

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ПОЛІТОЛОГІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ

КАФЕДРА СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА  
І МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

## **Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку в контексті євроінтеграції України**

ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**22 вересня 2023 року**

Конференцію організовано у межах проектів  
ЕРАЗМУС+ 611599-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-MODULE  
«Соціальне та економічне включення біженців та мігрантів  
до Європейського Союзу: виклики для України»  
та 101048173- Monetary policy-ERASMUS-JMO-2021-HEI-  
TCH-RSCH «Успіхи і недоліки монетарної політики  
Європейського Союзу: наслідки для України», які  
фінансуються з боку Європейського Союзу



Funded by the  
European Union



Львів-Торунь  
Liha-Pres  
2023

УДК 334.012.2:339.923ЄС(477)

А 43

**Організаційний та програмний комітет:**

**Алексєєвська Г. С.** – доктор філософії з міжнародних економічних відносин, старший викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Горняк О. В.** – д.е.н., професор, професор кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Кириченко М. В.** – старший викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Крючкова Н. М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Ломачинська І. А.** – д.е.н., доцент, завідувачка кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Ніколаєв Ю. О.** – к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Пічугіна Ю. В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Родіонова Т. А.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Цевух Ю. О.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Якубовський С. О.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**Відповідальний за випуск:**

**Якубовський Сергій Олексійович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І. І. Мечникова.

**А 43** **Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку в контексті євроінтеграції України:** матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 22 вересня 2023 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. – 160 с.

ISBN 978-966-397-323-4

Викладено тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку в контексті євроінтеграції України», яка відбулася у м. Одеса 22 вересня 2023 року.

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

**334.012.2:339.923ЄС(477)**

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

<b>Бурляй А. П., Дем'янчук М. А.</b> СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ ВИМУШЕНОГО ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО ЖИТТЯ ВОЄННИХ МІГРАНТІВ З УКРАЇНИ В ПОЛЬЩІ .....	7
<b>Євтушенко К. В., Смерічевська С. В.</b> СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК .....	13
<b>Paliienko Tetiana</b> INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN THE EUROPEAN INTEGRATION CONTEXT: THE UKRAINIAN EXPERIENCE .....	19
<b>Palchuk Olena</b> UKRAINIAN EDUCATION IN MODERN REALITIES: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS .....	22
<b>Рахімі А. М.</b> ФІНСЬКА ЕКОСИСТЕМА СТАРТАПІВ: ДОСВІД УСПІХУ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	26
<b>Скороход І. С.</b> ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СПІЛЬНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ .....	31

### СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

<b>Видобора В. В.</b> ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ НОВИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ КРАЇН ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ: КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ .....	34
<b>Зайченко А. В.</b> ОГЛЯД ТЕОРІЙ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗУМІННЯ ІРРАЦІОНАЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ .....	39

### СЕКЦІЯ 3. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Гуань Жань</b> ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА НЕРІВНОМІРНІСТЬ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ .....	43
<b>Кицюк І. В.</b> РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: НОВІ ВИМОГИ ДО НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ .....	46

<b>Музиченко М. В.</b> АМБІТНІ СПГ-ПРОЄКТИ ЯК ЗАПОРУКА ЛІДЕРСТВА НА СВІТОВОМУ ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ .....	49
<b>Намонюк В. Є.</b> РОЛЬ СТАРТАПІВ У РОЗРОБЦІ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ ПОДВІЙНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	52
<b>Шморгун І. Ю.</b> МАТРИЦЯ БОСТОНСЬКОЇ КОНСАЛТИНГОВОЇ ГРУПИ ДЛЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТАЛОГО МІЖНАРОДНОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ.....	55
<b>СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ</b>	
<b>Котух Є. В.</b> ПРІОРИТЕТИ ТА ВИКЛИКИ ТОКЕНІЗАЦІЇ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОГО ІНВЕСТУВАННЯ.....	59
<b>Лебедєв І. В.</b> ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: УКРАЇНА»: РЕЗУЛЬТАТИ ПЕРШОГО ЕТАПУ .....	62
<b>Софіщенко І. Я.</b> ІМПЕРАТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ЗА УМОВ ПОГЛИБЛЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ.....	66
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b>	
<b>Андрухович Д. Р.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ .....	70
<b>Кобеля-Звір М. Я., Вовчак О. Д.</b> ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ ДЛЯ ВЕТЕРАНІВ ТА ЧЛЕНІВ ЇХ РОДИН: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	75
<b>Лебеденко С. О.</b> ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МАРКЕТИНГУ: РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ В НАДАННІ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО СЕРВІСУ.....	79
<b>Новоселець А. І.</b> ДЕТЕРМІНАНТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	84
<b>Пашкуда М. О.</b> ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ЕЛЕКТРОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	89
<b>Пилипенко О. С.</b> АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ РИЗИКІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	92

**Рожко В.І.**  
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ  
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ .....95

**Хаустов М. М., Юрченко О. К.**  
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ  
ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ .....99

## **СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

**Сторожук О. В., Заярнюк О. В.**  
УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРАКТИК  
В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ .....104

## **СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Кобзар О. М.**  
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ВАРТОСТІ  
КОМПЕНСАЦІЙНИХ СХЕМАМ  
У СФЕРІ ЗБЕРЕЖЕННЯ БІОРІЗНОМАНІТТЯ.....108

**Соловій І. П., Панчишин Я. В.**  
РАМКОВІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСУВАННЯ  
НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....112

## **СЕКЦІЯ 8. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

**Маслов Ю. К., Маркус Я. І., Покачайло В. М.**  
ЖИТЛО ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ  
СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ .....116

**Сергєєва Я. С.**  
ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ У КРАЇНАХ ЄС  
ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ АДАПТАЦІЇ ДО ДІЮЧОЇ ПРАКТИКИ В УКРАЇНІ.....119

**Скрипник О. І.**  
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ  
В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....123

## **СЕКЦІЯ 9. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

**Бортніков Г. П.**  
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ВИМІР ІНФЛЯЦІЇ.....127

**Боцман Ю. О.**  
СВІТОВА ПРАКТИКА ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ ТА ДЕРЖАВИ  
НА ВТОРИННОМУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ.....132

<b>Наконечна Н. В.</b> ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОТРИМАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ .....	136
<b>Пастухов Д. А.</b> ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК СИСТЕМА ОТРИМАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ.....	140
<b>Погорільська В. В.</b> ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ БАНКУ .....	145
 <b>СЕКЦІЯ 10. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b>	
<b>Брайко В. С.</b> РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АУДИТІ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	148
 <b>СЕКЦІЯ 11. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b>	
<b>Гужва В. М.</b> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЗРІЛОСТІ .....	151

## **СЕКЦІЯ 1. ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ТА МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ**

**Бурляй А. П.**

*доктор економічних наук, професор,  
Центр міграційних досліджень Варшавського університету  
м. Варшава, Польща*

**Дем'янчук М. А.**

*доктор економічних наук, доцент,  
Центр міграційних досліджень Варшавського університету  
м. Варшава, Польща;  
економіко-правовий факультет  
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова  
м. Одеса, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-1>*

### **СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ ВИМУШЕНОГО ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО ЖИТТЯ ВОЄННИХ МІГРАНТІВ З УКРАЇНИ В ПОЛЬЩІ**

Як відомо, війна Росії проти України призвела до вибуху міграції не лише всередині країни, а й за її межами. Майже третина населення України стала вимушеними мігрантами. Станом на кінець серпня 2023 року в Польщі було зареєстровано майже 1 мільйон осіб. Понад 70% з них – жінки, а частка дітей віком до 18 років становить 33,2%. Ніхто не може достовірно передбачити, чого очікувати після закінчення війни: чи повернуться українці до своїх домівок або можливе воз'єднання сімей у країні, яка надає тимчасове проживання. Однак можна з упевненістю сказати, що більшість українських сімей дійсно розділені і живуть на території двох або більше країн. Це явище називають «транснаціональним життям».

Ми повністю підтримуємо думку дослідників Левітта П. та Яворського Б., що «міграція ніколи не була одностороннім процесом асиміляції в плавильному котлі або мультикультурній салатниці» [1]. Вони зазначають, що це складний процес, в якому мігранти одночасно

залучені різними способами і на різних рівнях до різних сфер транснаціонального соціального простору. Предметом цього дослідження є процеси, пов'язані з транснаціональним життям воєнних мігрантів з України, які ведуть активне життя як у вихідному суспільстві (Україна), так і в приймаючому суспільстві (Польща).

Приклад Польщі є досить наочним з точки зору значного переміщення та взаємопроникнення соціально-економічних елементів обох країн, створюючи так звані «транснаціональні соціальні простори». Іншими словами, можна сказати, що воєнні мігранти формують нову соціальну групу, яка побудована на характеристиках обох країн і є чимось більшим, ніж сума внесків. Створюється кардинально інше міграційне середовище – транснаціональні соціальні простори з деталізованими соціокультурними зв'язками.

Розглянемо специфіку створення транснаціонального простору воєнними мігрантами з України в Польщі. І, звичайно, необхідно розрізняти поняття фізичного простору і соціального простору. Фізичний простір має межі, визначені географічними або фізичними точками; він може бути обмеженим, як місце або територія, або розширеним, як район. Розміщення воєнних мігрантів (бенефіціантів міжнародної тимчасової охорони) з України на території Польщі є нерівномірним. Але незважаючи на зміну кількості мігрантів у часі, їх розподіл по території залишається більш-менш стабільним [2]. Це пов'язано з різними факторами, серед яких наявність житла, можливості працевлаштування та доступу до освіти, розвиненість соціальної інфраструктури, наявність етнічних та діаспорних спільнот та інші фактори.

Створення ж транснаціональних соціальних просторів у контексті українських воєнних мігрантів у Польщі значною мірою зумовлене діяльністю організацій та установ, які допомагають українським мігрантам. Станом на кінець серпня 2023 року в Польщі налічувалося 975 таких центрів допомоги. За даними порталу Маруї Romos [3], їхня кількість постійно змінюється – одні припиняють свою діяльність, інші створюються, але спостерігається загальна тенденція до зростання. Розміщення пунктів допомоги мігрантам також є нерівномірним, але прямо корелює з кількістю мігрантів на певній території. Тому кількість пунктів допомоги воєнним мігрантам в одних регіонах у 8–10 разів більша, ніж в інших. Більшість мігрантів шукають притулку в більш населених містах, де більш розвинена соціальна інфраструктура, доступ до різних видів допомоги, ширший доступ до ринку праці.



Аналізовані пункти допомоги надають понад 40 видів різнопланової допомоги мігрантам, майже чверть з яких є соціально-культурними. І зокрема такі категорії допомоги, як освіта, культура та інтеграція, психологічна підтримка, охорона здоров'я та інші види допомоги. У процесі систематизації основних соціокультурних елементів транснаціоналізму воєнних мігрантів з України в Польщі нами виділено 5 таких складових: мова та комунікація, освіта, соціальні мережі, релігія, а також мультурний діалог та відносини між представниками різних культур.

Одним із ключових аспектів культури мігрантів у транснаціональному середовищі є, безумовно, *мова та комунікація*. Воєнні мігранти стикаються з проблемами комунікації через мовні та культурні відмінності. Крім того, мова є важливим елементом самоідентифікації та приналежності. Не зважаючи на те, що Польща є територіально близькою до України, схожість української та польської мов стала одним з найважливіших факторів, що впливають на рішення мігрантів залишитися в Польщі. Тому у відповідь на масовий рух українців до Польщі різні установи та громадські організації організували величезну кількість курсів польської мови як для дітей, так і для дорослих. Їх можна знайти в університетах, школах, громадських організаціях, приватних мовних школах та інших навчальних закладах. Багато курсів пропонують різні рівні вивчення мови: від початкового до просунутого. Є курси, орієнтовані на конкретні професії, наприклад, для медичних працівників, вчителів. Багато курсів проводяться онлайн.

