий інтерес до компаній, що працюють в технологічних сферах та у сфері відновлювальної енергетики. Окрім того, зростає роль спеціального програмного забезпечення, в тому числі і на основі штучного інтелекту, при оцінюванні доцільності укладання угод на біржі. З огляду на наявну ситуацію та тенденції, що зберігаються, варто очікувати розширення біржового ринку і у майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Ковальчук С. В., Дrajниці С. А., Карпенко В. Л. Світові тренди та тенденції розвитку біржової торгівлі на сучасному етапі. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23.
2. Машлій Г., Сороківська О., Зяйлик М. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі на сучасному етапі. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 2 (27). С. 72-84. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbns.pdf>
3. Солодкий М.О., Яворська В.О. Біржовий ринок в умовах глобалізації: стан та перспективи розвитку. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 31. С. 188-193.

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

УДК 336.71

Гнатюк Лідія
студентка групи ПФз-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Тимошик Наталія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Lidiia Hnatiuk
Student of PFz-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Nataliia Tymoshyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНТЕГРАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО ТА СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
INTEGRATION OF THE BANKING AND INSURANCE MARKETS IN
GLOBALIZATION

Однією з ознак глобалізації є загальні тенденції до формування цілісності світу в результаті інтеграції ринків. Розвиток глобалізаційних та інтеграційних процесів безпосередньо впливає на розвиток її внутрішнього ринкового середовища України, зокрема на забезпечення взаємодії страхового і банківського ринків. Інтеграція страхового і банківського ринків забезпечує виникнення взаємозалежностей і взаємозв'язків між цими ринками та формування єдиної банківсько-страхової групи [1].

У сучасній літературі багато авторів вивчали питання, пов'язані із взаємодією банків та страхових компаній. Вагомий внесок у розвиток методологічних засад банківсько-страхової інтеграції було здійснили такі українські вчені як: Ю. П. Макаренко, О. Д. Вовчак, Н. Л. Іващук, Р. В. та інші. Однак проблеми та перспективи подальшої інтеграції банків зі страховими компаніями потребують уточнення. Тому питання кооперації банків та страховиків потребує подальшого дослідження.

Одним із наслідків фінансової глобалізації можна виділити співпрацю банків і страхових компаній, яка отримала назву «bancassurance». Bancassurance є взаємовигідною як для страхової компанії так і для клієнтів банку: створення нових спільних продуктів, проникнення на нові ринки, залучення нових клієнтів тощо. Сторони поєднують клієнтські бази та канали продажів, відкривають доступ до внутрішніх фінансових ресурсів один одного, що сприяє підвищенню ефективності діяльності обох секторів національної економіки [4].

В Україні діяльність щодо здійснення банківського страхування існує у таких формах: створення фінансової холдингової групи, взаємодія на основі договорів про спільну діяльність, діяльність банків та страховиків на основі агентських угод.

На сьогодні великі банки, які спеціалізуються на наданні послуг фізичним та юридичним особам, такі як ПриватБанк, Ощадбанк, Райффайзен банк Аваль, мають певний спектр страховиків партнерів: МЕТ ЛАЙФ, РЗУ Україна, АСКА – Життя, Уніка та інші [2].

Аналіз структури активів страхових компаній показав, що страхові компанії станом на 2022 рік найбільше сконцентрували активи на покриття резервів у державних цінних паперах (33%) та у депозитах банку (21%). Це свідчить, що страховий ринок диверсифікує своїх активи через фінансові інструменти банківського сектору та фондового ринку. Водночас, частка небанківських фінансових установ у загальному депозитному портфелі банків займає незначний відсоток, а частка у кредитному портфелі близькою до нуля.

Обсяг наданих небанківським установам кредитів зріс у 3,2 рази, а обсяг залучених депозитів зріс на 7 млрд, проте знизилася частка у депозитному портфелі банків за аналізований період на 0,58 відсоткових пунктів – до 2,4%. Це означає, що банківські установи за останні роки змогли залучити пропорційно більше коштів з інших джерел, ніж небанківські установи, у тому числі страхові компанії, змогли наростити на депозитних рахунках свої страхові резерви [4].

Станом на 2022 рік чисті страхові премії становили 35,25 млрд грн, а чисті страхові виплати – 13,22 млрд грн, що відповідає 37,49% настання страхового випадку та його часткового або повного покриття. Протягом останніх років ця тенденція майже не змінилася. Станом на 2022 рік частка страхових премій «non-Life» страхових компаній збільшилася на 1,8 відсоткових пункти до 11,9%, проте це на 0,2 відсоткових пункти менше результату за аналогічний період 2021 року. Тому подальше поглиблення співпраці між банками та страховими компаніями має бути взаємовигідним, адже українська фінансова система в цілому влаштована таким чином, що страхові компанії отримують значну частину своїх фінансових доходів, вкладаючи кошти у продукти банківської системи [4].

Основними перевагами інтеграції банківського та страхового ринку є:

- розширення фінансового спектру;
- управління ризиками;
- заощадження часу і коштів клієнтів;
- покращення ринкової конкуренції.

Водночас, суб'єкти інтеграційного процесу стикнуться і з викликами, такими, як регуляторні питання, захист особистих даних і конфіденційності, а також технологічні виклики, оскільки інтеграція банківського та страхового ринку часто потребує значних інвестицій у технології та інформаційні системи. Фінансові установи повинні бути готові до впровадження сучасних технологій, які дозволять їм оптимізувати процеси та покращити обслуговування клієнтів.

Інтеграція банківського та страхового ринку відкриває нові можливості для розвитку фінансового сектору. Вона дозволяє розширити спектр фінансових послуг, покращити управління ризиками та забезпечити більш зручне та доступне обслуговування клієнтів. Проте цей процес також супроводжується рядом викликів. Щоб досягти успіху в інтегрованому фінансовому секторі, фінансові установи повинні бути готові до адаптації до нових реалій та інновацій.

Отже, процес інтеграції забезпечує отримання синергетичного ефекту учасниками страхового і банківського ринків у контексті єдності зусиль, поєднання діяльності страховиків, банків і фінансових посередників задля реалізації їхніх спільних завдань та досягнення цілей.

Перелік використаних джерел:

1. Наглядова статистика Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>
2. Садура О. Б., Агрес О. Г. Особливості взаємовідносин між банками та страховими компаніями: тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: розвиток співпраці», Львів, 2020. С. 181-183

3. Тимошик , Н., Крилова , О., Мирошниченко , Ю., Кириченко , К., & Мирончук , В.. Дилеми та шляхи вирішення функціонування банківської системи України в умовах воєнного стану. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(46), 2022. С. 40-53. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3905/3656>

4. «Bancassurance» Retail Strategy (Ukraine).- URL : <http://www.slideshare.net/cisbankers/»bancassurance»-retailstrategy-ukraine>.

УДК 335.7:368.338.4

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

Nataliia Tymoshyk
Phd (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЗМІН INSURANCE MARKET OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF DEMOGRAPHIC CHANGES

Демографічні зміни в Україні мають значущий вплив на різні аспекти суспільства, включаючи економіку. Однією з галузей, яка надзвичайно чутлива до демографічних тенденцій, є страхування. Зміни в населенні України впливають на діяльність страхових компаній і вони повинні адаптуватися до цих викликів.

Демографічні зміни - це процеси, які включають в себе зміни в населенні, зростання чи зменшення чисельності, зміни в структурі віку, міграцію тощо. Ці зміни можуть впливати на економічний розвиток та соціальну стабільність країни.

Україна переживає декілька демографічних змін, які мають прямий вплив на страховий сектор:

1. Загальна чисельність населення. Україна відзначається зменшенням загальної чисельності населення. Це може вплинути на попит на різні види страхування, такі як страхування життя та страхування майна.

2. Рівень економічної активності населення. Визначають як відношення кількості робочої сили до всього населення. Внаслідок повномасштабного вторгнення велика кількість осіб працездатного віку втратили своє робоче місце. Велика частка з частини внутрішньопереміщених осіб (ВПО) отримують грошову та матеріальну допомогу, що деколи являється стримуючим фактором пошуку нового робочого місця.

3. Структура віку. Із збільшенням середнього віку населення збільшується попит на продукти страхування, пов'язані зі старістю, такі як пенсійні та медичні страховки.

4. Міграція. Масова міграція населення, яка спостерігалася останнім часом, може створити певні ризики для страхових компаній, оскільки може збільшити ризик для страхових виплат особам, що покинули Україну, так і для ВПО в межах країни.

Страхові компанії в Україні активно адаптуються до демографічних змін, шукаючи нові можливості та ризики. За останні роки страхові компанії вже здійснило ряд кроків, для адаптації, зокрема розробляють нові продукти, а також розвивають нові підходи до оцінювання ризиків та резервування коштів.

Крім того, демографічні зміни можуть впливати на потреби та ризики потенційних страхувальників. Відповідно до цього, страхові компанії можуть розробляти спеціалізовані продукти для задоволення цих потреб. Набувають актуальності такі продукти, як:

- страхування життя. Це може бути корисним для забезпечення фінансового захисту родини у разі смерті основного годувальника сім'ї.

- страхування на випадок довгострокового ліквідного догляду. Із збільшенням середнього віку населення зростає ризик потреби в довгостроковому ліквідному догляді. Страхування цього типу може допомогти покрити витрати на догляд та побутові послуги для літніх осіб, які потребують допомоги.

- страхування для дітей та освіти.

Водночас демографічні зміни це не лише виклики для страхових компаній, але й можливості. Страховим компаніям доцільно активно користуватися маркетинговими стратегіями для повертання нових клієнтів у світлі демографічних змін та спрямовувати рекламу своїх продуктів на аудиторію, яка найбільше потребує їхніх послуг.

Таким чином, для успішної адаптації до цих змін страхові компанії повинні бути готові розробляти нові продукти, вдосконалювати ризикове управління та активно працювати над залученням нових клієнтів. Правильне реагування на демографічні виклики може допомогти страховим компаніям залишатися стійкими та конкурентоспроможними на ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Карнаушенко, А., Петренко, В., & Боровік, Л. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ СТРАХУВАННЯ. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 2022. (14), 85-94. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.11>
2. Стратегія фінансового сектору України до 2025 року. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Strategija_financovogo_sectoru_ua.pdf
3. Grebeniuk N.V., Riznyk N., Zhurylo V.V., Tymoshyk, N.S. INTERACTION OF BANKS AND INSURANCE COMPANIES IN THE CONTEXT OF THE SALE OF INSURANCE PRODUCTS. *Journal of the Balkan Tribological Association*. 2021. №4. P. 697-710. URL: <http://surl.li/mnfjb>

СЕКЦІЯ 7
МАЙБУТНЄ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: РОЗУМНЕ
УПРАВЛІННЯ, РОЗУМНІ ТЕРИТОРІЇ, РОЗУМНИЙ БІЗНЕС

УДК 338.24(477):339.9

Агафонова Марія
провідний економіст відділу моделювання та прогнозування економічного розвитку
Державна Установа “Інститут економіки та прогнозування
Національної Академії Наук України”
м. Київ, Україна

Mariia Agafonova
Leading Economist of the Department of Modeling and Forecasting of Economic Development
State Institution “Institute for Economics and Forecasting
of the National Academy of Sciences of Ukraine”
Kyiv, Ukraine

УКРАЇНА У СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ В УМОВАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ
UKRAINE IN THE EASTERN EUROPEAN CONTEXT IN THE CONTEXT OF
EUROPEAN INTEGRATION

Виконання інституційних критеріїв є ключовим аспектом підготовки держави–кандидата до вступу в ЄС. Стабільність інститутів виступає гарантом демократії, верховенства права, прав людини і поваги та захисту прав меншин. На сьогоднішній день має місце недостатня інституційна спроможність Уряду країни для здійснення повномасштабних євроінтеграційних процесів (за даними світового рейтингового дослідження *Global Innovation Index 2023* “Innovation in the face of uncertainty” Україна в поточному році ще більш послабилася і до того низькі позиції як за інституційною складовою, так і за складовою “інституційне середовище”, посівши відповідно 100 та 126 місця проти 97 та 107 місць у минулому році [1, 2]). Слабкість державних інституцій створює бар’єри на шляху до формування в країні сприятливого інвестиційного клімату, необхідного для залучення в країну прямих іноземних інвестицій з метою здійснення економічних трансформацій на інноваційній основі. Здійснивши моніторинг рейтингових показників країн–членів ЄС Центрально–Східного регіону Європи та країн цього ж регіону, що не є членами ЄС за рівнем інституційної спроможності, можемо спостерігати суттєві відмінності, а саме, рейтингові позиції України, Молдови та Білорусі суттєво поступаються позиціям держав–членів ЄС¹ (табл. 1).

¹ за виключенням бізнес–середовища Словачької Республіки, Румунії та Польщі

Таблиця 1

Рейтингові позиції України та країн Центрально–Східного регіону Європи за рівнем інституційної спроможності (серед 211 країн світу), 2023 р.

	Естонія	Литва	Чеська республіка	Словенія	Латвія	Угорщина	Словацька Республіка	Болгарія	Румунія	Польща	Молдова	Україна	Білорусь
Інституції	11	19	36	38	39	47	65	66	74	76	96	100	128
Інституційне середовище	17	22	23	26	33	37	41	73	70	50	87	126	110
Операційна стабільність для бізнесу	15	17	22	29	22	26	27	64	56	43	75	130	108
Ефективність уряду	19	30	29	26	35	42	45	80	79	52	94	95	117
Регуляторне середовище	16	25	34	26	28	40	42	39	33	47	92	77	115
Регуляторна якість	15	23	21	38	25	47	33	49	55	37	72	87	121
Верховенство права	18	26	25	27	28	41	38	63	46	45	82	107	126
Бізнес середовище	16	24	66	86	80	85	124	94	115	119	102	88	130
Політика ведення бізнесу	37	44	69	67	95	75	109	90	102	121	108	85	-

Джерело: сформовано за даними [1]

Першопрчиною відсталості демократичних інституцій країн, які не є членами ЄС, від інституцій країн–членів Європейського Союзу виступає відсутність реформ державного управління, проведених країнами–кандидатами ще у підготовчий період до євроінтеграції (за підтримки ЄС в експертному, технологічному та фінансовому рівнях). Майже одночасно з проведеними інституційними реформами, ще заздалегідь до офіційного приєднання нових країн до ЄС, почали матеріалізуватися переваги членства в ЄС, оскільки, як демонструє досвід вступу до ЄС країн Центральної та Східної Європи, більшість переваг від членства в ЄС походить від реформ, проведених саме з метою вступу до Європейського Союзу, а не від права на отримання структурних фондів чи інших аспектів членства в ЄС. Насправді, країни які вступили до Європейського Союзу до завершення реформ, виявилися нездатними претендувати на структурні фонди, на які вони мали право [3,4].