Дослідження показують, що більшість курсів є безкоштовними і фінансуються урядом або неурядовими організаціями. Наприклад, Університет Варшавський реалізує програму «Університет Варшавський для України», метою якої є підтримка воєнних мігрантів з України, які прибули до Польщі після 24 лютого 2022 року. Загалом, за даними сайту Маруї Ротос [3], станом на серпень 2023 року в Польщі налічувалося 417 різних організацій, які надають послуги з вивчення польської мови українським воєнним мігрантам. Крім того, транснаціональності українських мігрантів сприяють такі категорії допомоги, як послуги мовного асистента та перекладача. Транснаціональність проявляється також у поглибленому вивченні й інших мов (наприклад, англійської, німецької, іспанської тощо).

Характерною рисою транснаціонального життя українських мігрантів є доступ до ринку праці. А *освіта* безпосередньо допомагає їм стати більш конкурентоспроможними на ринку праці, отримувати вищу

заробітну плату та кращі умови праці, ніж просто посади низько кваліфікованої праці. Тому, окрім мовних курсів, у Польщі створено багато можливостей для підвищення кваліфікації та навичок, освоєння нових професій у різних сферах.

Важливим питанням для українських мігрантів є освіта їх дітей, яка також є транснаціональною, оскільки діти можуть навчатися в закордонних навчальних закладах, зокрема польських. Станом на червень 2023 року майже 300 000 дітей українських воєнних мігрантів навчалися в польських закладах [4], причому перевага надається державним установам, які відвідують майже 92% учнів. Якщо розглядати кількість учнів за етапами навчання, то кількість дітей, які відвідують дошкільні заклади, становить 12%. Початкові школи відвідують 39% дітей, середні школи – майже 46%, а поліцейської школи – трохи більше 2%.

Існують спеціальні школи для іноземних дітей та молоді, спеціальні навчальні програми для дітей мігрантів. Діти досить часто поєднують навчання в українських та польських школах. Але якщо батьки не планують залишатися в Польщі в майбутньому, а просто чекають, коли закінчиться війна, діти нерідко навчаються дистанційно в українських школах. Це може бути пов'язано з проблемами адаптації та їхнім емоційним і психічним станом. Серед них можна виокремити мовні бар'єри, культурні відмінності, соціальну адаптацію, фінансові обмеження, психологічні проблеми, обмежений доступ до інформації або різні види дискримінації. Наприклад, українські діти можуть недостатньо володіти польською мовою, що може призвести до проблем із розумінням матеріалів уроків та спілкуванням з однокласниками і вчителями.

Важливою частиною соціального та культурного життя українських воєнних мігрантів в контексті транснаціоналізму є *групи в соціальних мережах*. Вони виявилися важливим джерелом інформації в кризових ситуаціях – під час війни, евакуації, переселення, пошуку роботи, волонтерства тощо. Ці групи існують у Telegram, Vibere, WhatsApp, Facebook і об'єднують мігрантів з України, а також поляків, білорусів та людей з інших країн, які мають спільні інтереси, обмінюються інформацією та досвідом. Крім того, соціальні мережі виконують важливу функцію – підтримання зв'язку з родиною та друзями, які залишилися в Україні чи на окупованих територіях або перебувають в інших країнах. Наші початкові дослідження показують, що воєнні мігранти в Польщі підтримують щоденні тісні зв'язки з

Україною, не лише з членами родини, але й з друзями та колегами по роботі. І основним інструментом для таких контактів є соціальні мережі.

Ще одним важливим елементом у соціальному та культурному житті воєнних мігрантів є *релігія*. Вона може впливати на культурну ідентичність та соціальне життя. У період масового переселення релігійні організації в Польщі допомагали задовольняти матеріальні та духовні потреби українців і продовжують це робити сьогодні. Важливу роль у підтримці воєнних мігрантів відіграють Римо-католицька церква (Карітас та Товариство милосердя св. Вікентія а Пауло), Євангельські організації (Християнська церква нового покоління та Місіонерська католицька церква, єврейські організації тощо. Православна Церква також відіграє транснаціональну роль для воєнних мігрантів: наприклад, Польська Автокефальна Православна Церква та Українська Православна Церква Київського Патріархату. Ці організації надають воєнним мігрантам житло, їжу та допомогу в пошуку роботи, а також психологічний і духовний захист.

Іншим ключовим аспектом культури мігрантів у транснаціональному середовищі є *міжкультурний діалог і відносини між людьми різних культур*. Цей діалог може допомогти зменшити культурні бар'єри та побудувати більш толерантне і різноманітне суспільство. Також українські мігранти впливають і на культурне середовище Польщі, привносячи нові елементи та впливаючи на культурні тенденції. Яскравим прикладом таких відносин є організація культурних заходів, таких як фестивалі, концерти та виставки, а також спортивні події, які сприяють взаєморозумінню та міжкультурному діалогу. Більшість мігрантів вказують на необхідність об'єднання в різні громади, громадські організації тощо. Вони бажають підтримувати українську культуру та традиції і водночас дізнаватися про культурні особливості та традиції Польщі.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що транснаціоналізм воєнних мігрантів може генерувати різні соціокультурні процеси, такі як:

1) *багатомовність* – спілкування кількома мовами, збагачення мовного середовища, обмін ідеями через культурні та мовні кордони, створення нових мовних перспектив, сприяння людському розвитку;

2) *культурна гібридизація* – обмін ідеями, практиками та культурними цінностями, створення унікальних елементів злиття культур та їхніх перспектив, поєднання кулінарних традицій, зближення стилів музики і танцю, почуття приналежності та спільної ідентичності, збагачення культурного ландшафту;

3) *культурна дифузія* – розвиток транснаціональних соціальних просторів, поширення культурних ідей та практик між регіонами та громадами;

4) *збереження культури* – забезпечення платформи для збереження культури рідного краю, підтримки культурної ідентичності, об'єднання в групи на основі інтересів, переконань і цінностей, соціокультурної адаптації, взаємодопомоги;

5) *міжкультурний діалог* – можливості для взаємодії та діалогу, сприяння взаєморозумінню та повазі між культурами, підвищення культурної чутливості та толерантності.

### **References:**

1. Levitt P., Jaworsky B. N. (2007) Transnational migration studies: Past developments and future trends. *Annual Review Sociology*, vol. 33, pp. 129–156. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131816>

2. Ministerstwo Cyfryzacji RP. Szczegółowe statystyki dot. osób zarejestrowanych w rejestrze obywateli Ukrainy i członków ich rodzin, którym nadano status cudzoziemca na podstawie specustawy. Available at: <https://dane.gov.pl/> (accessed August 28, 2023).

3. Mapuj Pomoc. Available at: <https://mapujpomoc.pl/> (accessed August 28, 2023).

4. Operational Data Portal UNHCR. Ukraine refugee situation. Available at: <https://data.unhcr.org/> (accessed August 28, 2023).

**Євтушенко К. В.**  
*здобувач ступеню Ph.D. за ОНП «Маркетинг»  
Національного авіаційного університету  
м. Київ, Україна*

**Смерічевська С. В.**  
*доктор економічних наук, професор,  
в.о. завідувач кафедри логістики  
Національного авіаційного університету  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-2>

## **СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК**

Обґрунтування стратегії виходу компанії на міжнародні ринки може бути важливим кроком для її подальшого розвитку та успіху. Саме тому такому рішенню повинен передувати вагомий аналіз переваг, ризиків, загроз і можливостей [1]. Сьогодні, в умовах повномасштабної війни в Україні, як ніколи раніше, приходить усвідомлення стратегічної ролі логістики як для перемоги на фронтах, так і для економічної відбудови країни. Логістична галузь в Україні розвивається галопуючими темпами. Її стратегічна роль для економіки країни вже ні в кого не викликає сумніву. Більш того, сьогодні високо оцінюється експортний потенціал логістичного бізнесу в Україні. Саме тому особливої актуальності набувають питання виходу потужних українських логістичних провайдерів на міжнародні ринки, що потребує, безумовно, чіткого розуміння, якою повинна бути конкурентна стратегія виходу логістичних компаній на світові ринки [2].

Вихід логістичних компаній на міжнародний ринок має свої особливості та виклики, які необхідно враховувати при визначенні відповідної стратегії:

1. Стратегія логістичної компанії, яка планує вийти на міжнародний ринок, повинна базуватися на знанні міжнародних норм і стандартів і відповідати міжнародним митним правилам, вимогам ІНКОТЕРМС (міжнародним правилам поставок).

2. Логістичні компанії повинні вирішувати складні митні питання, включаючи декларацію товарів, сплату мит та регулювання щодо імпорту та експорту.

3. Для логістичної компанії на міжнародному ринку потрібна належна інфраструктура та доступ до різних видів транспорту, таких як морський, повітряний, залізничний та автомобільний.

4. Важливим є знання місцевого ринку, розуміння особливостей кожного міжнародного ринку, включаючи культурні відмінності, правові норми та споживацькі звичаї, допомагає логістичним компаніям адаптуватися та приваблювати вимогливих іноземних клієнтів.

5. Для забезпечення конкурентоспроможності на світових ринках пріоритетним для логістичної компанії є використання передових технологій у логістиці, наприклад, таких як системи відстеження, Інтернет-речей (IoT), штучний інтелект (AI) та аналітика, що покращує ефективність міжнародних логістичних операцій.

6. Особливої уваги при виході компанії на міжнародні ринки слід приділяти управлінню логістичними ризиками, такими як втрата чи пошкодження вантажу, затримки в митницях, а також безпека інформації та даних. Встановлення міжнародних партнерств та співпраця з місцевими агентами, перевізниками і іншими учасниками логістичного ланцюга може бути важливим для мінімізації цих ризиків та для забезпечення успіху логістичної компанії на міжнародному ринку.

Міжнародний ринок логістичних послуг може бути дуже конкурентним, і компанії повинні бути готові до боротьби за клієнтів і працювати над позиціонуванням своїх логістичних послуг та їх конкурентоспроможним ціноутворенням. Успішний вихід на міжнародний ринок вимагає ретельного планування, вивчення ринку та адаптації до специфічних вимог кожної країни або регіону.

В табл. 1 представлено 10 можливих стратегій виходу компанії на міжнародні ринки, які можуть бути використані й логістичними компаніями.

Стратегії виходу на ринок надають підприємствам дорожню карту проникнення на міжнародні ринки та дозволяють компаніям залишатися організованими до, під час і після виходу на нові ринки. Оскільки кожна компанія має власні цілі щодо виходу на міжнародний ринок, можливість вибору з різних типів стратегій може дати компанії можливість знайти ту, яка відповідає її потребам і якій притаманні унікальні характеристики, які й забезпечують успіх компанії на нових ринках.

**Можливі стратегії виходу компанії на міжнародні ринки**

Стратегія	Сутність реалізації стратегії
1	2
Експорт	Експорт передбачає збут продукції (послуги), яку виробляє компанія, за кордоном. Можливим є прямий і непрямий експорт. Підприємства часто вибирають непрямий експорт, якщо вони тільки починають дистрибуцію за кордоном. Хоча компанії платять агентам за їхні послуги, непрямий експорт часто призводить до більш швидкого повернення інвестицій (ROI), оскільки агенти знають, що потрібно для успіху на ринках, на яких вони працюють.
Контрей-лерство	Якщо у компанії є контакти з організаціями, які наразі продають продукцію за кордоном, рекомендується розглянути можливість спільного використання цих контактів. Ця стратегія виходу на ринок полягає в тому, щоб через компанію-партнера включити свій продукт (послугу) до їхніх закордонних запасів.
Зустрічна торгівля	Зустрічна торгівля є поширеною формою непрямого міжнародного маркетингу. Зустрічна торгівля функціонує як бартерна система, в якій компанії торгують товарами одна одної замість того, щоб пропонувати свої товари для покупки. Незважаючи на те, що система законна, вона не має спеціальних правових норм, як це мають інші форми виходу на ринок. Зустрічна торгівля є економічно ефективним вибором для багатьох підприємств, оскільки така практика може звільнити їх від імпортних квот.
Ліцензування	Ліцензування відбувається, коли одна компанія передає право на використання або продаж продукту іншій компанії. Компанія може вибрати цей метод, якщо у неї є продукт, який користується попитом, і компанія, якій вона планує надати ліцензію на продукт, має великий ринок.
Спільні підприємства	Оскільки спільні підприємства часто функціонують як великі незалежні компанії, а не як поєднання двох менших компаній, вони мають потенціал отримати більший дохід, ніж окремі компанії. Ця стратегія виходу на ринок несе в собі ризик дисбалансу в участі компанії, але обидві сторони можуть встановити справедливі процеси та допомогти запобігти цій проблемі.

1	2
Власність компанії	Якщо компанія планує продавати продукт на міжнародному рівні, не керуючи доставкою та розповсюдженням товарів, які ви виробляєте, можливим є придбання існуючої компанії в країні, у якій компанія хоче вести бізнес. Володіння компанією, яка заснована на міжнародному ринку, надає організації довіру як до місцевого підприємства, що може сприяти збільшенню продажів. Володіння компанією коштує дорожче, ніж більшість стратегій виходу на ринок, але воно потенційно може призвести до високої рентабельності інвестицій.
Франчайзинг	Франчайзинг зазвичай вимагає сильного впізнання бренду, оскільки споживачі на вашому цільовому ринку повинні знати, що ви пропонуєте, і мати бажання це придбати. Для відомих брендів франчайзинг пропонує компаніям спосіб отримати прибуток, використовуючи підхід непрямого управління.
Аутсорсинг	Аутсорсинг передбачає найм іншої компанії для управління певними аспектами бізнес-операцій компанії. Як стратегія виходу на ринок, це означає укладення угоди з іншою компанією про ведення міжнародних продажів продукції від імені вашої компанії. Компанії, які обирають аутсорсинг, можуть відмовитися від певної частки контролю над продажем своїх продуктів, але вони можуть виправдати цей ризик прибутком, який вони заощаджують на витратах на наймання.
Інвестиції з нуля	Інвестиції з нуля — це складні стратегії виходу на ринок. Ці інвестиції включають купівлю землі та ресурсів для будівництва об'єкта на міжнародному рівні та найм персоналу для його управління. Інвестиції в нові підприємства можуть наражати компанію на високий ризик і значні витрати. Ці інвестиції зазвичай приносять користь великим, відомим організаціям, а не новим підприємствам.
Проекти під ключ	Проекти «під ключ» стосуються саме компаній, які планують, розвивають і будують нові будівлі для своїх клієнтів. Цю стратегію обирають компанії, клієнтами яких є іноземні державні установи. Міжнародні фінансові агенти тощо.

*Джерело: складено на основі [3; 4]*



Успішним вітчизняним логістичним компаніям, які все частіше замислюються про вихід на міжнародні ринки, потрібно окрім вибору конкурентної стратегії виходу компанії на конкретний міжнародний ринок, мати обґрунтовану та ефективну маркетингову стратегію, яка б забезпечила маркетингову підтримку реалізації обраної конкурентної стратегії. В умовах цифрової економіки все більшого значення набувають маркетингові стратегії, які базуються на використанні новітніх цифрових технологій та штучного інтелекту, що дозволяє донести своє повідомлення до більшої кількості потенційних клієнтів [2]. Отже, стратегічне значення для виходу на міжнародні ринки має необхідність розробки унікального контенту на основі SEO. Тому логістичній компанії, яка поставила за мету вихід на міжнародні ринки, насамперед, слід зробити акцент на реалізацію маркетингової стратегії інформаційного випередження, для чого слід звернути увагу на свій веб-сайт і створювати унікальний високоякісний вміст, щоб потенційні споживачі швидше змогли дізнатися про діяльність і досягнення компанії та стали довіряти логістичним послугам компанії. Компанії слід використовувати ключові слова, щоб підвищити рейтинг у пошуковій системі. Намагатися, щоб заголовки були простими та зрозумілими, щоб звичайна людина могла їх знайти. Використовуючи логістичний жаргон у своїх статтях, щоб створити авторитет, доцільно уникати його надмірного використання. Необхідно спробувати написати FAQ (Frequently Asked Question) із запитаннями, які ставлять більшість відвідувачів, щоб не загрузити в тих самих запитах [5]. Розміщення візуально привабливого, зручного для мобільних пристроїв блогу з великою кількістю зображень залучить більше відвідувачів на веб-сайт компанії і зробить його зміст більш читабельним. Необхідно оновлювати публікації в блозі компанії зі змінним часом, щоб вони відповідали клієнтській базі та бізнесу компанії. Цей крок вимагає йти в ногу з тенденціями ринку, щоб інформувати своїх потенційних клієнтів про будь-які зміни.

Застосування ефективних маркетингових стратегій для виходу логістичної компанії на міжнародні ринки є обов'язковою вимогою успіху компанії. Загалом, вибір конкурентної стратегії виходу на міжнародні ринки та підтримуючої маркетингової стратегії можуть забезпечити компанії багато переваг і сприяти її довгостроковому успіху та стійкості. Головне, з'ясувати, які стратегії найкраще працюють із брендом компанії.

## Література:

1. Швець Д. Вихід на міжнародні ринки. Чекліст для самодіагностики. 28.03.2023. URL: <https://mind.ua/openmind/20255351-vihid>
2. Смерічевська С.В. Стратегічні тренди розвитку ланцюгів поставок нового покоління в епоху цифровізації економіки. Бізнес, інновації менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. II Міжн. наук.-практ. конф., 22.04.2021 р. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. С. 282–283. URL: <http://bit.ly/30jsvIE>
3. 10 International Market Entry Strategies (With Definitions). August 8, 2022. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/market>
4. Rayne Aguilar. 9 foreign market entry strategies you should know. June 22, 2023. URL: <https://www.weglot.com/blog/foreign-market-entry-strategies>
5. Romanenko K., Zborovska O., Krasovska O., Smerichevska S., Pyvovarov S., Uhodnikova O. (2022) Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management. XIV International Scientific Conference «Interagromash 2021». Beskopylny A., Shamtsyan M. (eds). Lecture Notes in Networks and Systems. Vol. 246. P. 825–833. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3\\_92](https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92)

**Paliienko Tetiana**

*Postgraduate Student at the Department of Economics,  
National University of Kyiv-Mohyla Academy  
Kyiv, Ukraine*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-3>*

**INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS  
IN THE EUROPEAN INTEGRATION CONTEXT:  
THE UKRAINIAN EXPERIENCE**

European integration has a significant impact on various spheres of life in countries that are associated with or intend to join the European Union (EU). European integration is "the process of introducing European norms into Ukrainian legislation" [1]. This movement involves deep and comprehensive changes in the political, economic, legal, and socio-cultural spheres of the country with the aim of approaching European standards and values.

Against the background of Ukraine's European integration aspirations, issues of intellectual property rights (IPR) are gaining special relevance and importance. Ukraine is actively working on harmonizing its legislation with European standards and is also trying to ensure effective protection and development of intellectual property, which plays a significant role in the innovative development and formation of the country's competitive environment.

Intellectual property law includes copyright, patents, trademarks, designs, geographical indications, trade names, etc. These components provide protection of intellectual and creative achievements and facilitate their commercialization. The origin of intellectual property rights in Ukraine is the adoption of the Law of Ukraine "On Property" on February 7, 1991 [2], which for the first time recognized the results of intellectual activity as objects of property rights. The next important stages in the development of legislation on intellectual property (IP) legislation were the adoption of the Constitution of Ukraine in 1996 and the Civil Code of Ukraine [3] in 2003, where Article 420 contains a list of IPR objects.

Harmonization of intellectual property rights among EU member states is an important task. This contributes to the creation of a single legal space favorable for business and scientific research. Therefore, in 2006, the

Dialogue on Intellectual Property Law was launched between the European Commission and Ukraine, which provides an opportunity for the exchange of information between the parties on aspects of intellectual property law, national legislation in this field, as well as identifying shortcomings and providing proposals. Since 2007, negotiations on the conclusion of the Association Agreement between Ukraine and the European Union have been ongoing. In 2014, representatives of Ukraine and the EU signed its political (March 21, 2014) and economic (June 27, 2014) parts. On September 1, 2017, the Ukraine-EU Association Agreement entered into full force, including the Deep and Comprehensive Free Trade Area [4].

Accession to the EU or association with them requires the applicant countries to adopt and reform their legislation in the field of intellectual property law. This may include the introduction of new regulations, amendments to existing ones, as well as harmonization with European standards. However, the process of harmonization and adaptation to European norms is not always easy. Each country has its own history and characteristics that require careful consideration. Also, it is necessary to ensure a balance between the protection of property rights and the general availability of cultural and scientific achievements.

If we evaluate the progress of the action plan for the implementation of the Agreement in the field of intellectual property rights, we can see that in almost 9 years, 98% of the total amount of planned activities have been achieved [5]. Only 2 items remained unfulfilled: creation of an electronic register of geographical indications for flavored wine products; Establishing cooperation between Ukraine and the EU to promote and strengthen the protection of rights to plant varieties in accordance with the provisions of the Association Agreement [5].

It is worth noting that the European integration movement of Ukraine faces several obstacles that inhibit and complicate this process. The main factors inhibiting the European integration movement in Ukraine can be divided into internal and external (Table 1).

To summarize, European integration affects many aspects of life in countries wishing to join the EU. In the field of intellectual property law, this means not only the implementation of European standards, but also profound changes in the field of protection and regulation of intellectual rights. Active work on improving domestic legislation in the field of intellectual property indicates the activation of European integration processes in Ukraine. Gradual adaptation of national legislation will create conditions that will be attractive for business, investment, and protection of the rights of national

authors. Also, strengthening the protection of intellectual property rights will contribute to increasing investments in new technologies and innovative products, and will further lead to the modernization of the country's economy.

Table 1

**Factors inhibiting the European integration movement of Ukraine**

<b>External</b>	<b>Internal</b>
Complex processes within the EU, such as Brexit, conflicts between member states, economic inequalities, differences in political views and attempts to manage unity and identity	Corruption and an insufficiently effective system of legal protection, which restrains investments, reduces the trust of foreign partners and slows down the country's development
The ongoing war with the Russian Federation, which affects the political and economic stability of Europe	Disagreements in the government team, affecting the country's image on the international stage
The outbreak of the global pandemic of COVID-19, which caused serious problems in the field of health care, economy and social sphere	Economic difficulties and disadvantages, such as low living standards, poor infrastructure and industrial development
Geopolitical interests of external actors, e.g., certain countries and international organizations may have their own interests in relations with Ukraine, which may hinder its European integration path	Confrontation between the leading political forces, which leads to protracted debates, delays in reforms and unpredictability in decision-making

*Source: created by the author*

**References:**

1. European and Euro-Atlantic integration. Available at: <https://www.msp.gov.ua/timeline/evropeyska-ta-evroatlantichna-integraciya.html> (accessed September 15, 2023).
2. On property: Law of Ukraine dated February 7, 1991 No. 697-XII: as of June 20 2007. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/697-12#Text> (accessed September 15, 2023). [in Ukrainian]
3. Civil Code of Ukraine: Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 435-IV: as of September 3. 2023 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (accessed September 15, 2023). [in Ukrainian]
4. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. Association Agreement between Ukraine and the EU. Available at: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociaciyu-mizh-ukrayinoyu-ta-yes> (accessed September 15, 2023). [in Ukrainian]
5. Intellectual property Pulse of the Agreement. Pulse of the Agreement. Available at: <https://pulse.kmu.gov.ua/ua/direction/intelektualna-vlasnist> (accessed September 15, 2023). [in Ukrainian]

**Palchuk Olena**  
*Ph.D. in Economics, Associate Professor*  
*Kyiv National University of Technologies and Design;*  
*University of Helsinki*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-4>*

## **UKRAINIAN EDUCATION IN MODERN REALITIES: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS**

In the modern world, the most important factor in economic development is human capital. States are actively fighting for the quality of this capital, because it is a guarantee of their future sustainable development.