У цілому, проведення ефективних реформ державного управління сприятиме розбудові інституційної спроможності країни, підготовці якісних урядових рішень, зміцненню судової системи з метою забезпечення її свободи від корупції, забезпеченню прозорості інвестиційного клімату, відповідно – виступить каталізатором залучення прямих іноземних інвестицій та імплементації механізму державно–приватного партнерства для стійкого економічного розвитку держави. Разом з цим реформи в сфері регуляторного середовища дозволять трансформувати економіку України від індустріальної до інноваційної моделі розвитку, тієї, що формує створення сприятливого бізнес–клімату, взаємопов'язана з європейськими та міжнародними ланцюгами доданої вартості, водночас забезпечує інклюзивне зростання доходів громадян.

За заявою послів країн G7, на тлі збільшення іноземної допомоги Україні необхідним заходом є боротьба з корупцією. Європейський Союз чітко окреслив ряд питань, які потребують вирішення для отримання повноправного членства в ЄС, чільне місце серед яких займає впровадження антиолігархічного законодавства з метою обмеження надмірного впливу олігархів на економічне, політичне та суспільне життя. Це має бути зроблено в

юридично грамотний спосіб та має враховувати майбутній висновок Венеціанської комісії стосовно відповідного законодавства [5].

За даними “*Corruption Perceptions Index*”, оприлюдненими міжнародною правозахисною організацією Transparency International, Україна у 2022 р. посіла 116 місце зі 180 країн, що робить її другою за корумпованістю країною в Центрально-Східному регіоні Європи (ЦСЄ) після росії. Позиція України за індексом сприйняття корупції серед країн ЦСЄ на часовому проміжку 2002–2022 рр. представлена на рис. 1.

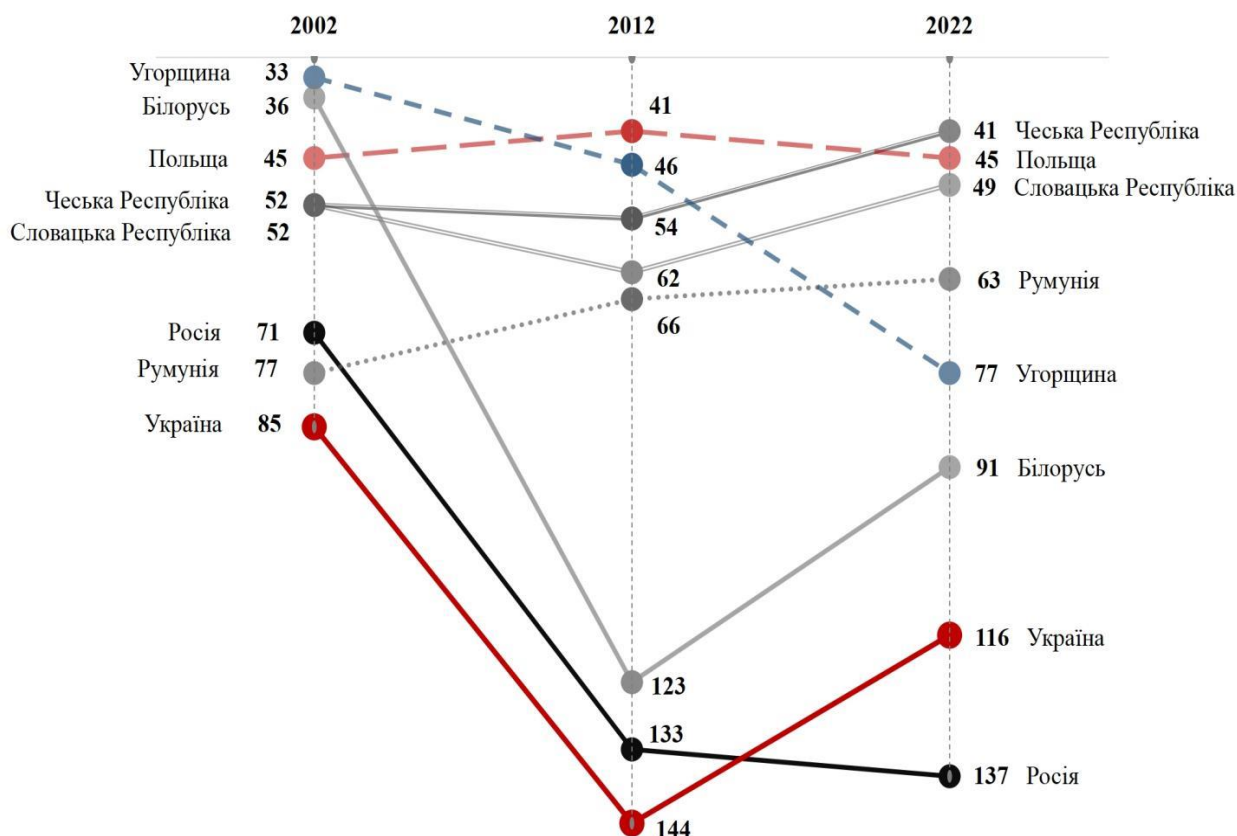


Рис. 1. Індекс сприйняття корупції в країнах Центрально–Східної Європи у 2022 р.

Джерело: побудовано за даними [6]

Згідно рис. 1 Україна в рейтингу “індекс сприйняття корупції” 2022 р. дещо зміцнила власні позиції протягом десяти років, піднявшись на 28 позицій відносно 2012 р., однак країна залишається в сотні найбільш корумпованих держав світу. Є сподівання, що активна участь представників міжнародної спільноти у проведенні реформ державного управління та нижченаведені заходи в питаннях протидії корупції сприятимуть зміні поточної ситуації в державі.

У рамках виконання антикорупційної стратегії на 2021–2025 рр., рішенням КМУ від 4 березня 2023 р. було схвалено Державну Антикорупційну Програму (ДАП) на 2023–2025 рр., яка надасть конкретні результати для мінімізації корупційних ризиків у кожній сфері економіки, а також спростить взаємодію держави з громадянами та бізнесом. Крім того, за словами Голови Національного Агентства з питань запобігання корупції Олександра Новікова, реалізація заходів ДАП сприятиме прозорій повоєнній відбудові та інтеграції України до ЄС, НАТО та ОЕСР [7].

Також, згідно з опублікованим на сайті офісу генерального інспектора Агентства з міжнародного розвитку США USAID “Стратегічним планом нагляду за допомогою Україні” (*Strategic Oversight Plan For Ukraine Response*), в червні 2022 року США створили могутній інститут моніторингу та розслідування незаконних дій шахраїв і корупціонерів, які в

незаконний спосіб використовували, використовують або будуть використовувати допомогу американського народу Україні під час повномасштабного вторгнення Росії. Ця робота ведеться за допомогою кримінальних слідчих, як власних, так і залучених фахівців правоохоронних органів США та Європи. Обов'язок збирати необхідну інформацію також покладено на 17 організацій, які входять до Розвідувального співтовариства США. Документальним підтвердженням спільних зусиль в питанні виявлення та запобігання корупційним злочинам, пов'язаним з постачанням американської зброї Києву (під контролем Пентагону), було підписання 27 вересня 2023 року Меморандуму представниками Міністерства оборони США та Національним Антикорупційним Бюро України [8, 9].

Вірогідно, на шляху до досягнення стратегічного імперативу держави, низка антикорупційних заходів, вжита органами виконавчої влади у синергії із крос-секторальними заходами міжнародної спільноти в питанні протидії корупції, включаючи проведення реформ в сфері державного управління, сприятимуть скасуванню іміджу України з високим рівнем корупції та зміцненню державних інституцій, тим самим імплементуючи критерії членства в ЄС та забезпечуючи прозорість інвестиційного фонду для здійснення ефективної інноваційної діяльності у повоєнний період.

Перелік використаних джерел:

1. Global Innovation Index 2023. “Innovation in the face of uncertainty” / WIPO. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>;
2. Global Innovation Index 2022. Ukraine. / WIPO. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf
3. Nauro F. Campos, Fabrizio Coricelli, Luigi Moretti. “Economic Growth and Political Integration: Estimating the Benefits from Membership in the European Union Using the Synthetic Counterfactuals Method”. 2014. P. 17. URL: https://www.researchgate.net/publication/280731458_Campos_Nauro_F_Coricelli_Fabrizio_Moretti_Luigi_2014_Economic_Growth_and_Political_Integration_Estimating_the_Benefits_from_Membership_in_the_European_Union_Using_the_Synthetic_Counterfactuals_Method
4. “Enabling an Economic Transformation of Ukraine. Recovery, Reconstruction, and Modernization”. / CSIS. P.5. January 2023. URL: <https://www.csis.org/analysis/enabling-economic-transformation-ukraine>
5. Проект плану відновлення України. Матеріали робочої групи “Європейська інтеграція”. / КМУ. Липень, 2022. С. 6–7. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/european-integration.pdf>
6. “Corruption Perceptions Index” / Transparency International. January 2022. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>
7. Виконання затвердженої сьогодні Державної антикорупційної програми на 2023–2025 рр. дасть відповідь на гострий суспільний запит на справедливість. / Національне агентство з питань запобігання корупції. 4 березня 2023 р. URL: <https://nazk.gov.ua/uk/novyny/vykonannya-zatverdzenoyi-sogodni-derzhavnoyi-antikoruptsijnoyi-programy-na-2023-2025-roky-dast-vidpovid-na-gostrij-suspilnyj-zapyt-na-spravedlyvist/>
8. Joint strategic oversight plan for Ukraine response. /DoD, State, USAID OIGs, in partnership with other U.S. Government oversight organizations. January, 2023. URL: https://oig.usaid.gov/sites/default/files/2023-01/2023%20JSOP_Ukraine_Brief.pdf
9. НАБУ та Пентагон підписали документ про контроль військової допомоги Україні від США. Страна. UA. 27 вересня 2023 р. URL: <https://ctrana.news/ukr/news/446437-antikoruptionsijne-bjuro-pidpisalo-spivpratsju-z-pentahonom-shchodo-monitorinhu-vijskovoji-dopomohi.html>

Білецька Олена

студентка групи ППМ-61
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 PPM-61 group
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

СУТНІСТЬ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ THE ESSENCE OF MARKET CONJUNCTURE AND THE NECESSITY OF ITS RESEARCH

Одним із найбільш важливіших завдань управління є встановлення та підтримка взаємодії суб'єкта господарювання з зовнішнім середовищем для забезпечення його функціонування. Це досягається через виробництво продукції та надання послуг споживачам підприємства. Механізм, який забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням, а також раціональні пропорції між ними, а також орієнтацію виробничо-господарської діяльності на задоволення потреб споживача, називається ринком. Для розуміння динамічних процесів і особливостей поточної ринкової ситуації важливо вивчити та зрозуміти кон'юнктуру ринку.

Кон'юнктура ринку виступає складовою загальної економічної кон'юнктури і є спрямованим аналізом і розумінням її динаміки. Кон'юнктура галузевого ринку або ринку певного споживача розвивається не самотужки, а взаємодіє з кон'юнктурою інших галузей національної економіки, різними ринками споживання та загальнонаціональною кон'юнктурою.

Досліджуючи сутність «ринкової кон'юнктури», перш за все, необхідно відзначити диверсифікованість підходів до визначення даної дефініції. Зокрема, колектив авторів на чолі із А.В. Андрейченко вважає, що кон'юнктура ринку, або ринкова кон'юнктура, – це певний економічний стан, який склався на ринку на цей час або в певний відрізок часу, а також який відображає співвідношення між попитом і пропозицією, яке склалося на ринку. За допомогою кон'юнктури можна визначити, наскільки комерційно цінним та конкурентоспроможним є товар або послуга [1, с. 200].

Вчені Л.Г. Ліпич та Т.П. Радіщук розглядають кон'юнктуру товарного ринку як «...стан ринку в певний момент часу, зумовлений впливом багатьох чинників, різних за тривалістю, природою та характером впливу на можливості реалізації стратегічних планів, програм, підприємств-учасників товарних ринків та як такого, що характеризується співвідношенням конгломератів економічних показників: попиту та пропозиції» [2, с. 14].

З більш якісної точки зору пропонує визначити поняття «кон'юнктура» Т.О. Кобелева, а саме як комплексне та швидкозмінне явище, яке відображає в ринковому вимірі динамічність та стихійність, складну передбачуваність розвитку суспільства, галузі або підприємства [3, с. 4]. З наведеного визначення робимо висновок, що кон'юнктурі притаманні специфічні риси та особливості, суть яких відтворює об'єктивні та суб'єктивні

закономірності її формування.

На наш погляд, ринкова кон'юнктура – це мінлива економічна ситуація на визначеному товарному ринку (ринку послуг), яка формується під впливом різноманітних чинників і безпосередньо пов'язана з особливостями процесу відтворення. Вона виражається у співвідношенні попиту та пропозиції, динаміці цін та інших аспектах реалізації продукції. Кон'юнктура ринку є виявом глибинних економічних процесів, що відбуваються в економіці та мають своє відображення в умовах збуту продукції.