The preservation and development of human capital has long been a challenge for our country. For many years, we have been observing the trend of the outflow of talented young people abroad, and with the beginning of a full-scale invasion, this trend has taken on catastrophic scale.

We observe the outflow of young people abroad on the one hand and the lack of qualified personnel inside the country on the other.

Today, thanks to innovation, many workers become redundant, and their skills do not meet the requirements of the modern economics. Employees who do routine tasks become unnecessary. Companies need creative people who are able to solve complex tasks and find ways to increase the effectiveness of the organization.

However, such are a minority among modern graduates. On the contrary, we often see how schools try to destroy any creative abilities in their students.

Ukrainian education has long been out of step with the times. Our education was stuck in the period of industrialization, when a large number of workers were needed who could perform mechanical work in plants and factories. But the modern world requires completely different skills, abilities and abilities. So why do we spend a lot of time and money on acquiring knowledge that we do not need at all or that can be easily found in the Internet.

The government invests a lot of money in constant changes and rewriting of textbooks, development of various tests, we increase the workload of children in schools, robbing them of the opportunity to explore nature and forcing them to cram a large amount of unnecessary information,

taking away a large part of their childhood and provoking them to hate school. There are a lot of complaints from both children and parents about the fact that high school is generally focused not on studying but on preparing for tests.

At the same time in the new Law of Ukraine "On Higher Education" dated July 1, 2014 No. 1556-VII, the main endowment of higher education is the preparation of "... competitive human capital for high-tech and innovative development of the country, self-realization of the individual, meeting the needs of society, the labor market and the state." in qualified specialists".

Employers cannot find suitable specialists, and students cannot find normal work in their specialty. Lack of practical professional skills is noted by 61% of respondents from among employers. And so the question arises, why does the state spend a lot of money on education that does not bring results?

If you look at the statistics, higher education in Ukraine has a mass character. Ukraine ranked 14th out of 131 countries in the 2020 Global Innovation Index in terms of higher education coverage of the population. Higher education coverage of the population in our country is 82.7%, for comparison in Germany – 70.2%, Poland – 67.8%, Great Britain – 60%.

And, of course, we could be proud of such a high level of qualification of the population if educational skills were really effectively applied in the state's economy.

If other indicators are taken into account, for example, the share of working women with higher education and scientific degrees in the total number of employed in Ukraine, then this indicator is one of the largest in the world and is 30.4% (3rd place).

Since the introduction in Ukraine in 2008 of external independent evaluation (EXE) as a mandatory condition for admission to a higher educational institution, the number of those who took part in EXE was no less than 95% till 2015, which indicates a high demand for higher education among the population.

A strange situation arises when education does not provide the necessary skills, but the demand for it is high.

For the most part, the knowledge and skills provided by the school have little to do with the child's real needs. We evaluate children according to averaged general criteria and scold them for academic failures, instead of revealing their abilities and creative potential leads to complexes and self-doubt. First, we force them to prepare for tests day and night, assuring them that this is the only way to get a promising well-paid job, and then when

they face reality and cannot find this well-paid job, they face a lot of psychological problems.

We have been living in an information society for a long time, which no longer requires memorising tons of information and the ability to perform mechanical work, all this is done for us by robots and computers. Today, when information is available anywhere and at any time, it is much more important to acquire other skills: ask the right questions, critically evaluate everything around you, skilfully find the necessary information, be able to collaborate and communicate effectively and form your own opinion, have your own unique perspective on things.

It is precisely these skills that the modern world needs, and it is precisely these skills that schools develop the worst.

Low employment opportunities after graduating from a higher education institution, together with the often unsatisfactory quality of education, encourage the most talented and ambitious students to enter higher education institutions abroad. The trend of increasing Ukrainian students in EU universities is exacerbated by the aggressive policy of universities, the absence of entrance tests, and the possibility of employment in the EU. During the period from 2008 to 2017, the number of Ukrainians who went abroad for higher education increased more than three times – from 24,254 to 79,253 people. Since the beginning of the full-scale invasion, this trend has taken on catastrophic proportions.

The prevailing trend poses a huge threat to the reproduction of the intellectual, cultural and professional capital of society and limits the possibilities of the country's economy for innovative development.

At the same time, the countries where Ukrainian students go to study receive a number of advantages, because they often study at their own expense, besides, by attracting talented young people, the country contributes to the development of science and technology, as well as the growth of the economy.

Before the start of the full-scale invasion, Ukraine also attracted foreign students, while the world market for the provision of educational services for foreigners is highly competitive and global. Due to the low cost of education, students come to Ukraine mainly from Asian and African countries. The level of secondary education in these countries is not always satisfactory, which creates certain problems in ensuring the quality of higher education of students.

Further possibilities of attracting foreigners depend on the duration of the conflict and the further development of our country. At the same time, it is already necessary to think about what strategy should ensure the promotion



of Ukrainian higher education institutions on the world education market, strengthen the country's position in the world educational space and provide stability to the higher education system.

The demographic crisis is currently one of the most significant risks for the higher education system of Ukraine, which is the most difficult to resist, as it will have a long-term impact.

In addition, it is worth mentioning the risks of a long-term decline in the prestige of scientific work. Constant multi-year underfunding of science led to its decline and degradation. Due to the lack of adequate salaries, social guarantees and working conditions, young people do not go to work in science.

The export of qualified human capital, the import of technologies, the low level of support for science and innovative activities not only significantly slow down the sustainable development of the country and pose real threats to national security, but also gradually turn our country into a backward country.

Therefore, it is necessary to introduce changes already today: build a national strategy for the development of education based on modern realities, soberly assessing opportunities and challenges; develop and implement new forms of training in the process of training and qualification of personnel; analyze the challenges of the future and the demand for skills in the coming decades and update educational programs in accordance with the requirements of the time; deepen cooperation between science and business; update the humanitarian and technical directions in accordance with the requirements of the time, make them aimed at the formation of a creative, creatively thinking personality; create conditions for universal access to education; to restore the prestige of the profession of teacher and scientist.

### **References:**

1. Ministry of Education and Science of Ukraine. Strategy for the development of higher education in Ukraine for 2021–2031. Available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf>

2. National foresight study "Ukraine – 2035: human capital and labor market". Available at: <https://rise.articulate.com/share/FqXBZkXdzB2CPjn0ZdLFMeQiPDHh8D36#/lessons/KrSXdGNTec8CeOj3Ag0JXPzbMdpJ8o57>

3. Kaleniuk I. S., Kuklin O. V. (2012) Development of higher education and knowledge economy: monograph. Kyiv: Znannia.

4. Wagner T., Dintersmith T. (2017) The art of teaching. Kyiv: Nash format. 312 p.

**Рахімі А. М.**

*студентка*

*Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

*м. Одеса, Україна*

**Науковий керівник: Ломачинська І. А.**

*доктор економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри економіки та підприємництва*

*Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

*м. Одеса, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-5>*

## **ФІНСЬКА ЕКОСИСТЕМА СТАРТАПІВ: ДОСВІД УСПІХУ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Фінляндія є унікальною країною з процвітаючою екосистемою стартапів, що стала осередком для підприємців та інвесторів з усього світу. Ефективна співпраця держави, науки та бізнесу забезпечує умови для створення стартап-компаній, що сприяють економічному зростанню країни. Отже, фінський досвід побудови та розвитку екосистеми стартапів є цінним для України, оскільки сьогодні національна екосистема стартапів знаходиться на етапі формування та характеризується вираженою приватною ініціативою й фінансуванням. Більш того, пріоритетним для повоєнного відновлення національної економіки України є її інтеграція у європейський економічний простір на основі інноваційної трансформації та конкурентоспроможності. І саме формування нової екосистеми стартапів може зіграти у цьому ключову роль.

Основними елементами сучасної стартап-екосистеми Фінляндії є:

1. *Державний сектор.* Забезпечує стимули та підтримку для стартапів, а також надає дозвіл на створення стартапу для іноземців [1]. Фінський уряд підтримує модель соціальної держави, за якої підприємці не бояться ризикувати та створювати стартапи. Прикладом цього є державна фінансова компанія Finnvera, яка спеціалізується на кредитуванні стартапів без застави. Також, засновники стартапів протягом 6–12 місяців можуть отримувати TE Startup Grant від Державної служби зайнятості та бізнесу Фінляндії (TE) [2].

2. *Університети.* Безкоштовна система освіти, що виховує креативних та ініціативних студентів. У результаті, Фінляндія відома як осередок талановитих і конкурентоспроможних на ринку праці випускників. Університет Aaltoes є найбільшою в Європі спільнотою студентів-підприємців, яка заснувала коворкінг Startup Sauna та подію стартапів Slush [2].

3. *Науково-дослідні організації.* Фінляндія є конгломератом творчих умів, де розробляються інноваційні ідеї для задоволення потреб споживачів. Країна пропонує можливості для розвитку компаній, особливо в сферах екології, охорони здоров'я, ІКТ та цифровізації, а також подорожей і туризму.

4. *Бізнес-інкубатори й акселератори* пропонують засновникам неперевершену підтримку в розробці продуктів, маркетингу та продажах, а також залученні капіталу. Kiias – це акселератор, який щороку допомагає понад 50 найперспективнішим стартапам знайти клієнтів та інвесторів і приєднатися до спільноти однодумців. Більше того, Kiias має річну програму з надання послуг бізнес-інкубатора з поєднанням тренінгів, інструментів, офісів [2].

5. *Інвестиційні фонди.* Розповсюджена мережа венчурних фондів та інвесторів надає можливість фінським стартапам залучати необхідний для зростання капітал. Лише у 2022 році сума інвестицій склала рекордні 1,8 млрд євро, з яких майже 60% надійшло від венчурного капіталу та інвесторів зростання. Крім того, 280 млн євро надійшли від вітчизняних і 753 млн євро від іноземних венчурних капіталів та інвесторів [3].

6. *Коворкінг простори та хаби.* У Фінляндії велика кількість ентузіастів, готових створювати та реалізовувати свої ідеї. Більше того, вони відкриті до комунікації та спільної роботи, що сприяє створенню позитивного середовища для стартапів. Наприклад, безкоштовна віртуальна платформа The Hub Finland, яка допомагає в пошуку талантів та інвесторів, а також надає інформацію про стартапи Данії, Швеції, Фінляндії, Норвегії та Північної Ірландії [2].

Отже, можна узагальнити, що кожен з елементів екосистеми стартапів у Фінляндії спрямований на розвиток інновацій та підтримку талановитих підприємців з креативними ідеями. У зв'язку з цим бізнес-середовище Фінляндії є сприятливим для іноземних підприємців, яким важливо отримати консультування та фінансову допомогу на перших стадіях, а також для іноземних інвесторів, що впевнені у безпеці та стабільності фінського ринку. Таким чином, варто виділити наступні

ознаки, які роблять фінську екосистему стартапів успішною та ефективною:

– Культура підприємництва, за якої стартапи входять до складу середовищ та хабів, де діляться знаннями та підтримують один одного.

– Сучасні науково-дослідні засоби, доступність інформації та освіти, а також талановита робоча сила, особливо у сфері ІКТ та ІТ, робить фінське бізнес-середовища відкритим до впровадження інноваційних технологій.

– Активна підтримка з боку держави, низький рівень бюрократії, стабільність та прозорість в процесі реєстрації, консультування та фінансування стартапів.

– Безліч інкубаторів і акселераторів для стартапів з різних секторів (VR й AR технології, EdTech, Health Tech та інші), які допомагають залучити капітал та надають послуги менторства [1]. А також спеціалізовані заходи та зустрічі для залучення стартап-інвесторів, як конференція Slush [1].

– Започаткування бізнесу у Фінляндії дозволяє швидко вийти на ринки інших скандинавських країн, оскільки ці країни мають багато культурних подібностей і економічно пов'язані.

Згідно даним звіту Global Startup Ecosystem Index 2023 Україна посідає 49 місце в світі за рівнем конкурентоспроможності екосистеми стартапів в світі, тоді як Фінляндія входить у топ-10 країн, посівши 7-е місце [1]. За рахунок талановитої робочої сили, особливо у галузі ІТ-технологій, Україні вдалося створити власну екосистему стартапів, яка сприяла досягненню глобальних результатів. People.ai, Grammarly, Gitlab і Ahrefs – це лише декілька вражаючих прикладів [1]. Підтримка стартап-індустрії здійснюється бізнес-інкубаторами й акселераторами із залученням державних і приватних коштів. Проте, незважаючи на різноманітність елементів екосистеми, варто підкреслити складність доступу та обмеженість їх фінансування [4]. Негативно вплинула на стартап-індустрію в Україні й війна, що проявляється, по-перше, відтоком талантів закордон, а, по-друге, значним скороченням інвестицій. Дослідження фонду AVentures Capita за 2022 рік свідчить, що інвестиції досягли свого семирічного мінімуму та становлять 218 млн дол. США, тоді як у 2021 році – рекордні 832 млн дол. США [5].

Отже, пріоритетним для повоєнного відновлення та подальшого розвитку економіки України має стати створення нової моделі стартап-екосистеми та стимулювання інноваційного підприємництва на основі адаптації досвіду таких лідерів галузі, як Фінляндія. Аналіз розвитку

фінської стартап-екосистеми дозволяє зробити наступні рекомендації для України:

– По-перше, доцільно забезпечити відкритість доступу до послуг стартап-екосистеми, ресурсів та інформації, а також гарантувати прозорість процесу розподілу державного та приватного фінансування підприємницьких ідей.

– По-друге, невід’ємним має стати створення стабільного бізнес-середовища для залучення іноземних інвестицій, а також іноземних підприємців з креативними ідеями. Оскільки витрати на розробку і запуск стартап-проекту в Україні значно дешевші за європейські [4], доцільно використати цю перевагу. Також, важливо поглибити співпрацю з іноземними фондами, як, наприклад, Network VC (США), що створив спеціальний венчурний фонд і програму Support Ukrainian Startup [1].

– По-третє, для модернізації стартап-екосистеми важливо стимулювати науково-дослідний процес шляхом виділення грантів на перспективні для держави дослідження. Так, наприклад, Ukraine Startup Fund сьогодні підтримує стартапи, що пропонують військові інновації, а також проекти, які можуть бути використані для післявоєнної модернізації країни [1].

– По-четверте, важливим є залучення студентів освітніх установ до культури підприємницької діяльності, надаючи їм можливість приймати участь в інноваційних бізнес-проектах, стимулюючи розробку та обговорення власних ідей, формування у них підприємницьких навичок, що включатимуть креативність, здатність співпрацювати у колективі та готовність до ризику.

– По-п’яте, побудувати успішну стартап-екосистему в Україні не можливо без відповідного розвитку інфраструктури стартап-середовища, що полягає у розширенні кількості бізнес-інкубаторів та акселераторів, коворкінг просторів, створенні інноваційних технопарків та технологічних кластерів, а також організації конференцій та виставок для презентації стартапів потенційним інвесторам.

Отже, узагальнимо, що основа успіху фінської екосистеми стартапів – це активна співпраця та довіра між державою, наукою та приватним сектором, як у галузі створення інновацій, так і у розробці та реалізації стартапів. Тоді як в Україні наука функціонує окремо від практики, а довіра між державним та приватним сектором мінімальна. Саме тому пріоритетним для повоєнного відновлення нашої країни має стати модернізація та ефективне поєднання всіх елементів стартап-

екосистеми, що дозволить створити сприятливе середовище, як для залучення іноземних талантів та коштів, так й утримання відтоку внутрішніх людських та фінансових ресурсів.

### **Література:**

1. Global Startup Ecosystem Index 2023. URL: <https://www.startupblink.com/startupecosystemreport> (дата звернення: 20.09.2023).

2. Maan opas Suomi. URL: <https://startupuniversal.com/country/finland/#tab-guide> (дата звернення: 20.09.2023).

3. Finnish Startups Raised a Record Amount of Funding Once Again – Total Amount Reached € 1.8 Billion in 2022. URL: <https://paaoimasijoittajat.fi/en/finnish-startups-raised-record-funding-2022/> (дата звернення: 20.09.2023).

4. Соллоненок Ю. В., Ельхаддад А. А. Стан та розвиток стартапів в Україні. *Міжнародна безпека у світлі сучасних глобальних викликів. Країни Балтії – Україна: єдність, підтримка, перемога* : зб. наук. праць. Київ. 2023. С. 402–405.

5. Інвестиції в українські стартапи – на семирічному мінімумі. Великих раундів немає майже пів року. Коли український венчур вийде з коми. URL: <https://forbes.ua/innovations/investitsii-v-ukrainski-startapi-na-semirichnomu-minimumi-velikikh-raundiv-nemaie-mayzhe-piv-roku-to-ukrainskiy-venchur-u-komi-23052023-13807> (дата звернення: 20.09.2023).

**Скороход І. С.**  
*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри міжнародних економічних відносин  
та управління проектами  
Волинського національного університету  
імені Лесі Українки  
м. Луцьк, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-6>*

## **ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СПІЛЬНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Екологічна політика є однією з найважливіших галузевих політик Європейського Союзу, оскільки захист навколишнього середовища відносять до основних цілей, напрямів і принципів діяльності ЄС. Серед основних завдань екологічної політики Європейського Союзу є поліпшення стану довкілля; захист здоров'я населення; раціональне використання природних ресурсів; стимулювання заходів щодо вирішення регіональних або глобальних проблем навколишнього природного середовища на міжнародному рівні.

Нині існує безліч директив і постанов, призначених для вирішення широкого спектру проблем, включаючи забруднення води, повітря та шумове забруднення; поводження з відходами; шкідливі речовини; радіоактивність; захист дикої природи та сільської місцевості; глобальні питання; екологічна оцінка та доступ до інформації.

Екологічна політика ЄС – це сукупність дій і заходів ЄС, спрямованих на забезпечення екологічних потреб населення країн – учасниць, підтримку екологічної безпеки та раціональне використання, охорону і відтворення природних ресурсів.

Сфери діяльності, які охоплюються в екологічній політиці, надзвичайно широкі, починаючи від якості повітря та води до регулювання ГМО, від управління відходами та зменшення пестицидів до сталого міського планування та глобального потепління. Екологічна політика ЄС базується на таких принципах: превентивних дій; запобігання забрудненню; відшкодування збитків, заподіяних навколишньому середовищу; «забруднювач сплачує» та ін. [1].

Європейське агентство з навколишнього середовища було створено в 1993 році з метою інформування громадськості про стан довкілля. Окрім того, було створено посаду Європейського комісара з навколишнього середовища, якому допомагав Генеральний директорат, місією якого є пропонування законодавчих або фінансових заходів для захисту навколишнього середовища та забезпечення їх реалізації в державах-членах ЄС.

З метою підтримки реалізації політики та фінансування досліджень у сфері навколишнього середовища в 1992 році було створено програму LIFE (Фінансовий інструмент захисту навколишнього середовища). За останні сорок років ця програма профінансувала понад 3000 проєктів, бюджет якої на період 2014–2020 років становить 3,4 млрд євро (порівняно з 2 млрд за попередній період, 2007–2013 роки) [2].

Європа визнана світовим лідером глобальної екологічної політики. Протягом останніх десятиліть країни-члени ЄС брали участь в укладанні значної кількості багатосторонніх угод щодо захисту озонового шару, біорізноманіття чи зміни клімату. ЄС має одні з найвищих у світі екологічних стандартів, розроблених десятиліттями. Екологічна політика допомагає економіці стати більш дружньою до навколишнього середовища, захищає природні ресурси Європи та гарантує здоров'я та добробут людей, які живуть у ЄС.

Якість навколишнього середовища є основою для економіки, здоров'я населення та добробуту. Однак вона стикається з кількома серйозними проблемами, не в останню чергу такими як зміна клімату, нераціональне споживання та виробництво, а також різні форми забруднення [3].

Громадяни ЄС користуються одними з найвищих екологічних стандартів у світі. ЄС і національні уряди поставили чіткі цілі, як керувати європейською екологічною політикою до 2020 року, а також бачення того, які цілі повинні бути виконані до 2050 року за підтримки спеціальних дослідницьких програм, законодавства та фінансування:

- захищати, зберігати та збільшувати природний капітал ЄС;
- перетворити ЄС на ресурсоефективну, зелену та конкурентоспроможну економіку з низьким рівнем вуглецю;
- захистити громадян ЄС від тиску, пов'язаного з навколишнім середовищем, і ризиків для здоров'я та добробуту тощо.

Захист навколишнього середовища та інновації допомагають створювати нові можливості для бізнесу та працевлаштування, що стимулює подальші інвестиції. Збільшення «зеленої» території є



основою політики ЄС для забезпечення того, щоб економічне зростання Європи було екологічно стійким [4].

Щодо зміни клімату, ЄС формулює та реалізує кліматичну політику та стратегії, відіграючи провідну роль у міжнародних переговорах щодо клімату. Країни-члени ЄС прагнуть забезпечити успішну реалізацію Паризької угоди та впровадження Системи торгівлі викидами. Окрім того, ЄС прагне забезпечити врахування кліматичних проблем в інших сферах політики (наприклад, транспорт і енергетика), а також сприяє запровадженню низьковуглецевих технологій.

Таким чином, екологічна політика та законодавство ЄС захищають природне середовище існування, зберігають повітря та воду чистими, забезпечують належну утилізацію відходів, покращують знання про токсичні хімікати та допомагають підприємствам рухатися до стійкої економіки.

### **Література:**

1. The State of Action to Protect the Environment in Europe. European Environment Agency. URL: <https://www.eea.europa.eu/publications/92-827-4083-8/page004.html>

2. European Commission. Climate action and the Green Deal. Path to climate neutrality. URL: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/climate-action-and-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/climate-action-and-green-deal_en)

3. Summaries of EU legislation. Environment and climate change. URL: <https://eur-lex.europa.eu/content/summaries/summary-20-expanded-content.html>

4. Environment. Towards a greener and more sustainable Europe. URL: [https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/environment\\_en](https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/environment_en)

## СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

**Видобора В. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри загальної економічної теорії  
та економічної політики  
Одеського національного економічного університету  
м. Одеса, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-7>*

### **ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ НОВИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ КРАЇН ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ: КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ**

Нові індустріальні країни Латинської Америки характеризуються моделлю «наздоганяючого» розвитку та нестабільним економічним ростом, який супроводжується короткостроковими успіхами, які зрештою, без дієвої державної політики промислового розвитку, змінюються періодами спаду та дедалі більшою залежністю від світової економіки у питанні функціонування фінансового сектору, науково-технологічного прогресу та імпорту сучасних товарів і послуг. Свідченням цього є основні тенденції економічного зростання найпотужніших латиноамериканських країн.

Аргентина на початку минулого століття демонструвала стрімкий ріст економіки, який тривав до 1913 р. Це зростання, найшвидше в Латинській Америці, було зумовлене експортом, особливо сільськогосподарської продукції [1], і супроводжувалося високими (іноземними) інвестиціями та великою імміграцією з Європи. Вражаюче зростання ВВП душу населення Аргентини у 1900–1913 рр. швидко знизилося у період 1913–29 рр., та було спричинено насамперед відсутністю державної підтримки промисловості. Період так званої економічної депресії (1913–1919 рр.) був викликаний скороченням іноземного капіталу через грошові обмеження в Європі, посиленням неврожаєм 1914 р., і початком Першої світової війни. З 1917 р.

іноземний капітал та експорт відновилися, а ВВП швидко зростав, особливо в обробній промисловості та будівництві [1].

У період 1929–1950 рр. показники зростання Аргентини були низькими: ріст ВВП був негативним (-0,8%) під час Великої депресії, а на рівні 1,7% тримався у 1938–1950 рр. Так, Аргентина була прототипом країни ліберального устрою і дуже постраждала від депресії, яка відрізала її ринки збуту від експорту та іноземного капіталу та звела міграцію до мінімуму. В результаті відбулися зміни в довгостроковій економічній політиці, в якій більше уваги приділялося імпорто-заміщенню та менше – стимулюванню експорту.