Для виявлення тенденцій зміни та динаміки розвитку кон'юнктури ринку важливим є проведення різноманітних досліджень, які дають можливість усвідомити основні тенденції розвитку ринку, його коливання, а також здійснювати оцінювання потенціалу та прогнозних тенденцій майбутнього розвитку досліджуваного ринку.

Основна мета кон'юнктурного аналізу випливає із самого визначення кон'юнктури як стану ринку та виявлення і моделювання тенденцій і закономірностей його розвитку під впливом попиту, пропозиції та ціни. У літературі відзначається, що для досягнення цієї мети кон'юнктурні дослідження вирішують такі завдання, як:

- визначення об'єкта аналізу кон'юнктури ринку;
- збір та обробка кон'юнктурної інформації;
- аналіз специфіки економічної ситуації на ринку, поведінки його суб'єктів, які діють на ньому;
- оцінка й аналіз потенціалу й основних пропорцій ринку;
- визначення основних тенденцій розвитку ринку, його циклічності;
- виявлення прогнозних тенденцій розвитку кон'юнктури.

У науковій літературі представлено три рівні дослідження кон'юнктури ринку – товарний, галузевий і загальноекономічний (рис. 1).

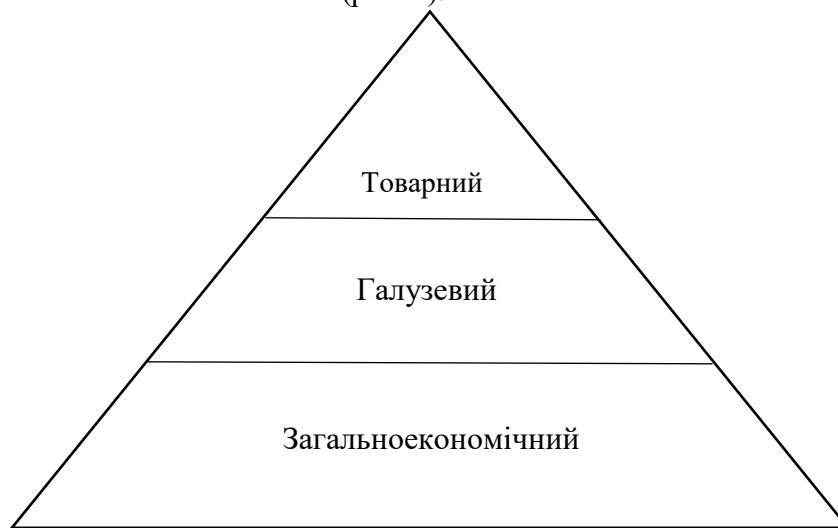


Рис. 1. Рівні дослідження кон'юнктури ринку

Джерело: складено автором на основі [4, с. 81]

Загальноекономічний рівень описує економічну ситуацію як світову, так і в окремих країнах або групах країн, яка формується під впливом різних факторів. Даний рівень враховує різні аспекти, включаючи потенціал підприємств та їх компоненти (виробничі, трудові, фінансові ресурси, природні ресурси), інфраструктуру, освіту та науковий потенціал, інституційну структуру господарства.

Нижчий (галузевий) рівень охоплює рівень концентрації та спеціалізації виробництва та продажу, різні методи державного регулювання економічних процесів, а також систему та структуру регіональних ринків і характеристику товарів та послуг. Важливо також вивчити фактори, що впливають на структуру регіональних ринків, розподіл доходів і прибутку між підприємствами і споживачами, цінові відношення, а також накопичення різних товарних запасів. На галузевому рівні визначається стан економіки національного та світового

масштабу.

Рівень конкретного товару (послуги) відображає його позицію на регіональних, національних та світових ринках.

Методика здійснення кон'юнктурного дослідження реалізується в наступній послідовності: 1) аналіз основних характеристик специфіки ринку; 2) оцінка розвитку структурних елементів кон'юнктури; 3) розроблення системи показників кон'юнктури; 4) збір і накопичення всього комплексу інформації, яка характеризує кон'юнктуру ринку; 5) визначення та моніторинг чинників, які впливають на кон'юнктуру; 6) вибір методів прогнозування та сам прогноз кон'юнктури.

Можна стверджувати, що кон'юнктурні дослідження – це цілеспрямований, безперервний збір та обробка інформації про стан господарювання на товарному ринку, аналіз і виявлення особливостей і тенденцій функціонування суб'єктів ринку, прогнозування основних параметрів і висунення можливих альтернатив для прийняття ними рішень. Здійснення досліджень кон'юнктури ринку є важливим для підприємств з наступних причин:

1. Забезпечує прогнозування попиту і пропозиції. Дослідження кон'юнктури ринку допомагають фірмам прогнозувати зміни в попиті та пропозиції на ринку. Це дозволяє підприємствам адаптувати свою виробництва і маркетингові стратегії, щоб забезпечити попит на їхню продукцію.

2. Надає розуміння власних конкурентних переваг. Розуміння кон'юнктури ринку дозволяє підприємствам визначати свої конкурентні переваги і ризики. Це допомагає розвивати стратегії, щоб бути більш конкурентоспроможними і успішними на ринку.

3. Реалізує планування ресурсів. Дослідження кон'юнктури ринку допомагають підприємствам раціонально планувати виробничі ресурси, такі як праця, сировина та матеріали і фінансові ресурси (активи). Відзначене дає змогу уникнути надмірної або недостатньої виробничої потужності.

4. Забезпечує розвиток маркетингу та збільшення продаж. Знання кон'юнктури ринку допомагає визначати цільову аудиторію, розробляти маркетингові кампанії та стратегії продажу, які відповідають потребам споживачів.

5. Стимулює мінімізацію ризиків. Дослідження кон'юнктури ринку допомагають ідентифікувати потенційні ризики, такі як зміни в попиті, конкуренція, зміни цін тощо. Це дозволяє розробити плани зменшення ризику та збереження стабільності бізнесу.

6. Проводжує інновації та стимулює розвиток. Розуміння кон'юнктури ринку сприяє розвитку інновацій та адаптації до змін. Підприємства можуть ідентифікувати нові можливості та ринкові ніші, що сприяє їхньому росту.

7. Підвищує ефективність управління ресурсами. Дослідження кон'юнктури ринку допомагають керівництву виробничого процесу використовувати ресурси більш ефективно і знижувати витрати.

Загалом, дослідження кон'юнктури ринку допомагають підприємствам приймати обґрунтовані рішення, підвищувати ефективність і конкурентоспроможність, а також адаптуватися до змін на ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345 с.

2. Ліпич Л.Г., Радішук Т.П. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства на засадах прогнозування кон'юнктури ринку автомобілебудування: монографія. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. 224 с.

3. Кобелева Т.О. Формування та оцінювання кон'юнктури ринку електротехнічної продукції: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків, 2012. 22 с.

4. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харків: ХНАМГ, 2020. 249 с.

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 the Industrial Marketing Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

МАРКЕТИНГ ТОЧКИ ПРОДАЖУ POINT OF SALE MARKETING

Маркетинг торгової точки (POS) – це всі зусилля, спрямовані на збільшення продажів безпосередньо там, де відбувається продаж. POS-маркетинг – це розробка стратегії, як стимулювати продажі та залучати клієнтів прямо у вашому магазині. Ефективний POS-маркетинг не повинен бути дорогим, а тому нами представлено ідеї для досягнення максимальних результатів із мінімальними зусиллями про те, як надихнути клієнтів простими засобами [3].

1. Презентація товару. Ефективна презентація товару запам'ятовується і справить позитивне враження на клієнтів. Чітка презентація продукції також забезпечує відчуття орієнтації та надає споживачам відчуття безпеки. Відповідна інформація про товар повинна негайно привертати увагу та бути чітко видимою. Цілеспрямоване та логічно-структуроване розміщення товарів підвищує готовність покупців купувати, отже, слугує ідеальною технікою стимулювання збуту.

2. Атмосфера. Основною умовою успішного POS-маркетингу є те, щоб клієнти почувались комфортно в магазині. Особливу увагу варто звернути на: доглянуту стійку магазину із гостинним входом, а також сучасними вітринами чи прикрасами; узгоджені та приємні кольори; добре структуровану зону магазину; сезонні та сучасні прикраси з використанням рослин, малюнків та плакатів; непряме освітлення; цільову музику.

3. Орієнтація. Клієнти точки продажу можуть відповісти на пропозиції лише в тому випадку, якщо вони можуть зорієнтуватися у торговій точці, для цього використовують добре розміщені покажчики, Чіткі та помітні ярлики, продуманий інформаційний дисплей та вивіски на дверях, наклейки на підлогу та вказівки.

4. Досвід покупок. Клієнти люблять відвідувати магазини, де вони щось переживають. Можна покращити досвід покупок не лише за допомогою класичних заходів, таких як забезпечення приємної атмосфери та успішне представлення продуктів, але й надання персональних порад та надання додаткових послуг у торговій точці. Для цього можна вжити певні заходи, щоб зробити покупки вражаючими: LIVE демонстрації та коучинг шоу; практичні заходи та ігри з виграшем; зразки продуктів та дегустація.

5. Додана вартість. Варто розглянути заходи, які пропонують клієнтам переваги. Наприклад, одним із способів це є встановлення цінкових стимулів. Можливими заходами, щоб запропонувати клієнтам точки продажу цінкові переваги, є: програма лояльності клієнтів; знижки та безліч пропозицій; ваучери.

Сьогодні в період цифрових технологій можна встановлювати зручні для споживача точки продажу на будь-якому пристрої. Такі точки продажу засновані на інтелектуальному інтерфейсі, який будь-яка роздрібна компанія може використовувати без проблем. Оскільки це надзвичайно гнучко, можна налаштувати точку продажу для задоволення точних потреб клієнтів. Такі точки продажу залишаються надійними, навіть якщо немає з'єднання з інтернетом. Споживач може створювати нові магазини швидко і просто, лише підключившись до Інтернету. Тоді можна використовувати свою точку продажу будь-де та

будь-коли. Хоча підключення до Інтернету потрібне для запуску точки продажу, вона буде працювати навіть після повного відключення.

Торгові точки в режимі он-лайн можуть нагороджувати своїх постійних клієнтів балами, подарунками та знижками за допомогою програм лояльності. Із допомогою карт лояльності та ідентифікаторів штрих-кодів клієнтів, можна визначати клієнтів торгових точок ще швидше та стежити за їх купівельними звичками та надсилати спеціальні пропозиції та повідомлення про продаж з Email-маркетинг.

За допомогою процесів автоматизації можна здійснювати контроль в реальному часі та точні прогнози щодо управління закупівлями, оскільки модуль автоматично додає будь-яку транзакцію з точки продажу на склад, а тому споживачі можуть бачити в режимі реального часу доступність товарів без втрати часу [1; 2].

Отже, POS-маркетинг - це шанс здійснити додаткові продажі та збільшити обсяги продажів. Творчість у торговій точці завжди приносить свої плоди. Навіть найменша торгова точка надає достатньо місця для певних творчих ідей. Варто робити покупки враженням для своїх клієнтів і дивувати їх впровадженням власних POS-заходів у магазині.

Перелік використаних джерел:

1. Бурліцька Оксана. Маркетинг у ритейлі під час війни // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації». 23-24 листопада 2022 року, Тернопіль, ТНТУ. С. 113-115.
2. 5. Бурліцька Оксана. Маркетингові інструменти в онлайн-покупках// Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: «Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу». 18 листопада 2022 року, Тернопіль, ТНТУ. С.25-26.
3. POS-Marketing: 6 Ideen für das Marketing am Verkaufsort. URL: <https://blog.hubspot.de/marketing/pos-marketing> (дата звернення 18.03. 2023).

УДК 338.48

Бурліцька Оксана

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Шоломейчук Сергій

аспірант кафедри промислового маркетингу
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oksana Burlitska

PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Industrial Marketing Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Serhii Sholomeichuk

Postgraduate student of the Industrial Marketing Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА FEATURES OF THE COMPLEX OF INFORMATION AND COMMUNICATION TOOLS IN THE ENTERPRISE MARKETING SYSTEM

Процес становлення ринкових відносин спричиняє необхідність переорієнтації виробництва та реалізації продукції на задоволення потреб кінцевих споживачів. Зарубіжний та вітчизняний досвід свідчить про те, що наразі, дієвим інструментом вирішення цього

завдання є застосування маркетингової комунікаційної політики. Окрім того, кожна підприємницька одиниця потребує додаткових переваг, які забезпечать їй можливість поліпшення ринкових позицій та забезпечення конкурентних переваг. Комунікаційна політика є одним з чотирьох основних інструментів маркетингу, метою якої є забезпечення взаємозв'язку між виробниками і споживачами товарів чи послуг. Використання підприємством комунікаційних інструментів при будь-якому рівні насиченості ринку здатне скоригувати поведінку господарюючих суб'єктів, посередників і споживачів у напрямку підвищення ефективності кінцевих результатів діяльності. Наразі, щоб забезпечити успішний продаж товару або послуги, фахівцям з маркетингу слід зробити більше, аніж просто стежити за його якісними характеристиками встановивши на нього найнижчу ціну або позиціювати товар найкращим чином. Актуальність теми дослідження обумовлена потребою залучення й утримання купівельного інтересу споживачів до певного виду товарів чи послуг за допомогою інформаційних інструментів та маркетингових засобів комунікацій [1]. Маркетинг як один напрямів діяльності підприємства потребує інтенсивного використання інноваційного інструментарію у системі комунікативного зв'язку зі споживачами. Розробка та впровадження інновацій в маркетингову комунікаційну діяльність, на нашу думку, є найбільш ефективним, якщо не єдиним, способом підвищення конкурентоспроможності та збереження високих темпів розвитку підприємства. Інновації в маркетинговій комунікаційній діяльності спрямовані на розширення її клієнтської бази, стимулювання збуту продуктів та послуг, що в результаті призводить до збільшення обсягів продажу, і, як наслідок, підвищення прибутків, що є кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства.

Роль маркетингової діяльності посилюється за рахунок того, що на ринку, наразі, відбувається активізація використання інформаційних технологій, яка спричиняє потребу у розвитку інноваційних маркетингових комунікаційних каналів та засобів поширення інформації. У сучасному трактуванні слово «комунікація» означає соціально обумовлений процес передачі і сприйняття інформації в умовах міжособистісного і масового спілкування шляхом інформаційних каналів та з допомогою різних комунікативних засобів [1]. На нашу думку, комунікаційна діяльність – це процес формування та передачі інформації, що надходить з підприємства на ринок. Маркетинг є одним з основних напрямків діяльності підприємства. У зв'язку з нестабільними умовами ведення бізнесу він потребує постійного удосконалення та використання інформаційного інструментарію у системі комунікативного зв'язку зі споживачами. Коли діяльність підприємства стає неефективною використання інноваційних форм комунікаційної діяльності може стати дієвим методом виходу зі збиткового стану. Інформація передається від джерела до одержувача, переконуючи його віддати перевагу саме певному бренду (торговій марці), здійснювати покупку «тут і зараз». У сферу комунікативної політики входять реклама, брендинг, оформлення вітрин, сайтів і груп у соціальних мережах, удосконалення упаковки, промо акції, пресрелізи та інші заходи щодо залучення споживачів. А тому комунікаційна діяльність у маркетингу – це спланована управлінська форма реалізації економічно-збутової та цінової політики в системі менеджменту підприємства. Комунікаційна діяльність у маркетингу направлена на взаємодію усіх суб'єктів маркетингової системи на основі обґрунтованої стратегії управління комплексом комунікативних засобів, що забезпечують стабільне і ефективне формування попиту і просування товарів та послуг на ринок з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку підприємством. Можна визначити переваги використання інформаційно-комунікаційних інструментів в системі маркетингової комунікаційної діяльності: розширення кола вже існуючих споживачів та збільшення відсотку потенційних (латентних) шляхом креативності подачі інформації про товар чи послугу; індивідуальний та нестандартний підхід до вирішення проблеми покупця; можливість завоювання ринку в короткі терміни; ненав'язливість рекламних повідомлення (на основі розсилання інформації за уподобаннями); формування клієнтської бази даних із врахуванням конкретних потреб цільової аудиторії; підвищення рівня споживчої лояльності; економія бюджету на рекламні заходи за рахунок використання інформаційних технологій. Аналіз медійних уподобань

споживачів різного роду товарів та послуг дає змогу сформувати комплекс інформаційних інструментів, які є найбільш поширеними у системі комунікаційної діяльності в маркетингу, найбільш креативними слід назвати: віртуальний промоутер, брендовий адвокат, сторітеллінг, інтерактивна підлога (дошка), туманний дисплей, інтерактивний мультитач-стіл, проєкційна плівка, корендинг, соціальна Інтернет інтеграція, позиціювання товару шляхом прихованої реклами, перехресне просування. Отже активізація використання інформаційних технологій спричиняє потребу в розвитку інноваційних маркетингових комунікаційних каналів та засобів поширення інформації.

Перелік використаних джерел:

1. Лементовська В. А., Харенко А. О. Інноваційні форми комунікаційної діяльності в маркетингу. Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука. Вип.19 (20), 2020. С. 60-65.
URL:http://www.investplan.com.ua/pdf/19-20_2020/12.pdf.

УДК 005.9

Гарматюк Оксана

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

Якуб'як Олена

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

Oksana Garmatiuk

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

Olena Yakubiak

Student of BM-31 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НАЙБІЛЬШ ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ КЕРІВНИКІВ У РОБОТІ З ПРАЦІВНИКАМИ THE MOST COMMON MISTAKES OF MANAGERS IN WORKING WITH EMPLOYEES

На підприємствах та в компаніях нечасто можна знайти керівника, який від початку власної кар'єри був ідеальним у своїй роботі. Більшість управлінців у своїй професії стикалися з проблемами під час взаємодії з персоналом, діяльність якого вони повинні були координувати. Це абсолютно нормально, оскільки всі керівники, не зважаючи ні на що, в першу чергу є людьми, а, отже, їм властиво припускатися помилок. Що вирізняє справжнього лідера – це його вміння усвідомити власні промахи, зрозуміти чому вони сталися та яким чином їх можна уникнути в майбутньому.

Найбільш типові помилки, які здійснюють менеджери, можна розділити на декілька груп, оскільки багато з них мають між собою щось спільне:

1) Помилки, що стосуються ставлення керівника до працівників в процесі робочої діяльності.

- Невміння зрозуміло пояснити. Коли керівник не може чітко та якісно пояснити поставлену задачу перед підлеглими, коли він висуває незрозумілі вимоги або дає розпливчасті часові рамки початку та кінця виконання завдання – все це призводить до надмірного навантаження, яке відчувають і працівники, оскільки вони не знають з чого

почати і що саме їм необхідно робити, і сам менеджер, тому що його команда не показує бажані результати праці. Крім того, до цього пункту можна також віднести ситуації, коли керівник делегує певні повноваження чи функції не конкретному співробітнику, а групі загалом, і тоді працівники не знають хто повинен виконувати поставлене завдання. Здебільшого ці проблеми вирішуються шляхом більш якісної комунікації між керівником та його командою, наприклад, коли він обґрунтовує свої рішення.

- Прагнення зробити все самому. Дані помилки стосуються як мікроменеджменту, коли керівник контролює кожен дію працівника, каже йому що і як необхідно зробити, так і недостатнього делегування, коли він просто не дозволяє іншим виконувати завдання, оскільки впевнений, що сам впорається краще. Менеджер також може боятися змін та не давати можливість своїй команді проявляти ініціативу у вирішенні поставлених завдань. Навіть більше, замість того, щоб дати пораду, він може самостійно вирішувати всі проблеми та питання своїх підлеглих, не даючи їм можливості розвиватися, або ж просто приймати результати праці співробітників незавершеними, щоб самому все закінчити. Щоб цього уникнути, керівнику варто довіритися своїй команді, дати працівникам можливість творчо мислити та право помилятися.

- Байдужість стосовно дій співробітників. Якщо менеджер вирішить, що він занадто контролює своїх підлеглих та перестане перевіряти їх роботу взагалі – це також буде помилкою. Відсутність правил та дисципліни на робочому місці або ігнорування прохань працівників про допомогу не буде ефективною стратегією ні для команди, ні для підприємства загалом. Важливо розуміти, де потрібно відійти вбік та спостерігати за роботою співробітника, а де варто підійти, дати пораду та направити у вірне русло.

2) Помилки, пов'язані з відношенням керівника до працівників поза межами роботи.

- Погане ставлення. Негативне відношення до працівників може проявлятися по-різному: пряма агресія до співробітників; занадто жорстока дисципліна та залякування персоналу заради досягнення результату; ігнорування внесків працівників під час роботи; несправедливе оцінювання персоналу; недотримання власних обіцянок перед співробітниками. Також, це може проявлятися, коли керівник не мотивує працівників до роботи, не дає їм можливості розвиватися та підвищувати свою кваліфікацію.

- Відсутність розуміння процесу взаємодії з колективом. Ці помилки включають в себе і невміння хвалити працівників, і відсутність розуміння мотивації персоналу, і приховування власних почуттів та створення образу керівника, що є недоступним для інших. Окрім цього, до них можна віднести невміння правильно розв'язувати конфлікти, що виникають всередині колективу; невміння представляти своїх працівників та захищати їх від критики в разі потреби; невміння поставити себе на їхнє місце, щоб зрозуміти особисті проблеми співробітників, а також занадто офіційна взаємодія з колективом або, навпаки, надто неформальна.

- Страх перед працівниками. Керівник може припускати багатьох помилок, коли він буде боятися критики у свою сторону чи можливості втратити свою посаду. Він також може мати дуже м'який характер, уникати протиріч та завжди погоджуватися з працівниками. Щоб цього не відбулося, керівнику варто розуміти, яку роль він займає, характер стосунків з підлеглими, свої обов'язки та повноваження.

3) Помилки, що стосуються ставлення керівника до роботи.

До цих помилок можна віднести ігнорування керівником свого професійного розвитку; коли менеджер не знає як зізнатися в тому, що він в чомусь не компетентний, або маскування його некомпетентності за поганим ставленням до підлеглих, і все це через страх засудження. Також, це може бути критика перед працівниками в сторону вищого керівництва чи компанії загалом під час виникнення певних труднощів в роботі; порушення службової етики; занадто емоційне реагування на будь-які проблеми замість того, щоб залишатися спокійним та врівноваженим; невміння правильно планувати свій час, а також створювати довгострокові плани, що стосуються діяльності того підрозділу, який він очолює.

4) Інші помилки.

Проблеми можуть виникнути ще під час підбору персоналу через нерозбірливість в кадрах, занадто високі чи низькі вимоги до кандидатів, приховування певної інформації та дискримінацію стосовно будь-яких характеристик потенційних співробітників. Або ж це можуть бути погані умови праці для працівників, відсутність перспективи підлеглих в кар'єрному рості чи навіть диктування списку завдань [1].

Зрештою, можна зробити висновок, що керівниками не народжуються – ними стають внаслідок важкої праці, яка включає також і роботу над своїми помилками. Однак, якщо в результаті менеджер, все ж таки, зможе віднайти свій спосіб взаємодії з колективом, який буде працювати на користь в обидві сторони, а також збільшувати ефективність і самого підприємства, тоді в нього є всі задатки, щоб стати хорошим лідером та повести за собою інших.

Перелік використаних джерел:

1. 12 помилок керівників, які знищують ваш бізнес. URL: <https://business.diiia.gov.ua/cases/biznes-rocatkivec/12-pomilok-kerivnikiv-aki-znisuut-vas-biznes> (дата звернення: 04.10.2023).

УДК 330

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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ У БІЗНЕСІ OPPORTUNITIES TO USE BIG DATA IN BUSINESS

Інформаційні системи суттєво змінюють архітектуру ринків і тому їх використання повинно стати частиною повсякденної роботи як управлінців суб'єктів господарювання, територіальних громад, так і держави загалом.

Великі дані (Big Data) є однією із найважливіших інформаційних технологій, які зараз покладені в основу прийняття стратегічних рішень великих компаній. Великі дані – це надзвичайно обширні обсяги інформації, які генеруються та накопичуються в різних джерелах, включаючи сенсори, мобільні додатки, IoT-пристрої, соціальні мережі, браузері та багато інших джерел.

Проаналізуємо ключові можливості використання великих даних в бізнесі.

Великі дані дозволяють підприємствам на основі аналізу масивів накопиченої інформації здійснювати прогнозування для стратегічного планування, оптимізації запасів, аналізу попиту та інших бізнес-процесів.

Також великі дані надають можливість підтримувати рішення на підставі об'єктивно аналітики на противагу досвіду та інтуїції. Це сприяє зниженню ризиків та підвищенню точності прийнятих рішень.

Великі дані активно використовуються в маркетингу для аналізу поведінки клієнтів і створення персоналізованих пропозицій та послуг. Це допомагає підвищити задоволеність клієнтів та збільшити лояльність клієнтів до компанії.

Корисним процесом, який можна реалізувати за допомогою аналітики великих даних, – є виявлення шаблонів та аномалій. Великі дані дозволяють виявити незвичні та неочікувані патерни, що може бути використано для виявлення помилок в бізнес-процесах.

Наприклад, велика роздрібна мережа може аналізувати дані про продажі і виявляти повторювані патерни поведінки клієнтів, такі як пікові продажі пі час святкових періодів або сезонних змін попиту на певні товари. Використання алгоритмів машинного навчання та статистичного аналізу дозволяє автоматично виділяти ці шаблони і забезпечує бізнес-аналітикам та керівникам інформацію про типові структури та тенденції в даних. Аномалії – це дані або події, які відрізняються від очікуваного стандарту або норми. Вони можуть бути сигналами про проблеми або можливості для покращення бізнес-процесів.

Отже, підприємства, які уміло використовують великі дані, набувають конкурентних переваг, оскільки можуть оперативнo реагувати на зміни на ринку та адаптувати до них свої стратегії. Важливо, що успішне використання великих даних вимагає не лише наявності технологічної бази, але і правильної стратегії, аналітичної експертизи та дотримання вимог щодо конфіденційності та захисту даних.

УДК 330

Стецюк Олеся

студентка 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

Olesia Stetsok

Student of PPM-51 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ INFORMATION PROVISION OF ANALYSIS FOR MAKING INVESTMENT DECISIONS AT THE ENTERPRISE

Всебічна можливість реалізації інтересів суб'єктів господарювання на всіх рівнях управління вимагає високорівневого використання інвестиційних ресурсів, активного технологічного розвитку та інновацій. Підвищення результативності інвестиційної діяльності підприємства дає змогу укріпити та наростити виробничий, ресурсний та фінансовий потенціал, а також здобути стійке положення на конкретному сегменті ринку.

Інвестиційна діяльність підприємств часто пов'язана із ступенем непередбачуваності очікуваних результатів інвестиційних проєктів. Ця непередбачуваність зумовлена основною властивістю інвестиційного процесу – ризиком, який є залежним від різних напрямків вкладення інвестиційних коштів. Перед прийняттям управлінського рішення щодо інвестиційної діяльності, підприємства проводять аналіз інвестиційних проєктів з метою оцінки їх привабливості в контексті співвідношення витрат, ризику та очікуваних прибутків. Проте, найсуттєвішим фактором є прийняття управлінського інвестиційного рішення на основі результатів аналізу, з іншими словами, вибір найбільш прибуткового проєкту відповідно до передбачених оцінок. Зокрема, аналіз доступної інформації про проєкт і можливість об'єктивної оцінки відіграють рішучу роль у генерації прибутку від інвестиційної

діяльності підприємства.