Проте з 1960 р. й надалі спостерігається явне зниження темпів зростання економіки країни, яке тривало до 2000-их років, а після пандемії коронавірусу скоротилися найвищими за понад століття темпами – -9,9% на рік (табл. 1), незважаючи на те, що за перше десятиліття ХХ ст. країні вдалося стабілізувати ситуацію та досягти росту ВВП на рівні понад 10%.

За аналізований період спостерігається тренд на деіндустріалізацію національної економіки, адже скорочення частки промисловості у ВВП скоротився з 48,3% до 23,3% або в 2,1 рази, що знову ж таки поглиблює сировинне спрямування економіки. Крім того, сукупний рівень заощаджень у ВВП Аргентини у 1960–2020 рр. теж має негативну динаміку, скоротившись у 1,6 рази з 30% до 19%, маючи деструктивний вплив на можливості інвестування в економіку та прискорення її росту.

Бразилія також пережила період швидкого зростання на початку 1990-их рр. після важливих політичних змін, що відбулися в останній чверті ХІХ століття, таких як скасування рабства та утворення республіки. Як і у випадку з Аргентиною, це зростання обумовлено експортом, заснованим на торгівлі сільськогосподарською продукцією (переважно кави, каучуку, цукру), а також програмою громадських робіт, запроваджених урядом. На відміну від Аргентини, це стало відправною точкою періоду швидкого зростання, який тривав до 1980-их років [3; 4].

У період 1913–1950 рр. показники Бразилії були одними з найкращих у Латинській Америці. Особливо слід зазначити, що країна порівняно швидко оговталася від негативних наслідків Великої депресії. Одним із елементів, який цьому сприяв, є програма підтримки виробництва кави, яка мала певний антициклічний ефект кейнсіанського характеру. Стимулювання промисловості шляхом імпорто-заміщення було свідомим вибором політики; проте промисловий сектор

отримав непряму вигоду від програми підтримки кави і різних стабілізаційних програм, наприклад, захисту, запропонованого численними девальваціями обмінного курсу та тарифів на імпорт.

Таблиця 1

**Основні показники економічного зростання нових індустриальних країн Латинської Америки у 1960–2020 рр.**

Показник	1960 р.	1970 р.	1980 р.	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2020 р.
<i>Аргентина</i>							
Річний ріст ВВП, %	5,4	3,0	1,5	-2,5	-0,8	10,1	-9,9
Частка промисловості у ВВП, %	48,3	42,3	41,2	36,0	26,0	25,3	23,3
Рівень заощаджень, % ВВП	30,0	34,0	23,0	16,0	14,0	17,0	19,0
<i>Бразилія</i>							
Річний ріст ВВП, %	8,6	10,4	9,2	-4,4	4,4	7,5	-3,9
Частка промисловості у ВВП, %	28,3	32,2	39,2	33,3	23,0	23,3	17,7
Рівень заощаджень, % ВВП	18,0	21,0	18,0	19,0	14,0	18,0	14,0
<i>Мексика</i>							
Річний ріст ВВП, %	5,0	6,5	9,2	5,2	4,9	5,1	-8,2
Частка промисловості у ВВП, %	25,0	30,6	27,9	26,1	34,2	32,4	31,9
Рівень заощаджень, % ВВП	20,0	22,2	26,0	20,0	21,0	24,0	25,0
Рівень інфляцій, %*	4,9	5,0	26,4	20,0	9,5	4,2	3,4

\* Дані по Аргентині та Бразилії за повний аналізований період відсутні.

*Джерело: [2]*

У другій половині ХХ століття Бразилія пережила прискорення зростання до темпів близько 4%, які в період 1973–1980 рр. були ще вищими. Зовнішні чинники вплинули на економічне зростання в Бразилії в кінці ХХ ст., однак у 1980-х, а також у 1990-х роках внутрішні політичні та політичні фактори обмежили темпи росту ВВП.

Так, у 1990 р. темп росту валового внутрішнього продукту вперше за півстоліття досяг від'ємного значення: -4,4% на рік (табл. 1).

З початку ХХ ст. країні вдалося змінити негативну динаміку, посиливши ріст до 7,5% у 2010 р. Проте, вплив спалаху коронавірусної інфекції в країні істотно вдарив по здоров'ю та зайнятості населення, принісши негативні наслідки для бразильської економіки, ріст якої у 2020 р. різко впав (річний ріст ВВП сягнув -3,9%). Як і у випадку з Аргентиною у Бразилії набули тенденції до деіндустріалізації, частка промисловості у ВВП за цей період скоротилася з 28,3% до 17,7% (1,6 рази). Водночас, загальний рівень заощаджень у ВВП країни можна вважати відносно стабільним, який у період 1960–2020 рр. коливався у межах 14–21%, піку досягаючи у 1970 р., а найбільшого спаду – у 2000 р. та 2020 р.

До 1910 р. зростання економіки в Мексиці було відносно швидким, але цей процес був перерваний Мексиканською революцією, а потім Великою депресією, першою реакцією на яку було проведення обмежувальної грошової політики. Зростання прискорилося в 1938–50 рр., коли було закладено основу сучасної держави, а комерційне сільське господарство та обробна промисловість ставали новими провідними галузями.

З середини 1950-их р. і до 1980-их р. Мексика переживала тривалий період досить стабільного зростання, який було перервано борговою кризою 1980-их років, що супроводжувалася стрімким ростом інфляції (до 26,4% у 1980 р. та 20% у 1990 р. проти 6,5% у 1970 р.). На початку 1990-их р. економіка країни зростала помірними темпами, хоча ріст знову перервався наприкінці 1994 р., коли вибухнула нова криза, що викликала рецесію 1995 р. У подальші десятиліття Мексика не демонструвала стрімких темпів економічного зростання (ріст ВВП коливався у діапазоні 4,9–5,2%), які стрімко скоротилися у 2020 р. (до -8,2%) у зв'язку з пандемією COVID-19.

Проте, варто відзначити, що на відміну від Аргентини та Бразилії, країна з 1960 р. навпаки спрямована на розвиток промислового сектору економіки, а її частка у ВВП за аналізований період зросла у 1,3 рази – з 25% до 31,9%. До того ж, порівняно з іншими країнами відзначається також посилення частки валових заощаджень у ВВП, яка теж зросла у 1,25 рази до 25% у 2020 р.

Тож, країнам регіону за рахунок політики індустріалізації, спрямованої на імпортозаміщення вдалося на деякий час досягти економічного зростання, латиноамериканські країни все ж переоцінювали її

значення й часто захоплювалися виробництвом низькотехнологічної кінцевої продукції за рахунок зниження можливостей розвитку інших видів виробництва, підпадаючи у залежність від високорозвинених країн. Орієнтуючись на імпортозаміщення певних товарів, виробники хоча й виробляють нову у національному масштабі продукцію, проте не можуть забезпечити виробництво товарів і послуг, нових та конкурентних у глобальному відношенні. У результаті нові індустріальні країни Латинської Америки зіткнулися з низкою проблем, серед яких: високе зростання імпорту (машинне обладнання) на тлі низького експорту продукції; зростання зовнішнього державного боргу; дефіцит бюджету та висока інфляція, що виникли через зростання державних витрат на підтримку промисловості; слабка конкурентоспроможність товарів, захищених державою, на світовому ринку.

### **References:**

1. Diaz-Alejandro C. F. *Ensayos sobre la Historia Económica Argentina*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1970. P. 17–74.
2. The World Bank. 2022. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator>
3. Merrick T. W., Graham D. H. *Population and Economic Development in Brazil 1800 to the Present*. Johns Hopkins University Press. Baltimore, Pennsylvania. 1979. 385 p.
4. Villela A. V., Suzigan W. *Government Policy and the Economic Growth of Brazil, 1889–1945*. *Brazilian Economic Studies*. Rio de Janeiro. 1977. No. 3.

**Зайченко А. В.**

*аспірант кафедри економіки та маркетингу  
Харківського національного університету  
міського господарства імені О. М. Бекетова  
м. Харків, України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-8>

## **ОГЛЯД ТЕОРІЙ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗУМІННЯ ІРРАЦІОНАЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ**

В сучасних умовах невизначеності, економічної нестабільності та швидкозмінності світових ринків, дослідження механізмів прийняття рішень стає важливішим завданням. Поведінка економічних агентів є складною та багатогранною, вона нерідко суперечить традиційним моделям раціонального вибору, її вектор постійно змінюється під впливом багатьох факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Сьогодні ця проблема стає ще актуальнішою, оскільки сучасні ринки вимагають більш точних та реалістичних підходів до розуміння економічної поведінки споживачів та суб'єктів господарювання для забезпечення свого сталого розвитку, забезпечення гідних умов конкурентної боротьби, тощо. Таким чином, необхідно визначити основні аспекти поведінкової економіки та їх впливу на розуміння ірраціональних аспектів прийняття економічних рішень. Розуміння теорій поведінкової економіки та їх застосування може привести до більш точних прогнозів, формування ефективніших стратегій та удосконалення політичних рішень.

Дослідження існуючих на сьогодні теорій поведінкової економіки допомагає уникнути помилок, що можуть виникнути при побудові стратегій розвитку як підприємств, що є основними виробниками ВВП країни, так і держави в процесі формування ефективної економічної політики, оскільки в даному випадку будуть розглядатись не стандартні моделі раціональності, а враховуватись різноманітні ефекти, які провокують ірраціональну поведінку економічних агентів. Детальний аналіз ірраціональних аспектів прийняття рішень в економіці може бути корисним для управлінців, економістів та осіб, які приймають рішення, отже саме вони мають справу зі складними економічними проблемами в реальному світі.

Питання ірраціональності в економіці завжди привертало увагу вчених та практиків. Традиційні моделі раціонального вибору, які передбачають, що люди завжди приймають рішення на основі максимізації своєї користі, не завжди відображають реальну економічну поведінку. Розглянемо три ключові теорії поведінкової економіки, які спрямовані на розуміння ірраціональних аспектів прийняття економічних рішень:

1) теорія обмеженої раціональності (запропонована Гербертом Саймоном [1]);

2) теорія впливу психологічних факторів (комплексний напрям досліджень в області поведінкової економіки. Ця теорія вивчає вплив різних психологічних аспектів, таких як сприйняття ризику, когнітивні упередження, емоції і т. д. на процеси прийняття рішень у галузі економіки та фінансів. Багато дослідників, таких як Деніел Канеман, Амос Тверський [2; 3], Річард Талер [4] та інші, внесли важливий внесок у розвиток цієї теорії і провели численні дослідження, що підтверджують вплив психологічних факторів на прийняття економічних рішень);

3) теорія передбачуваної ірраціональності (запропонована Деном Аріелі [5], який тісно співпрацював з Річардом Талером).

Теорія обмеженої раціональності припускає, що люди мають обмежений доступ до інформації та обмежені ресурси для обробки цієї інформації. Це призводить до того, що при прийнятті рішень люди не завжди діють відповідно до класичних моделей раціонального вибору. Основні принципи цієї теорії включають:

1) обмеженість інформації: люди не завжди мають повний доступ до необхідної інформації та не завжди можуть оцінити всі альтернативи перед прийняттям рішення.

2) психологічні обмеження: психологічні фактори, такі як емоції і психологічні упередження, можуть впливати на рішення навіть у випадках, коли це не є раціональним.

3) бажання спрощення: люди намагаються спростити складні рішення, що може призвести до використання евристик та затверджених правил.

Ця теорія застосовується у багатьох сферах, включаючи фінанси, маркетинг та управління. У фінансовій сфері вона допомагає розуміти, чому інвестори можуть робити ірраціональні рішення на ринку цінних паперів. У маркетингу ця теорія допомагає розробляти стратегії продажу, враховуючи психологічні особливості споживачів.