Значна кількість методологічних питань, пов'язаних із аналізом інформації для оцінки інвестиційного ризику на підприємствах, залишається актуальною та вимагає чіткого обґрунтування та розробки нових підходів та методик з урахуванням викликів глобалізації в економіці при умовах багатокритеріальної невизначеності. Ця необхідність особливо актуальна в контексті пошуку найбільш оптимальних підходів для аналізу та оцінки інвестиційних проектів.

Інвестування – один із ключових аспектів функціонування суб'єктів господарювання, що дозволяє їм досягти стійких конкурентних переваг на ринку та забезпечити стійке розвиток. Підприємства на будь-якому етапі свого життєвого циклу мають розглядати різноманітні інвестиційні ідеї та вживати рішень щодо одного чи іншого проекту[3].

На нашу думку, інвестиційні рішення – це різновид управлінських рішень щодо інвестицій суб'єкта підприємництва, які займають особливе місце в системі управління, оскільки, мають довгостроковий характер, досить вагомі з огляду обсягів ресурсів, що залучаються для їх реалізації і пов'язані із підвищеними ризиками.

Саме тому необхідно визначити критерії оцінки прийняття раціонального інвестиційного рішення основою якої є інвестиційний аналіз. Наявність правильного економічного обґрунтування ефективності інвестицій дозволяє порівняти можливі варіанти вкладення ресурсів в технічні, технологічні, організаційні й інші заходи, представлені у кожному інвестиційному проекті. Однак, варто розуміти, що подекуди навіть детально розраховані витрати щодо реалізації інвестиційного проекту не можуть бути гарантією якості проекту з огляду на фактори зовнішнього середовища, які не можна передбачити у зв'язку з їх формами – мажорною основою (війна, пандемія COVID-19 та інші надзвичайні події).

Отже, для того, щоб зробити проект таким, що працює, а інвестиції реальними, на кожному етапі (стадії) необхідний аналіз економічної доцільності та реалізації інвестицій або інвестиційний аналіз.

Саме завдяки інвестиційному аналізу можна системно оцінити недоліки і переваги проектів шляхом:

- збирання та аналізу даних про об'єкт інвестицій – аналіз фінансового стану та результатів діяльності;
- визначення інвестиційних пріоритетів: термін, дохід і їх взаємозв'язок з ризиком;
- розгляду альтернативних варіантів;
- аналізу існуючих проблем і врахування різних аспектів розробки та реалізації проектів до прийняття рішення про їх фінансування.

Отже, важливо відзначити, що оцінка фінансового стану підприємства та його фінансових результатів є вирішальним першим кроком на шляху до ухвалення інвестиційних рішень.

Можна розширити аналіз, користуючись наступними джерелами інформації для оцінки інвестиційних проектів: результати експертиз (юридичних, геологічних, екологічних, інженерних та інших); дані, доступні в глобальних інформаційних мережах, стосовно об'єкта інвестування; планові показники (бізнес-плани, інвестиційні бюджети тощо); висновки аудиторів та консультантів; інформація про ринок (ціни, ринкові сегменти, позиціонування тощо); методи та програми для об'єкта інвестування; кошторисна та інша фінансова інформація; деталі щодо персоналу, їх кваліфікація та навички; технічна документація; експертні висновки та аргументація інвестиційних проектів.

Підсумовуючи, широкий спектр джерел інформації дозволяє провести всебічний аналіз процесів інвестиційної діяльності. З цієї точки зору, системно організований та ефективно контрольований потік інформації визначає успішність проведення інвестиційного аналізу та, відповідно, прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Доречно також враховувати, що загальну сутність інвестування визначають два ключові фактори: час і ризик, а саме:

- час, адже отримання прибутку (доходу) планується в довгостроковій перспективі;
- ризик, адже кошти вкладаються в певній кількості, а величина майбутнього прибутку (доходу), як правило, невідома.

На нашу думку, ризик є тим фактором, що дуже часто стримує інвестиційну діяльність підприємства-інвестора, і, з іншого боку, також гальмує можливість залучення інвестицій з боку підприємства – об'єкта інвестування.

Варто розуміти, що повністю уникнути ризику інвестиційної діяльності підприємством неможливо, але існують різноманітні інструменти як мінімізації, так і оптимізації його рівня за співвідношенням ступеня ризику та сподіваного доходу за проектами [1].

При прийнятті інвестиційних рішень, важливий аналіз ефективності та ризику. Проте важливо пам'ятати, що роль інтуїції, досвіду і підприємницького обдаровання при прийнятті таких рішень немало велика.

Для обрання найкращого інвестиційного рішення, необхідно користуватися надійними методами для оцінки їх ефективності. Тому весь процес прийняття інвестиційних рішень повинен супроводжуватися відповідними розрахунками. Ці розрахунки допомагають визначити, чи варто інвестувати кошти в певний проект. Навіть за різних типів проектів та різних умов реалізації, оцінювання доцільності прийняття інвестиційного рішення варто проводити єдиною методологією та на основі єдиної системи обґрунтування принципів.

Таким чином, прийняття рішень на інвестування ґрунтується, в основному, на наступних принципах оцінки його ефективності:

- аналіз інвестиційного проекту всього життєвого циклу;
- моделювання грошових потоків, включаючи всі пов'язані із реалізацією інвестиційного проекту грошові надходження та витрати;
- оцінка всіх можливих альтернатив інвестування;
- принцип позитивності та максимуму ефекту;
- урахування чиннику часу при оцінці інвестиційного проекту (дисконтування);
- врахування всіх можливих наслідків інвестиційного рішення (економічні, екологічні, соціальні);
- багатоетапність оцінки на різних стадіях життєвого циклу проекту [2, с. 89].

Вивчаючи наукові розвідки вітчизняних дослідників, ми вбачаємо необхідність у створенні єдиної інтегрованої системи для адекватної оцінки інвестиційних рішень. Ця система базуватиметься на результатах фінансового аналізу, експертних оцінок ризиків проектів і методах визначення найкращого співвідношення між рівнем інвестиційного ризику та прибутковістю проекту, з обов'язковим врахуванням особливостей підприємств в залежності від їх виду діяльності та сектору економіки. Це не лише сприятиме підвищенню ефективності інвестиційної діяльності на рівні підприємств, але й сприятиме формуванню інвестиційного клімату у країні, що сприяє привабливості міжнародних інвесторів та підтримує вітчизняних підприємців.

Перелік використаних джерел:

1. Кудря Я. В. Управління інвестиційними ризиками промислових підприємств : монографія; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»; наук. редактор д.е.н., проф. С. О. Іщук. Львів, 2019. 174 с. (Серія «Регіони: моніторинг, прогнози, моделі»). URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20190010.pdf> (дата звернення: 19.10.2023).
2. Леось О.Ю., Семенова К.Н. Особливості прийняття інвестиційних рішень та формування інвестиційного портфелю на промислових підприємствах України. *Економіка та держава*. 2013. № 10. с. 86-89. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2013/21.pdf (дата звернення: 19.10.2023).
3. Морщенок Т.С. Прийняття та обґрунтування інвестиційного рішення в умовах ризику. *Економіка промисловості*. 2009. № 4. С. 109-114. URL: http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/10348/st_47_17.pdf?sequence=1 (дата звернення: 19.10.2023).

Хомик Христина
студентка групи ПП-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Артеменко Людмила
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Khrystyna Khomyk
Student of PP-31 group
Scientific supervisor: Liudmyla Artemenko
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В РЕАЛІЯХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN THE REALITIES OF THE DIGITAL ECONOMY

Світові тенденції сильно корелюють ізплинністю часу в сучасних реаліях ведення бізнесу і саме тому важливо розуміти те, наскільки швидко змінюються правила гри на національних та міжнародних ринках. Рівень конкурентоспроможності компанії та процес підняття її планки стає ключовим завданням підприємства. В останні роки прискорилися темпи розвитку нових технологій, Інтернету, діджиталізації та цифровізації. Збільшення кількості гаджетів, сайтів, соціальних мереж та їх користувачів форсує перехід компаній в Інтернет-середовище, де панують нові фактори та елементи, котрі мають свої закони та правила.

Генеральний директор компанії «Microsoft» Сат'я Наделла вважає, що кожна компанія має «виконувати функцію» ІТ-компанії, думати і діяти як оцифрована компанія [1]. Отже, цифровізація бізнесу стає невідворотною тенденцією, ігнорування якої слугує ознакою відсталості й невідповідності сучасним вимогам, підвищення конкурентоспроможності кожного економічного суб'єкта повинні реалізовуватися в площині його цифрового виміру.

Особливої актуальності відповідна тематика набуває розвитку на фоні пандемії COVID-19, в умовах війни, коли ресурси компанії ситуативно зміщують фокус прикладання зусиль і спрямують діяльність на проекти розвитку внутрішньої ефективності. Під час переходу на «цифрові рейки» за рахунок глибокого проникнення технологій підприємства отримують можливість оперативно адаптуватися до мінливих зовнішніх умов, потреб клієнтів, активності конкурентів, економічної політики держави. Програмні рішення дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, охопити клієнтів, які активно користуються смартфонами та планшетами та значно підвищити продуктивність праці. Хмарні технології надають можливість організувати спільну роботу над проектами у віддаленому режимі.

Використання підприємством цифрової економіки підвищує зростання купівельної можливості, оскільки цифрові платформи створюють інтенсивну цінову конкуренцію. Електронні торгові майданчики дозволяють придбати товар не тільки за вигідною ціною, але й вивчити характеристики товару, що продається по відгукам реальних користувачів, а також можливістю порівняти свій вибір з іншими варіантами, тим самим змушуючи конкуруючих виробників забезпечувати високу якість продуктів та послуг, надавати додаткові послуги та знижувати ціни.

Загалом, конкурентні переваги, що безпосередньо пов'язані з цифровою трансформацією, можна класифікувати таким чином:

- 1) технологічні забезпечують доступ до інформаційних технологій та ресурсів (Alibaba, Amazon, Microsoft);
- 2) функціональні – надають доступ до спеціалізованих інструментів та сприяють поліпшенню реалізації певних функцій підприємства – облік, планування, контроль ефективності тощо (SAP, 1C);
- 3) інфраструктурні – надають доступ до цифрової інфраструктури (Gmail, Ukrnet, карти);
- 4) корпоративні – оптимізують процеси управління (ProZorro);
- 5) інформаційні – надають інформаційний доступ до ринку;
- 6) ринкові – спрощують доступ до певного ринку, забезпечують та полегшують взаємодію сторін, наприклад маркетплейси (AliExpress, Amazon);
- 7) галузеві – оптимізують взаємодії учасників (Smartcat).

Серед цифрових продуктів та послуг, які здатні сформувати додаткові конкурентні переваги та характеризуються належністю до певної сфери чи галузі виробництва, варто виокремити Digital marketing — інструменти просування за допомогою цифрових каналів: радіо, телебачення, зовнішня реклама; використання комплексних методів on-line стратегії, розробка сайтів та мобільних додатків, digital-стратегія в страхуванні: трансформація всього бізнесу в напрямі роботи з електронним полісом, Інтернет-продажі, додаток «Дія», TeleHealth – для надання дистанційних медичних послуг та підтримки роботи лікарів.

Державні програми цифровізації сприяють отриманню від такого процесу переваг, які торкаються як всього оточення споживача, так і суспільства в цілому. Такі переваги реалізуються в прозорості всіх транзакцій, які проходять через базу даних і тим самим зменшують рівень тіньової економіки, що сприяє розвитку здорових ринкових відносин. Із негативних наслідків від цифрових загроз для діяльності підприємства потрібно виділити: зменшення потоку інвестицій, втрата вигідних контрактів, зниження цін або обсягів реалізації, небезпеку від хакерських атак, що може спровокувати злив даних та інформації про споживачів.

Практика останніх десятиліть показує, що концепції конкурентоспроможності істотно відрізняються в залежності від технологічного укладу, в основі якого лежить рівень розвитку продуктивних сил. В реаліях сьогодення цифрова економіка активно прогресує і в найближчі роки буде найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у світі. Це зумовлено тим, що її впровадження робить доступними державні та комерційні послуги, забезпечує зниження витрат на просування товарів, скорочує час проведення платежів та відкриває нові джерела доходу. Процеси цифрової трансформації підприємства перетворюються на організації з цифровим мисленням, що стали рушійною силою соціально-економічного розвитку провідних країн світу та основою сталого розвитку в майбутньому.

Підводячи підсумки, можна констатувати, що даний напрям в Україні в умовах глобальних трансформаційних процесів може стати поштовхом до модернізації економіки та подолання загроз та викликів. На думку науковців, визначальними передумовами становлення та поширення цифрової економіки є рівень розвитку людського капіталу та штучного інтелекту.

Перелік використаних джерел:

1. А.Стеценко. Як Сат'я Наделла створив нову Microsoft. URL: <https://ain.ua/2017/10/14/kak-satya-nadella-sozdal-novuyu-microsoft>

СЕКЦІЯ 8
ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ

УДК 658

Боднар Артур
студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Artur Bodnar
Student of PPM-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА
FEATURES OF MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES OF THE
ENTERPRISE

Один із ключових аспектів у функціонуванні підприємства є маркетинг, оскільки він значно впливає на бізнес-показники. Проте з розвитком наукової думки та зростанням глобальної конкуренції, концепція маркетингу як науки зазнає змін. Ця еволюція призводить до виділення маркетингу як самостійної складової управління підприємством.

Виділення маркетингу як окремої ланки в системі управління призводить до того, що він стає об'єктом управління і однією з концепцій управління підприємством. Ця інтеграція маркетингу і менеджменту призводить до виникнення нового поняття - маркетингового менеджменту, як концепції управління підприємством.

Різні науковці мають різні підходи до визначення маркетингового менеджменту, розглядаючи його як процес, спрямовану діяльність, зміну способу мислення, концепцію управління і так далі. Загалом, можна визначити маркетинговий менеджмент як систему управління, побудовану на засадах маркетингу, яка враховує потреби та запити ринку, враховуючи внутрішні можливості розвитку підприємства.

Розуміння маркетингового менеджменту в більшості випадків розглядається як динамічну систему з характерними для неї тенденціями розвитку (рис. 1).

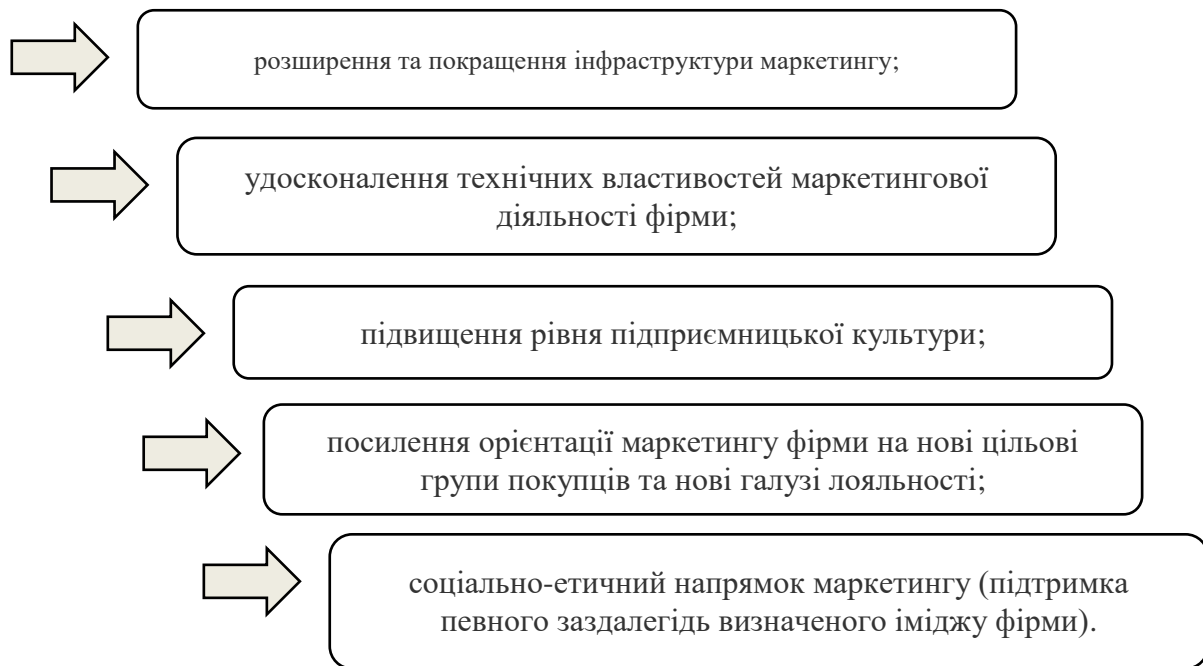


Рис. 1. Акценти розвитку підприємства із застосуванням концепції маркетингового управління

Джерело: складено автором на основі [1, с. 138]

Поняття маркетингового менеджменту включає в себе низку важливих аспектів: орієнтацію фірми на потреби ринку, використання стратегічного підходу співробітниками підприємства, акцент на комерційний успіх, гнучке реагування на зміни у зовнішньому середовищі, забезпечення конкурентних переваг, системний та комплексний підхід до управлінської діяльності, а також програмно-цільовий підхід. Усі інструменти маркетингового менеджменту повинні бути спрямовані на вирішення проблем і потреб потенційних споживачів.

Процес управління підприємством включає аналіз ситуації, планування, реалізацію планів і контроль, і повинен базуватися на принципах взаємовигідності для всіх учасників обміну, при цьому враховуючи маркетинговий підхід у всіх підрозділах підприємства. Термін «маркетингове управління» використовується для позначення цього процесу. Тим часом, «управління маркетингом» відноситься до ситуацій, коли мова йде про управління конкретним функціональним процесом на підприємстві, а саме процесом маркетингу.

Основною метою управління маркетинговою діяльністю є досягнення максимального прибутку шляхом задоволення потреб споживачів у процесі купівлі і продажу. Маркетингове управління ставить перед собою завдання забезпечити ефективне керівництво маркетинговою діяльністю, щоб досягти запланованого результату. Такий підхід вимагає специфічного аналізу, планування, організації, мотивації, реалізації та контролю, спрямованого на досягнення маркетингових цілей.

Предметом маркетингового управління є система виробничих відносин, спрямована на задоволення потреб споживачів шляхом створення безперервного ланцюга виробник-споживач, кожна ланка якого призводить до збільшення цінностей для кінцевого покупця. Це включає в себе закономірності ринкового виробництва, специфічні прийоми, інструменти і методи, які формують методологію науки маркетингового менеджменту та його логіку.

Головною метою управління маркетингом є досягнення максимальної стійкості в діяльності підприємства, систематичний розвиток і досягнення стратегічних цілей. У процесі управління маркетинговою діяльністю також вирішуються інші завдання, такі як вплив на споживача, ринок і конкурентів, створення товарів, які відповідають можливостям підприємства, та забезпечення достовірної інформації про ринок, товари, послуги, споживачів і конкурентів.

Підхід до процесу маркетингового менеджменту передбачає спрямованість на потреби ринку, використання стратегічного підходу і націленість на досягнення довгострокового комерційного успіху. Він ґрунтується на функціях управління та використовує цільовий, комплексний та системний підхід до всіх аспектів управлінської діяльності, включаючи ідеї, товари та послуги як ключові категорії. Ця концепція може бути розглянута як «система науково обґрунтованих уявлень про закономірності виробничо-збутової діяльності підприємств, організацій чи окремих осіб в умовах ринкової економіки».

Основні функції маркетингового менеджменту включають [2]:

1. Аналіз: це включає діагностику як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, дослідження ринку, характеристики та поведінку суб'єктів цільових ринків фірми, а також позиціонування послуг.

2. Планування: це означає формування маркетингової стратегії, розроблення планів маркетингу на основі досліджень і створення маркетингових програм.

3. Організація: включає в себе реалізацію задач та формування організаційної структури маркетингу на підприємстві, а також розроблення конкретних завдань і визначення повноважень та відповідальності за виконання маркетингових заходів.

4. Мотивування: це розроблення та впровадження матеріальних та моральних стимулів для персоналу та підтримка корпоративного духу в організації.

5. Маркетинговий контроль: включає в себе контроль за дослідженням ринку, виконанням маркетингових програм, виправлення виявлених помилок та маркетинговий аудит.

Отже, управління маркетингом виступає необхідною системою управління, побудованою на засадах маркетингу, і має на меті досягнення максимального рівня якості управління для ефективного виконання маркетингової діяльності. Маркетингова спрямованість в управлінні дозволяє краще задовольняти потреби завдяки обміну і досягати запланованого результату, що вимагає специфічних аспектів аналізу, планування, організації, мотивації та контролю, спрямованих на досягнення маркетингових цілей, а не лише загального управління.

Перелік використаних джерел:

1. Балацький С. О., Бондаренко А. Ф. Маркетинг: навчальний посібник. Суми, 2015. 397 с.
2. Кудінова М. М., Євтушенко В. А., Бахмет О. В. Дослідження та удосконалення управління маркетинговою діяльністю організації у сфері послуг. Східна Європа. *Економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6 (17). URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/actual-issue>. (дата звернення до ресурсу 21.10.2023 року)

Головата Юлія
студентка групи ПФМ-61
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

Yulia Golovata
Student of PFm-61 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Sergii Radynskyi
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РИЗИКИ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ МЕТОДИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ RISKS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND THE MAIN METHODS OF THEIR NEUTRALIZATION

На даному етапі питання управління ризиками для компаній, на діяльність яких безпосередньо впливає економічна ситуація в країні, набуває особливої гостроти в нинішніх економічних умовах. Наразі світ переживає серйозну фінансово-економічну кризу, спричинену війною в Україні та пандемією коронавірусу Covid 19. Україна перебуває в економічній, політичній та соціальній кризі. Нестабільне фінансове середовище вимагає змін у способах нейтралізації фінансових ризиків.

Застосування нових підходів у виробництві та використання сучасних інформаційних технологій в управлінні бізнесом призводять до значних змін у сфері ризиків. Як наслідок, зростає потреба в удосконаленні способів планування, прогнозування, ідентифікації та оцінки фінансових ризиків. Для ефективної діяльності компанії не завжди достатньо залучення додаткових капітальних інвестицій. У більшості випадків фактори зовнішнього та внутрішнього середовища негативно впливають на фінансову діяльність компанії, спричиняючи різні види ризиків, що призводять до фінансових втрат. Тому питання нейтралізації та мінімізації фінансових ризиків на підприємствах потребує значної уваги.

Поняття «ризик» означає відхилення сподіваних результатів від середньої або сподіваної величини. Складовою частиною ризиків є фінансовий ризик, що являє собою спекулятивний ризик, оскільки його можна розглядати як шанс мати збитки або одержати дохід [1].

Фінансовий ризик відіграє важливу роль у загальному портфелі ризиків компанії. Фінансовий ризик становить найбільшу частину загального бізнес-ризиків компанії та впливає на різні аспекти діяльності компанії. Зростання ступеня впливу фінансового ризику на фінансові результати діяльності підприємства пов'язане зі швидкими змінами кон'юнктури національної економіки та фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин, появою нових фінансових технологій та інструментів. Особливістю фінансового ризику є те, що він неминуче впливає на рух фінансових потоків і зміни в структурі фінансових активів підприємств. Іншими словами, будь-який економічний ризик неминуче призводить до фінансового ризику.

До основних видів фінансових ризиків для підприємств належать ризики, що знижують фінансову стійкість підприємства, ризик банкрутства, інвестиційний ризик,

інфляційний ризик, процентний ризик, валютний ризик, депозитний ризик, кредитний ризик, податковий ризик, структурний ризик, кримінальний ризик та багато інших ризиків. На додаток до цих ризиків деякі автори перераховують маркетинговий ризик, ризик зміни законодавства, ризик коливання цін, комерційний ризик, ризик втрати майна, соціальний і правовий ризик, функціональний ризик, селективний ризик і ризик ліквідності.

До основних зовнішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести такі: війна в Україні; слабка і нестабільна економіка країни; економічна криза; інфляція; неефективне державне регулювання банківської облікової ставки; підвищення рівня конкурентної боротьби; зниження цін на світовому ринку; політичні чинники тощо. Усі ці причини мають зовнішнє, щодо підприємства, походження і тому, їх підприємство контролювати не може.

До внутрішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести: підвищення витрат на підприємстві, незадовільну фінансову політику підприємства, неефективне управління витратами, доходами і фінансовими результатами. Необхідно зазначити, що зовнішні фінансові ризики можуть бути зумовлені загальноекономічними та ринковими чинниками. До загальноекономічних чинників треба віднести: загальний спад обсягів виробництва в країні, збільшення рівня інфляції, уповільнення платіжного обігу, недосконалість і нестабільність податкового законодавства, зменшення рівня реальних доходів і купівельної спроможності населення тощо. Серед ринкових чинників ризику можна виділити: зменшення обсягу внутрішнього ринку, падіння ринкового попиту, збільшення пропозиції товарів-субститутів, нестабільність фінансового і валютного ринків, недостатня ліквідність фондового ринку. Внутрішні фінансові ризики підприємства залежать від впливу виробничо-комерційних, інвестиційних і фінансових чинників [2].

Вибір засобів зниження ступеня фінансових ризиків має на меті мінімізувати можливий збиток у майбутньому. Різноманіття напрямів і методів зниження ступеня їх негативного впливу ставить підприємства перед проблемою вибору найбільш прийнятної у певній ситуації заходу. Система внутрішніх і зовнішніх механізмів мінімізації фінансових ризиків передбачає використання певних методів. Систематизувавши існуючі в літературі підходи до впливу на ступінь фінансових ризиків, вважаємо за доцільне визначити основні методи впливу та напрями регулювання ступеня фінансових ризиків [3]:

– ухиляння від ризиків: - відмова від ненадійних партнерів, постачальників; - відмова від ризикованих проектів; - відмова від прийняття ризикованих рішень; - відмова від здійснення надто ризикованих господарських операцій; - зниження частини позикових засобів у господарському обороті; - відмова від банківських кредитів, якщо кон'юнктура фінансового ринку несприятлива для підприємства; - відмова від будь-якої інвестиційної політики з метою підтримки високого рівня платоспроможності підприємства; - одержання додаткової інформації; - розробка схем ділової активності, що уникають найбільшій зони збитків тощо;

– локалізація ризиків: - виділення «економічно небезпечних» ділянок; - послідовне розукрупнення підприємства;

– передача ризиків: - страхування (передача ризику страховій компанії за певну плату); - створення структур взаємного страхування і перестраховування; - пошук гарантів; - хеджування; - фінансові гарантії, доручення; - внесення до тексту документів (договорів, торгових контрактів) спеціальних умов, що зменшують власну відповідальність підприємства при настанні непередбачених випадків чи тих, які передають ризик контрагенту.

– компенсація ризиків: - самострахування за рахунок створення системи резервів: резервних фондів (страхового і цільових), страхового товарного запасу, страхових запасів фінансових ресурсів (коштів), нерозподіленого залишку прибутку; - розробка і впровадження системи штрафних санкцій для контрагентів підприємства; - прогнозування зовнішньої економічної діяльності; - моніторинг соціально-економічної та нормативно-правової бази; -

активний цілеспрямований маркетинг; - створення спілок, асоціацій, кластерів; - боротьба з промисловим шпигунством;

– диверсифікація: - диверсифікація видів діяльності і зон господарювання; - диверсифікація асортименту продукції, що випускається; - диверсифікація постачальників основних груп товарів; - диверсифікація ринків збуту; - диверсифікація інвестицій; - диверсифікація портфеля цінних паперів; - диверсифікація депозитного портфеля; - розподіл відповідальності між партнерами; - розподіл впливу загрози у часі та ін.;

– лімітування: - встановлення відповідних економічних і фінансових нормативів; - встановлення максимального обсягу комерційної операції по закупівлі товарів, що укладається з одним контрагентом; - встановлення максимального розміру сукупних запасів товарів на підприємстві; - встановлення мінімального розміру оборотних активів у високоліквідній формі; - встановлення максимального розміру депозитного внеску, розміщеного в одному комерційному банку та інші.