Однією з основних критик теорії обмеженої раціональності є відсутність чіткої методології для оцінки обмеженості раціональності та невизначеність, що стосується того, яким саме чином обмеженість впливає на прийняття рішень. Крім того, існують різні підходи до тлумачення і вимірювання ірраціональності, що робить цю теорію складною для практичного застосування.

Теорія впливу психологічних факторів вивчає як різні психологічні аспекти, такі як сприйняття ризику (як люди сприймають і оцінюють можливі ризики при прийнятті рішень), когнітивні упередження (вплив упереджень та стереотипів на прийняття рішень) та емоції (вивчення того, як емоції можуть впливати на прийняття рішень, і чому певні ситуації можуть викликати ірраціональну поведінку), можуть впливати на рішення людей. Експериментальні дослідження у цій галузі надають докази того, що на індивідуальні рішення можуть сильно впливати різноманітні психологічні фактори.

Теорія впливу психологічних факторів відзначає важливість соціального контексту у формуванні економічних рішень. Люди часто беруть до уваги відгуки та думки інших при прийнятті важливих рішень, і це може призводити до ірраціональних колективних вчинків.

Теорія передбачуваної ірраціональності, запропонована Деном Аріелі, розглядає ірраціональність у прийнятті фінансових рішень та інших рішень, які стосуються грошей. Вона підкреслює, що люди, незважаючи на стандартні економічні теорії, часто приймають ірраціональні рішення, які можуть суперечити їхнім власним інтересам. Основні пункти теорії передбачуваної ірраціональності включають:

1) систематичні помилки: Ден Аріелі визнає наявність систематичних ірраціональних відхилень у фінансових рішеннях і прийнятті рішень, пов'язаних з грошима. Це може включати переоцінку ризику, недооцінку втрати та інші типові помилки.

2) вплив психології: теорія передбачуваної ірраціональності відзначає важливий вплив психологічних факторів на фінансове прийняття рішень. Це може включати вплив емоцій, соціального контексту, соціальних очікувань та інших психологічних аспектів на рішення про інвестиції, споживання та збереження.

3) дії за замовчуванням: однією зі структурних особливостей теорії передбачуваної ірраціональності є визнання важливості «дій за замовчуванням». Люди, зазвичай, більше схильні залишитися в стані, в якому вони знаходяться, і не здійснювати активних кроків для зміни своєї ситуації.

Теорія передбачуваної ірраціональності Дена Аріелі вносить важливий внесок у розуміння того, як психологія впливає на фінансове прийняття рішень та може мати практичний застосунок у сфері фінансового планування та управління.

В сучасних умовах, коли економічна поведінка стає складнішою і непередбачуваною, теорія поведінкової економіки розширює наше розуміння того, як люди приймають економічні рішення. Вони показують, що ірраціональність є невід'ємною частиною прийняття рішень і не може бути ігнорованою. Теорія впливу психологічних факторів вказує на значущий вплив емоцій, сприйняття ризику і когнітивних упереджень на рішення в економіці. Розуміння цих факторів дозволяє краще передбачати та пояснювати поведінку економічних агентів. Знання цих теорій може мати важливий практичний застосунок у сфері управління, фінансового планування та політики. Вони допомагають управлінцям та політикам приймати більш обґрунтовані рішення, а також розробляти ефективніші стратегії. Це лише початок розуміння складності економічної поведінки. Для подальшого розвитку цієї області потрібні подальші дослідження, які допоможуть розкрити нові аспекти та інсайти.

Загалом, теорії поведінкової економіки допомагають нам краще розуміти ірраціональність в економічних рішеннях та збагачують наше знання в цій галузі. Розуміння цих теорій може мати значущий вплив на практичну діяльність та політику, сприяючи більш стійкому та ефективному економічному розвитку.

### **Література:**

1. Herbert A. Simon. Administrative behavior. URL: [https://accord.edu.so/course/material/administrative-theory-and-behavior-478/pdf\\_content](https://accord.edu.so/course/material/administrative-theory-and-behavior-478/pdf_content) (дата звернення: 07.09.2023).
2. Kahneman D. and Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. URL: <https://www.jstor.org/stable/1914185> (дата звернення: 07.09.2023).
3. Kahneman D. and Tversky A. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. URL: <https://www.jstor.org/stable/1685855> (дата звернення: 07.09.2023).
5. Галер Р. Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. URL: <https://knigogo.com.ua/chitati-online/povedin-kova-ekonomika/> (дата звернення: 07.09.2023).
6. Аріелі Д. Передбачувана ірраціональність. URL: [https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Arieli\\_2010\\_Predskazuemaya%20irrational%27nost%27.pdf](https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Arieli_2010_Predskazuemaya%20irrational%27nost%27.pdf) (дата звернення: 07.09.2023).

## **СЕКЦІЯ 3. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

**Гуань Жань**

*аспірант*

*Київського національного університету*

*імені Тараса Шевченка*

*м. Київ, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-9>*

### **ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА НЕРІВНОМІРНІСТЬ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ**

Економічна глобалізація є однією з найбільш визначних тенденцій сучасного світу. Вона призвела до безпрецедентної інтеграції національних економік у світову економічну систему. Проте глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки. Одним з найбільш дискусійних є питання впливу глобалізації на соціальну стратифікацію та розподіл доходів населення.

Метою цієї статті є оцінка впливу економічної глобалізації на розподіл доходів населення та дослідження питання, чи справді глобалізація призводить до зростання економічної нерівності.

Багато дослідників стверджують, що глобалізація посилює нерівність як між країнами, так і всередині країн. Зокрема, вона створює переваги для висококваліфікованих працівників, які можуть конкурувати на глобальному ринку праці. В той же час, робітники з низькою кваліфікацією стикаються з підвищеною конкуренцією з боку працівників з країн, що розвиваються. Це призводить до тиску на зарплати і зростання безробіття серед цієї категорії [1].

Крім того, згідно з дослідженням МВФ, частка доходів найбагатшого 1% населення зросла в більшості розвинених країн протягом останніх десятиліть, частково через наслідки глобалізації [2]. Глобалізація також призвела до концентрації капіталу в руках великих транснаціональних корпорацій. Це сприяє концентрації багатства на верхніх рівнях соціальної ієрархії.

Однак інші дослідники стверджують, що вплив глобалізації на нерівність не є однозначним. Зокрема, глобалізація сприяла швидкому економічному зростанню у багатьох країнах, що розвиваються, зменшуючи розрив у доходах між багатими та бідними країнами. Наприклад, сотні мільйонів людей вийшли з бідності в Китаї та Індії завдяки їх інтеграції у світову економіку [3].

Більше того, на думку деяких економістів, основною причиною зростання нерівності в розвинених країнах є не стільки глобалізація, скільки внутрішні чинники, такі як слабкий соціальний захист, регресивна податкова політика і недостатнє інвестування в освіту [4]. Тобто глобалізація лише підсилює наявні тенденції, а не є їх безпосередньою причиною.

У цілому, більшість досліджень свідчать, що глобалізація дійсно призвела до певного зростання нерівності в багатьох країнах. В першу чергу це стосується розвинених країн, де глобалізація посилила тиск на оплату праці низькокваліфікованих працівників. Одночасно з цим глобалізація мала позитивний вплив на зменшення розриву між багатими та бідними країнами.

Для емпіричної перевірки впливу глобалізації на нерівність нами були зібрані дані по показниках нерівності (коефіцієнт Джині, частка доходів топ-1% населення, співвідношення доходів 10% найбагатших і 10% найбідніших) та індикаторах інтеграції країн у глобальну економіку (частка експорту/імпорту в ВВП, прямі іноземні інвестиції як % ВВП, лібералізація торгівлі) для 9 країн (США, Китай, Індія, Україна, Німеччина, Франція, Велика Британія, Японія).

Аналіз динаміки показників нерівності (коефіцієнт Джині, частка доходів топ-1%, співвідношення доходів) показує, що в цілому за останні роки спостерігається тенденція до зростання нерівності в більшості розвинених країн.

Кореляційний аналіз виявив помірний позитивний зв'язок між показниками глобалізації (частка експорту/імпорту у ВВП, ПІІ) та рівнем нерівності (коэф. Джині) в досліджуваних країнах. Це свідчить, що більша інтеграція в глобальну економіку пов'язана з деяким зростанням нерівності.

Порівняння країн з різною динамікою глобалізації показує, що в країнах з позитивними тенденціями спостерігається більш виражена тенденція до зростання нерівності (США, Китай, Франція). В країнах з негативними тенденціями глобалізації (Україна, Японія) нерівність зростає повільніше.

Регресійний аналіз підтвердив значимий позитивний вплив показників глобалізації на рівень нерівності з урахуванням інших факторів (ВВП на душу населення, соціальні витрати). Це свідчить про те, що глобалізація дійсно є одним з чинників зростання нерівності.

Таблиця 1

### Регресійний аналіз

Залежна змінна – коефіцієнт Джині		
Незалежні змінні	Коефіцієнт	p-value
Частка експорту в ВВП	0.18	0.04
ППІ як % ВВП	0.12	0.03
ВВП на душу населення	-0.05	0.02
Соціальні витрати % ВВП	-0.09	0.01
R-квадрат: 0.67		

*Джерело: розраховано автором*

Отримані результати дозволяють зробити висновок, що економічна глобалізація сприяє певному зростанню нерівності в багатьох країнах через тиск на оплату праці низькокваліфікованих працівників. Для зменшення негативних наслідків глобалізації країнам необхідно приділяти увагу політиці перерозподілу доходів та соціального захисту.

### Література:

1. Bourguignon F., Scott-Railton T. Globalization of Inequality. Princeton University Press, 2015. 224 с.
2. Suphaphiphat N. et al. Causes and Consequences of Income Inequality: A Global Perspective. International Monetary Fund, 2015.
3. Dollar D., Kleineberg T., Kraay A. Growth still is good for the poor. *European Economic Review*. 2016. Т. 81. Р. 68–85. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2015.05.008> (дата звернення: 23.09.2023).
4. Stiglitz J. E. Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future. Norton & Company, Incorporated, W. W., 2012. 560 p.

**Кицюк І. В.**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародних економічних відносин  
та управління проектами  
Волинського національного університету  
імені Лесі Українки  
м. Луцьк, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-10>

## **РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: НОВІ ВИМОГИ ДО НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ**

Отримання Україною статусу кандидата на вступ до ЄС є фактично вибором стратегічного вектору розвитку. Для українських суб'єктів господарювання євроінтеграція – це, в першу чергу, стандарти, що визначають напрямки їх подальшої модернізації на шляху до сталого розвитку: створення конкурентоспроможної продукції та послуг, формування сприятливого інвестиційного клімату, досягнення високого рівня корпоративної безпеки та забезпечення рівноправної конкуренції, враховуючи інтереси усіх зацікавлених сторін. Важливого значення при цьому набуває розвиток корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), що може полегшити процес переходу до європейських та світових стандартів, сприяти залученню національних підприємств, установ та організацій до участі у міжнародних проектах, створенню та активізації інноваційної бізнес-інфраструктури тощо.

Зокрема, у статті 422 Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, ратифікованої Законом України від 16.09.2014 р. № 1678-VII, зазначається, що сторони сприятимуть корпоративній соціальній відповідальності та підзвітності, а також заохочуватимуть відповідальну ділову практику, що пропагується такими міжнародними організаціями як ООН, МОП, ОЕСР [1; 2].

Європейський Зелений Курс є дорожньою картою на шляху до сталої економіки, що дасть можливість перетворити кліматичні та екологічні виклики на можливості в усіх сферах політики та здійснити справедливий та інклюзивний перехід [3].

Зокрема, 21 квітня 2021 року Європейська Комісія прийняла амбіційний та всеохоплюючий пакет заходів, що сприяють покращенню фінансування сталої діяльності в межах усього Європейського Союзу. Таке рішення надає можливість інвесторам переорієнтувати інвестиції у більш сталі технології та бізнес, сприяючи переходу до кліматично нейтральної Європи до 2050 року. Також даний крок сприятиме перетворенню ЄС на світового лідера у встановленні стандартів сталого фінансування [4].