Таким чином, фінансова діяльність підприємства в усіх її формах пов'язана з низкою фінансових ризиків, які значно підвищують ступінь впливу на результат її діяльності в сучасному бізнес-середовищі. Фінансовий ризик є однією з найскладніших категорій, пов'язаних з підприємницькою діяльністю.

Фінансові ризики відіграють важливу роль у системі фінансово-економічної безпеки підприємства. Зростання ступеня впливу фінансових ризиків на результати фінансово-господарської діяльності підприємств пов'язане зі швидкими змінами економічної ситуації в країнах, станом фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин, появою нових фінансових технологій та інструментів і багатьма іншими факторами. Відповідно, нівелювання фінансового ризику із використанням інструментів фінансового менеджменту є запорукою подальшої успішної діяльності підприємства у стратегічній перспективі.

Перелік використаних джерел:

1. Бойчук М. Г., Машлій Г. Б. Фінансові ризики підприємства та методи їх нейтралізації. IV Міжнародна науково-методична конференція Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» 24-26 жовтня 2013 р. С.121-122.
2. Горячий Ю. Сутність поняття «фінансовий ризик» підприємства. URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/Ryga_07_12_2018/Ryga18%2815%29.pdf (дата звернення до ресурсу 22.10.2023 року)
3. Орлик О.В. Фінансові ризики в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Інноваційна економіка. 2016. №5-6. С. 218-223.

Демборинська Вікторія
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Зарічна Надія
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна

Viktoriia Demborynska
Student of PFm-51 group
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific Spervisor: Nadiia Zarichna
PhD (Economics)
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ THE ROLE OF FINANCIAL CAPACITY IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

У ринкових умовах, які характеризуються невизначеністю та динамічністю, як кожне підприємство, так і органи влади мають адекватно оцінювати власні можливості розвитку та ефективно розпоряджатися наявними фінансовими ресурсами. Ринкові трансформації в національному і світовому вимірах відображають посилення фінансової глобалізації та активізацію переміщення фінансових ресурсів у різних формах, що, у свою чергу, посилює значення фінансового потенціалу у реалізації стратегічних цілей економічних суб'єктів і країни в цілому. Теоретичне підґрунтя розглянутої проблеми пов'язано і з відсутністю чіткого алгоритму створення Стратегії сталого розвитку в Україні, необхідність якої давно визнана на законодавчому рівні, проте в реальному житті існує ряд проблем щодо практичних кроків в напрямку реалізації. Це визначає актуальність та необхідність подальших наукових досліджень фінансового потенціалу та його ролі у забезпеченні сталого розвитку країни.

Метою написання статті є дослідження економічної категорії «фінансовий потенціал», визначення ролі фінансового потенціалу у забезпеченні сталого розвитку країни.

Загальновідомо, що однією із базових характеристик економіки країни, основою її конкурентоспроможності, безпеки і сталого розвитку є економічний потенціал. У перекладі з латинської, потенціал – це сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі. При конкретизації об'єкта управління, потенціал означає наявність можливостей та здібностей (навиків та вмінь) окремої особи (трудового колективу), за реалізації яких збільшується ефективність цього об'єкта (підприємства, регіону, країни). Тобто, наявний потенціал поєднує минуле, характеризує теперішнє та орієнтується на майбутнє.

У планово-адміністративній економіці економічний потенціал розглядався як сукупність накопичених ресурсів та невикористаних потенційних можливостей у сфері виробництва матеріальних благ та послуг з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства. Сучасні науковці трактують економічний потенціал як сукупну здатність економіки країни, її галузей підприємств, домогосподарств здійснювати виробничо економічну діяльність, випускати продукцію, товари, надавати послуги, задовольняти суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва і споживання. В економічній науковій літературі поняття «фінансового потенціалу» часто ототожнюють з поняттям

бюджетного, податкового або інвестиційного потенціалу. Із здійснення ринкових перетворень в державі змінюється і зміст цього терміну, поширюючи значення та надаючи йому динаміки. В результаті відбувається поступове еволюційне розмежування поняття «фінансовий потенціал» і «фінансовий ресурс». Сьогодні приділяється велика увага стратегії економічного розвитку країни, одну з вирішальних ролей у якій має відіграти її фінансовий потенціал.

Необхідність вирішення теоретичних та практичних завдань управління фінансовими ресурсами активізує роль фінансового потенціалу у забезпеченні сталого розвитку країни. Важливою складовою реалізації стратегії сталого розвитку України є модернізація фінансового механізму, основна мета якої – підвищення ефективності використання фінансового потенціалу й оптимізація управління наявними фінансовими ресурсами. Сьогодні постала необхідність вдосконалення фінансових методів, інструментів, важелів, нормативно-правового й інформаційного забезпечення на всіх рівнях економічної системи держави для забезпечення сталого її розвитку. Найважливіші принципи і пріоритети сталого розвитку представлені в «*Порядку денному на XXI століття*», який був прийнятий у 1992 р. на Міжнародній конференції ООН з довкілля і розвитку у Ріо-де Жанейро. В 2015 році 193 держави-члени Організації Об'єднаних Націй на Саміті зі сталого розвитку в Нью Йорку одноголосно прийняли нову глобальну програму сталого розвитку, що містить 17 цілей, яких світ має досягнути до 2030 року. Найголовнішими є: побороти голод та бідність; забезпечити підтримку здоров'я та поширення здорового способу життя для всіх людей, незалежно від віку

Перший рівень визначається як результат минулого нагромадження системою сукупних властивостей, які зумовлюють можливість її до функціонування та розвитку, а поняття «потенціал» набуває значення «ресурс».

Другий рівень розглядається як такий, де реалізуються наявні реалізовані та нереалізовані можливості, а поняття «потенціал» відповідає поняттю «резерв». Третій рівень свідчить, що потенціал «орієнтується на майбутнє», містить елементи майбутнього розвитку та виступає «єдністю стійкого і мінливого станів».

У результаті проведеного дослідження встановлено, що фінансовий потенціал держави є сукупністю наявних і потенційних фінансових ресурсів та людських властивостей, що мобілізуються й спрямовуються на забезпечення сталого розвитку. Головним об'єктом фінансового потенціалу виступають економіка. Фінансовий потенціал сприяє визначенню результативності використання фінансових активів, досягненню індикативних, планових та прогнозних показників, у тому числі ліквідності, стійкості, прибутковості, платоспроможності тощо. У сучасних умовах політичної, економічної та соціальної нестабільності на передній план висувається проблема вивчення фінансового потенціалу сталого розвитку країни.

Перелік використаних джерел:

1. 7 цілей сталого розвитку – відлік пішов. URL: <http://ecoclubua.com/2016/01/17-tsilej-staloho-rozvytku/>
2. Алексеенко І. І. Прогнозування розвитку фінансового потенціалу адміністративно-територіальної одиниці / І. І. Алексеенко, URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1204/12aiipod.pdf>
3. Буряченко А. Є. Фінансовий потенціал регіонального розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2013. 342 с.
4. Газуда М. В., Индус К. П., Лалакулич М. Ю. Детермінанти формування і удосконалення системи управління фінансовим потенціалом України / М. В. Газуда, К. П. Индус, М. Ю. Лалакулич. Ужгород: Видавництво «ФОП САБОВ А. М.», 2017. 220 с.

Луциків Іванна

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

Гупка Василь

провідний інженер кафедри автомобілів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Ivanna Lutsykv

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

Vasyl Gupka

Engineer of the Automobile Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

CRM ЯК ФІЛОСОФІЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ CRM AS A BUSINESS PHILOSOPHY

В економічній літературі, а також у багатьох джерелах можна зустріти інформацію, що CRM (Customer Relationship Management) це стратегічний інструмент, програмне забезпечення для взаємодії з клієнтами. У цьому є доля правди, проте спектр діяльності цієї системи є набагато ширший. Філософія всієї системи управління відносинами з клієнтами (CRM) полягає в концепції, що центром будь-якого бізнесу є клієнт. І відповідно напрямком CRM інструментів - забезпечити ефективність тих гілок бізнес-процесів, які безпосередньо спрямовані на взаємодію з клієнтами.

Управління відносинами з клієнтами – це сучасний підхід до бізнесу, де акцент робиться на задоволенні потреб клієнтів та створенні довгострокових відносин, які приносять користь і підприємству і клієнтам. Головною метою CRM є покращення спілкування з клієнтами, підвищення задоволеності клієнтів і збільшення прибутковості компанії. Однак, крім основної функції, CRM система також забезпечує ефективну комунікацію між співробітниками і керівництвом, оскільки заощаджується час, посилюється контроль над завданнями, плануються максимально точні цілі, скорочується кількість помилок через людський фактор, досягається прозорість в роботі кожного співробітника.

Як відомо, вибудовування взаємин з клієнтами, управління маркетингом і продажами, контроль і збереження бази клієнтів і постачальників, відстеження та аналіз ефективності роботи персоналу неможливо без використання в компанії сучасної, гнучкої і легкої в експлуатації CRM системи. Впровадження CRM системи дає можливість фахівцям, що працюють з клієнтами, мінімізувати тимчасові витрати на внесення інформації в базу клієнтів, а наявність чітких сценаріїв при роботі з різними рівнями клієнтів, дозволяє знизити рівень помилок при комунікаціях з клієнтами і постачальниками. Керівники можуть легко контролювати і оцінювати ефективність роботи продавців, аналізувати використовувані інструменти для підвищення кількості та рівня продажів, як новим, так і існуючим клієнтам. При необхідності, підключати до комунікацій фахівців інших відділів, що збільшує продуктивність і ефективність роботи менеджерів з продажу та компанії в цілому, підвищує лояльність до компанії клієнтів і постачальників, збільшує кількість прямих і перехресних продажів, сприяє збільшенню кількості закриття угод тощо [1, с. 313]. Зважаючи на кризові умови (економічні, політичні, екологічні, соціальні, ресурсні) в яких перебуває вітчизняний бізнес актуальним на сьогодні постає питання формування на підприємстві ефективної

системи управління взаємовідносинами з клієнтам спрямованої на підвищення конкурентоспроможності шляхом збереження існуючих клієнтів, через задоволення їх потреб та підвищення лояльності, пошук нових клієнтів та ефективну взаємодію з ними.

CRM – це інструмент управління взаємовідносинами з клієнтами, який зачіпає практично всі аспекти діяльності компанії: маркетинг, рекламу, продажі, доставку, обслуговування. Таким чином, ефективно впроваджені CRM системи забезпечують безліч переваг для відділу продажів, маркетингу, служби підтримки, оскільки дані, які систематизують ці системи, стануть у пригоді, щоб аналізувати клієнтів, сегментувати їх, відстежувати ефективність акцій, удосконалювати воронки продажів і т.д.

Дослідження GFK Ukraine показало, що українському бізнесу є куди рости з точки зору впровадження систем управління продажами, оскільки не більше 30 % українських компаній використовують CRM-системи. Найбільше CRM використовується в торгівлі, сфері послуг та ІТ. Для компаній, які вже працюють з цими системами або планують їх впроваджувати, в першу чергу важлива простота використання програмного забезпечення, технічні можливості та функціонал, наявність підтримки та навчання. Серед лідерів європейського ринку CRM-систем слід назвати такі компанії, як Siebel, PeopleSoft, Clarify, Pivotal, а також Інтернет-системи, орієнтовані на CRM для електронної комерції, BroadVision і NetPerceptions. На вітчизняному ринку серед найбільш відомих CRM-системи для великих та малих підприємств є: ZohoCRM (це хмарна CRM-система, яка надає інструменти для автоматизації продажів, маркетингу та обслуговування клієнтів), Бітрікс 24 (ця платформа пропонує різноманітні інструменти для управління відносинами з клієнтами, комунікації в команді і проектного управління), AmoCRM (спеціалізується на управлінні контактами і продажами. Він дозволяє створювати користувачів, вести журнал розмов з клієнтами та відстежувати потік продажів), HubSpot (це популярна CRM-система та інструменти маркетингу, які надаються українським компаніям для взаємодії з клієнтами та розвитку своїх бізнесів), SalesForce (вона надає різноманітні інструменти для управління продажами, маркетингом і обслуговуванням клієнтів). Сьогодні ринок CRM-систем постійно зростає і тому нові продукти можуть бути доступні з часом. Оскільки впровадження CRM системи є досить трудомістким та дорогим процесом, рекомендується завжди проводити детальний аналіз і вибирати оптимальну систему, яка найкраще відповідатиме потребам бізнесу.

Отож, основні аспекти філософії CRM включають:

- збір та аналіз даних: CRM передбачає збір і зберігання даних про клієнтів, їхні історії взаємодії з компанією, вподобання і потреби. Ця інформація допомагає краще розуміти клієнтів та надавати їм більш персоналізований сервіс;
- підвищення лояльності: CRM спрямована на підвищення лояльності клієнтів шляхом створення значущих взаємовідносин і задоволення їхніх потреб;
- автоматизацію процесів: використання технологій CRM допомагає автоматизувати процеси взаємодії з клієнтами, що полегшує надання послуг та керування відносинами з ними;
- оптимізацію маркетингу та продажів: CRM дозволяє спрямовувати маркетинг та продажі на основі аналізу даних, що сприяє покращенню результативності цих процесів;
- підвищення прибутковості: шляхом покращення відносин з клієнтами і оптимізації процесів, CRM допомагає збільшити прибуток компанії.

Отже, CRM – це філософія ведення бізнесу, яка ставить клієнта в центр усіх стратегічних і тактичних рішень компанії. CRM спрямована на створення та підтримку довгострокових та прибуткових відносин з клієнтами і базується на ідеї того, що задоволені та лояльні клієнти становлять один із найцінніших ресурсів та найважливіших активів підприємства. А тому всі, без винятку, компанії, мета яких масштабованість, рано чи пізно впроваджуватимуть у свою життєдіяльність інструменти по автоматизації взаємодії з клієнтами, тобто CRM.

Перелік використаних джерел:

1. Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). URL: <https://rbc-grp.solutions/ua/vzaimootnosheniya-s-klientami-crm/>

УДК 331.5:657

Роїк Юлія

викладач циклової комісії
з управління та адміністрування
ВСП «Калуський фаховий коледж економіки, права та
інформаційних технологій Івано-Франківського
національного технічного університету нафти і газу»
м. Калусь, Україна

Yuliia Roik

Teacher of the Cycle Commission
in Management and Administration
The Separate Structural Subdivision “Kalush Professional College of
Economics, Law and Information Technology of
Ivano-Frankivsk National Technical University of oil and gas”
Kalush, Ukraine

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ВАЖЛИВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS AN IMPORTANT CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Концепція соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) або корпоративної соціальної відповідальності – КСВ (англ. Corporate Social Responsibility, CSR) виникла ще у 1970-х роках у США та Великій Британії і поширилася по світі в кінці 20 століття. Саме в ті часи зміцніла роль профспілок у сфері охорони праці, значно посилилася увага суспільства до гарантування соціального захисту та недискримінації найманих працівників; гарантування якості та безпеки продукції (послуг); дотримання прозорості та відкритості, соціальної відповідальності у прийнятті важливих бізнес-рішень; вибору добропорядних та відповідальних бізнес-партнерів.

Важливим чинником популяризації концепції КСВ стали маркетингові стратегії компаній, зорієнтовані на споживацькі переваги. Уже на початку 21 століття діяльність у сфері СВБ стає невід’ємною частиною бренду, що підвищує прибутковість фірм. Згодом на практиці було запроваджено оприлюднення щорічних звітів СВБ відомих компаній. Так, у 2011 році 61 % корпорацій із 500 найбільших компаній світу на добровільних засадах опублікували нефінансові звіти про свою економічну, екологічну та соціальну діяльність, а у 2015 році такі звіти представили уже понад 80 % таких компаній. [1]

У 2017 році було ухвалено Директиву ЄС про обов’язкове розкриття інформації нефінансового характеру та іншої інформації різного характеру (EU Directive: disclosure of non-financial information and diversity information, Директива 2014/95/EU Європейського Парламенту і Ради), відповідно до якої всі компанії, що мають чисельність найманих працівників понад 500 осіб зобов’язані надати у щорічних звітах дані про економічні, екологічні та соціальні підсумки своєї діяльності, про бізнес-партнерів та оприлюднити їх.

Сьогодні концепція СВБ має на меті не тільки спрямувати підприємницьку діяльність на забезпечення сталого розвитку суспільства, але й сформувати позитивну суспільну думку про бізнес, про якість та безпеку продукції (послуг), що в свою чергу, сприяє зростанню обсягів збуту та збільшує прибутки фірми.

В Україні практика СВБ ще потребує значної уваги. У нашій країні слід активніше впроваджувати досвід країн ЄС, оскільки це відповідатиме євроінтеграційним прагненням та принципам збалансованого розвитку. Варто зазначити, що в Україні вже 15 років діє

експертна організація «Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)» (м. Київ), що об'єднує українські компанії та фірми, які дотримуються принципів CSR та впроваджують їх у своїй повсякденній практичній бізнес-діяльності. [1]

В країнах ЄС, Азії, зокрема, і в Україні, сьогодні існують директиви та регуляторні акти для великих компаній з розкриття нефінансових показників в своїх щорічних звітах. Нефінансова звітність – це звіти компаній, де відображені нефінансові показники, а саме показники з корпоративної соціальної відповідальності, або ESG-показники (екологічні, соціальні та управлінські). Ці звіти ще називають звітами зі сталого розвитку або корпоративної соціальної відповідальності. Дослідження Інституту відповідальності інвесторів показали, що близько 78% компаній світу готують нефінансові звіти. Додатково, все більше компаній почали включати нефінансові показники в щорічні звіти. Останній тренд – інтегрована звітність, за якою майбутнє, як вважають експерти [2].

Для соціально відповідальних компаній нефінансові звіти – це пошук сенсу і інструмент для того, щоб продемонструвати місію компанії; показати співробітникам, в якій компанії вони працюють, інвесторам - в яку компанію вони інвестують, а партнерам - з ким вони працюють; налагодити діалог із громадськими організаціями та місцевими громадами.

Серед стандартів звітності в Україні популярним є стандарти Глобальної ініціативи звітності (GRI). На міжнародному рівні компанії не виділяють якийсь один стандарт. Серед 300 компаній тільки 10 обрали один зі стандартів звітності – GRI або секторальний стандарт.

Якщо говорити про ESG-показники звітності, то лідирують екологічні питання - 95% компаній мають порівнювальні метрики, а 67% ставлять вимірювані цілі. У соціальних питаннях 86% компаній пропонують соціальні метрики, де здебільшого розкривають показник травм та нещасних випадків, і 40% компаній ставлять цілі.

Ще один з трендів – це звітування за Цілями сталого розвитку. Важливим моментом є те, що компанії, які обирали інтегровану звітність, набагато частіше говорять про «створення цінності для всіх». Кожна компанія незалежно від сектору має свій прямий та непрямий вплив на навколишнє середовище та суспільство, а управляти цими впливами може тільки прозора і ефективна система корпоративного управління. Інтегрована ESG-стратегія (екологічні, соціальні та управлінські чинники) допомагає компаніям встановити цілі та виміряти ці впливи.

Компанії все частіше починають узгоджувати свої основні бізнес-стратегії та соціальні цілі з Цілями Сталого Розвитку шляхом прийняття власних ESG-стратегій. Мета бізнесу трансформується від отримання прибутку до надання цінності для клієнтів, співробітників, постачальників, партнерів і громад. Все більше інвесторів прагнуть фінансувати організації та продукти, які підтримують та просувають стійкість, а лідери цих компаній намагаються бути активними та стійкими у донесенні своїх основних месиджів сталого розвитку.

Маючи попит інвесторів щодо збільшення контролю управління компаніями своїми екологічними та соціальними ризиками, а також прозорості корпоративного управління, Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» та Професійна асоціація корпоративного управління за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE) випустили перший в Україні Індекс ESG прозорості (ESG Transparency Index) 2020, що став одним із важливих інструментів для інвесторів з метою оцінки сталості українських компаній. Так, було оцінено 50 найбільших платників податків. Рівень прозорості українських компаній становив 32%. Отже, прозорість компанії збільшує її репутацію, а оприлюднення інформації за ESG-показниками стає все більш важливою для споживачів та працівників компанії. Саме тому оприлюднення КСВ-стратегій і програм, результатів їх впровадження, інформації про корпоративне управління, постійне оновлення такої інформації повинні стати основними пунктами репутаційних програм компаній.

Перелік використаних джерел:

1. Біла С. О. Соціальна відповідальність бізнесу // Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Соціальна відповідальність бізнесу](https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу) (дата звернення: 23.10.2023).
2. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)». Можливість бути першими [Електронний ресурс]. URL: <http://csr-ukraine.org>.

УДК 349.6:339.924

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 the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk

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

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ДИРЕКТИВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОСТОРУ В РАМКАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ IMPLEMENTATION OF THE DIRECTIVES OF THE EUROPEAN UNION ON ENVIRONMENTAL SPACE WITHIN THE FRAMEWORK OF INTEGRATION OF UKRAINIAN BUSINESS

Повноцінне впровадження пакета директив і регламентів ЄС в національне законодавство України у сфері довкілля та зміни клімату, внаслідок обрання державою зеленого курсу як основи трансформацій та з метою формування вільної конкурентоздатної економіки, розвитку бізнесу на макро- та мікрорівнях, інтегрування країни на міжнародну арену, є питанням безумовно складним й багатоступінним. Важкість такого процесу імплементації обумовлена сьогочасними суспільними викликами – розгорнутою повномасштабною війною та впливом військових дій на довкілля. Однак, якщо раніше експерти галузі запевняли усіх, що зробити миттєву зелену перебудову держави не можливо та слід виконати низку певних робіт, то тепер, коли у стані війни Україна отримала статус кандидата на вступ в ЄС (від 23 червня 2022 року), створилися нові реалії та передумови, які висувають потужні перспективи для подолання розриву і ґрунтовного приведення українського законодавства до європейського, де зелена економіка є головним імперативом розвитку.

Перелік окремих «зелених» директив й регламентів ЄС для становлення європейського бізнесу в Україні

№ з/п	Сектор	Назва директив й регламентів ЄС
1.	Горизонтальні питання в екологічній сфері	Директива 2011/92/ЄС про оцінку впливу окремих державних і приватних проєктів на навколишнє середовище
		Директива 2004/35 про екологічну відповідальність за попередження та ліквідацію наслідків шкоди, завданої довкіллю
2.	Шум	Директива 2002/49/ЄС про оцінку та управління шумом у довкіллі
3.	Якість атмосферного повітря	Директива 2008/50/ЄС про якість атмосферного повітря та чистіше повітря для Європи
		Директива (ЄС) 2016/2284 про скорочення національних викидів певних забруднювачів атмосферного повітря
		Директива 94/63/ЄС про контроль викидів летких органічних сполук
4.	Охорона природи	Регламент (ЄС) № 995/2010, яким встановлюються зобов'язання операторів, які розміщують деревину та деревинні товари на ринку
		Регламент (ЄС) № 2173/2005 про встановлення системи ліцензування FLEGT для імпорту деревини у ЄС
5.	Управління відходами та ресурсами	Директива 2008/98/ЄС про відходи
		Директива 2006/21/ЄС про управління відходами видобувних галузей
		Директива 94/62/ЄС про пакування та відходи пакування
		Директива 2019/904 про зменшення впливу певної пластикової продукції на довкілля
		Директива 2012/19/ЄС про відходи електричного та електронного обладнання
		Директива 2000/53/ЄС про транспортні засоби, термін експлуатації яких завершився
		Директива (ЄС) 2019/883 про портове приймальне обладнання для здавання відходів із суден
		Директива Ради 1999/31/ЄС про захоронення відходів
6.	Управління та якість водних ресурсів	Водна рамкова директива 2000/60/ЄС
		Директива 2008/105/ЄС про встановлення стандартів екологічної якості у сфері водної політики
		Директива 2006/118/ЄС про захист підземних вод від забруднення та виснаження
		Регламент (ЄС) № 2020/741 про мінімальні вимоги щодо повторного використання води
7.	Промислове забруднення та управління ризиками	Директива 2010/75/ЄС про промислові викиди
		Регламент (ЄС) № 1221/2009 про добровільну участь організацій у схемі екоменеджменту та аудиту (EMAS) Співтовариства
		Регламент (ЄС) № 66/2010 про знак екомаркування
		Регламент (ЄС) № 166/2006 про запровадження Європейського реєстру викидів та переносу забруднювачів
8.	Хімічні речовини	Регламент (ЄС) № 1272/2008 про класифікацію, маркування та пакування речовин і сумішей
		Регламент (ЄС) № 2019/1021 про стійкі органічні забруднювачі
9.	Зміна клімату	Європейський кліматичний закон (Регламент 2021/1119)
		Регламент (ЄС) № 2023/955 про створення Соціального кліматичного фонду
		Регламент (ЄС) № 1005/2009 про речовини, що руйнують озоновий шар

Примітка: сформовано автором на основі [1]

Очевидно, що окремі екологічні реформи в Україні є напрацюваннями попередніх років та ключові цінності європейського «зеленого» законодавства в них закладено. Однак, частина питань все ж таки сьогодні залишається відкритою, а повноцінна імплементація деяких європейських нормативних актів є довгостроковим процесом та вимагатиме ще чимало часу й зусиль (внаслідок дефіциту людських й адміністративних ресурсів, браку коштів, відсутності ефективних інститутів). Сьогодні, обраний європейський вектор поступу для України є нагодою сформуванню власну ресурсоефективну та конкурентоспроможну національну економіку, а послідовна гармонізація українського законодавства у сфері екології до практик ЄС на засадах спільної відповідальності та інноваційності, свідчить про невимовну мотивацію України до «зелених» євроінтеграційних перемін. Така трансформація дасть можливість швидко відбудувати й відновити державу у післявоєнний період,

використовувати більш екологічні технології у бізнесі, зменшити національну залежність від викопного палива, скоротити обсяг викидів промисловими підприємствами у довкілля, забезпечити конкурентоспроможність суб'єктів бізнесу на європейському і світовому ринках на екоорієнтованих принципах належного екологічного врядування.

Перелік використаних джерел:

1. Довідник *acquis communautaire* у сфері довкілля та зміни клімату. Довідник. Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля» (2023)». 2023. 207 с. URL: <https://www.rac.org.ua/uploads/content/692/files/acquiscommunautaire.pdf>.

ДЛЯ ПОТАТОК

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

***Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»***
(Тернопіль, 03 листопада 2023 р.)

***Proceedings of the 11th International Scientific-Practical Conference
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”***
(Ternopil, November 03, 2023)

Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 03 листопада 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. 169 с.

ISBN 978-617-7875-68-9

Координати оргкомітету:
кафедра економіки та фінансів ТНТУ
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 16.11.2023. Формат 60×90, 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.
Умовно–друк. арк. 13,1. Наклад – 100 прим.
Замовлення № 16112023

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.