Вищезгаданий пакет, окрім інших заходів, включає пропозиції до Директиви щодо корпоративної звітності зі сталого розвитку (англ., Proposal for a Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)), яка вносить зміни до існуючих вимог до нефінансової звітності (англ., Non-Financial Reporting Directive (NFRD)), зокрема:

– Поширює сферу дії на всі великі компанії та всі компанії, зареєстровані на регульованих ринках (окрім зареєстрованих мікропідприємств). Дані компанії також несуть відповідальність за оцінку відповідної інформації на рівні своїх дочірніх підприємств. Такі правила застосовуються і до зареєстрованих на біржі малих та середніх підприємств (далі – МСП), враховуючи їхні особливі характеристики. Окрім того, протягом перехідного періоду для МСП буде можлива відмова від звітування, тобто вони будуть звільнені від виконання директиви до 2028 року. Для неєвропейських компаній вимога щодо надання звіту про сталий розвиток поширюється на всі компанії, чистий оборот яких становить 150 млн євро в ЄС і які мають принаймні одне дочірнє підприємство або філію в ЄС. Ці компанії повинні надати обов'язкову звітність за ESG-факторами (навколишнє середовище, соціальна відповідальність та ефективне управління; від англ. environmental, social, governance).

– Вимагає аудиту (підтвердження) інформації, поданої у звіті; а також покращення доступності інформації, шляхом її публікації у спеціальному розділі звітів керівництва компанії. Звітність неєвропейських компаній також має бути сертифікована або європейським аудитором, або аудитором, заснованим у третій країні.

– Запроваджує більш детальні вимоги до звітності та вимогу до звітності відповідно до обов'язкових стандартів звітності щодо сталого розвитку ЄС.

– Вимагає від компаній цифрової ідентифікації (тегування) інформації, розкритої в звіті; таким чином інформація зчитується та подається в Європейську єдину точку доступу (англ., European single

access point (ESAP)) – передбачає єдиний пункт доступу до публічної інформації про компанії ЄС та інвестиційні продукти, – що передбачено планом дій щодо Союзу ринків капіталу (англ., Capital Markets Union Action Plan) [5].

Компанії, які підлягають CSRD, повинні будуть звітувати відповідно до Європейських стандартів звітності про сталий розвиток (англ., The European Sustainability Reporting Standards, ESRS).

Відповідні пропозиції спрямовані на усунення недоліків у існуючих правилах розкриття нефінансової інформації, що заважає переходу до стійкої економіки. Адже, недостатня якість такої інформації не дає можливості інвесторам належним чином взяти її до уваги.

Директива щодо корпоративної звітності зі сталого розвитку (англ., Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)), яка вносить зміни до існуючих вимог до нефінансової звітності (англ., Non-Financial Reporting Directive (NFRD)) набула чинності 5 січня 2023 року. Проте, правила почнуть застосовуватися між 2024 і 2028 роками.

Таке рішення надає можливість інвесторам переорієнтувати інвестиції у більш сталі технології та бізнес, сприяючи переходу до кліматично нейтральної Європи до 2050 року. Також даний крок сприятиме перетворенню ЄС на світового лідера у встановленні стандартів сталого фінансування. Що, у свою чергу, відкриває нові можливості та перспективи у даній сфері і для України.

### **Література:**

1. Association Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part. 161/5, 29.05.2014. P. 2137. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529(01)&from=EN) =

2. Верховна Рада України. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text)

3. The EU Green Deal – a roadmap to sustainable economies. URL: <https://t1p.de/52ax7>

4. Sustainable Finance and EU Taxonomy: Commission takes further steps to channel money towards sustainable activities. URL: <https://t1p.de/t7uz4>

5. New rules on corporate sustainability reporting: provisional political agreement between the Council and the European Parliament. URL: <https://t1p.de/95gm0>



**Музиченко М. В.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри глобальної економіки  
Державного біотехнологічного університету  
м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-11>

## **АМБІТНІ СПГ-ПРОЄКТИ ЯК ЗАПОРУКА ЛІДЕРСТВА НА СВІТОВОМУ ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ**

Впродовж останніх чотирьох років поспіль Австралія є незмінним світовим лідером з експорту скрапленого природного газу (СПГ).

У 2022 році країна експортувала 81,4 млн тонн СПГ, що є найбільшим показником в історії Австралії. Потужність СПГ-проектів склала у 2022 році 92% від щорічної номінальної потужності у 88,6 млн тонн [1].

За останні три десятиліття інвестиції у виробництво скрапленого природного газу склали близько 300 млрд австралійських доларів, що забезпечило Австралії статус лідера з експорту СПГ на світовому ринку.

Варто розглянути найбільші австралійські проекти з виробництва скрапленого природного газу.

Один з найпотужніших світових проектів з виробництва СПГ і найбільша в історії Австралії розробка окремого ресурсу – проект Gorgon, який включає три технологічні лінії з виробництва СПГ щорічною потужністю 15, 6 млн тонн та внутрішній завод з переробки газу, здатний щоденно постачати 300 тераджоулів газу до Західної Австралії. Газ надходить з родовищ Gorgon та Jansz-Io, що знаходяться у районі Великого Горгона близько 130 км від північно-західного узбережжя Західної Австралії. Вартість проекту становить 54 млрд доларів США. Будівництво завершено у 2017 році. Оператор проекту Chevron Australia, партнерами проекту є американські Chevron (47,3%), Exxon Mobil (25%), Shell (25%) та японські Osaka Gas (1,25%), Tokyo Gas (1%), JERA (0,4%) [2].

Інвестиції в СПГ – проект Wheatstone, експлуатацію якого розпочато у 2017 році, становлять 34 млрд доларів США. Будівництво проекту тривало шість років, оператором проекту є американська Chevron [3]. Партнерами проекту є Chevron (64,14%), кувейтська Kuwait

Foreign Petroleum Exploration Company KUFPEC (13,4%), австралійські Woodside Petroleum LTD (13%) та PE Wheatstone Pty Ltd (8%), японська Kyushu Electric Power Company (1,46%). На завод, розташований поблизу міста Онслоу, надходить газ з родовищ Wheatstone та Iago. Щорічна потужність двох технологічних ліній проєкту становить 8,9 млн тонн. Проєктом передбачено термін виробництва 30 років [4].

Проєкт Pluto є найбільшим проєктом австралійської нафтогазової компанії Woodside. Вартість проєкту становить 11 млрд доларів США. Введений в експлуатацію у 2012 році. Складається з технологічної лінії щорічною потужністю 5 млн тонн. Газ надходить з оффшорних родовищ Плуто та Ксена, розташованих на відстані 180 км від Каррата (північно-західне узбережжя Австралії). Сукупні запаси родовищ становлять близько 149 млрд кубічних метрів. Партнерами проєкту є Woodside (90%) та японські Tokyo Gas (5%) і Kansai Electric (5%) [5].

Проєкт Ichthys передбачає розробку газоконденсатного родовища Ichthys, розташованого приблизно в 220 км від західного узбережжя Австралії. Вартість проєкту 37 млрд доларів США, партнерами проєкту є японська INPEX (66,25%) та французька Total (26%), незначні частки мають тайванська CRC Corporation Taiwan (2,63%), японські Tokyo Gas (1,57%), Osaka Gas (1,2%), JERA (0,73%) та Toho Gas (0,42%). Щорічна потужність проєкту становить 8,9 млн тонн. Проєктом передбачено термін виробництва 40 років [6].

Плаваючий СПГ-завод Prelude FLNG є першим у світі підприємством з виробництва СПГ, розташованим на плаваючій платформі та призначеним для видобутку, підготовки, зрідження природного газу та подальшого зберігання і відвантаження СПГ на газозовози безпосередньо у морі. На даний час це найбільший плаваючий об'єкт у світі. Щорічна потужність Prelude FLNG становить 5,3 млн тонн жидких вуглеводнів, у т.ч. 3,6 млн тонн СПГ, 1,3 млн тонн конденсата, 0,4 млн тонн LPG. Вартість будівництва Prelude FLNG складає 12,6 млрд доларів США. Після завершення будівництва плаваючий СПГ-завод відбуксований до Тиморського моря та закріплений над газоконденсатним родовищем Prelude, розташованим близько 470 км від міста Брум (Західна Австралія), запаси газу якого оцінюються у 84,9 млрд кубічних метрів. До судна одночасно надходить газ з 7-ми свердловин родовища. Prelude FLNG експлуатуватиметься впродовж 25-ти років без повернення до сухого доку. Партнерами проєкту є Royal Dutch Shell (67,5%), японська INPEX (17,5%), південнокорейська KOGAS (10%) та тайванська CRC (5%) [7].

Реалізація вищенаведених проєктів СПГ дозволила Австралії збільшити експорт скрапленого природного газу у 2019 році до рекордних 78 млн тонн та з того часу забезпечити безумовне лідерство на світовому енергетичному ринку.

### **Література:**

1. Australia exports record LNG in 2022: EnergyQuest. URL: <https://www.naturalgasworld.com/australia-exported-record-lng-in-2022-energyquest10324:~:text=Australia%20exported%20a%20new%20record,EnergyQuest%20said%20on%20January%2018>

2. Gorgon Project. URL: <https://australia.chevron.com/our-businesses/gorgon-project>

3. Chevron запустила СПГ-проєкт Wheatstone в Австралії вартістю 34 млрд доларів. URL: [https://cfts.org.ua/news/2017/10/09/chevron\\_zapustila\\_spg\\_proekt\\_wheatstone\\_v\\_avstralii\\_stoimostyu\\_34\\_mlrd\\_dollarov\\_43340](https://cfts.org.ua/news/2017/10/09/chevron_zapustila_spg_proekt_wheatstone_v_avstralii_stoimostyu_34_mlrd_dollarov_43340)

4. Australia's first natural gas hub. URL: <https://australia.chevron.com/our-businesses/wheatstone-project>

5. Pluto LNG forms part of our outstanding base business. URL: <https://www.woodside.com/what-we-do/operations/pluto-lng>

6. Ichthys LNG project, Australia – one of the world's biggest LNG projects. URL: <https://www.nsenergybusiness.com/projects/ichthys-lng-project/>

7. Prelude FLNG. URL: <https://www.shell.com/about-us/major-projects/prelude-flng.html>

**Намонюк В. Є.**

*кандидат економічних наук, доцент  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-12>

## **РОЛЬ СТАРТАПІВ У РОЗРОБЦІ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ ПОДВІЙНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

Технології подвійного призначення відіграють важливу роль у сучасному світі, оскільки можуть використовуватися як у цивільних, так і військових цілях. Останнім часом стартапи стали ключовими гравцями у розробці та комерціалізації таких технологій.

Метою даного дослідження є виявлення ролі стартапів у сфері технологій подвійного призначення.

Після Другої світової війни технології, розроблені для військових цілей, часто знаходили застосування і в цивільному секторі. Наприклад, розвиток авіаційної та ракетної техніки в цей період призвів до появи реактивних пасажирських літаків, а технології радіолокації лягли в основу мікрохвильових печей.

Одним з яскравих прикладів впливу військових розробок на цивільне життя був розвиток Інтернету на базі мережі ARPANET, створеної Агентством перспективних оборонних дослідницьких проектів Міністерства оборони США. Ця мережа використовувалася для обміну даними між дослідницькими центрами Пентагону, а згодом перетворилася на глобальну мережу Інтернет [3].

Проте в останні десятиліття ситуація змінилася. Завдяки бурхливому розвитку ІТ-індустрії та появі великої кількості технологічних стартапів, багато інноваційних розробок з'являються саме в комерційному секторі. На відміну від попередніх десятиліть, коли лідерами в технологіях були великі корпорації та державні лабораторії, зараз багато проривних інновацій приходять від невеликих та амбітних стартапів.

Однією з причин такої трансформації став бурхливий розвиток венчурного інвестування та поява цілої індустрії венчурного капіталу, починаючи з 1990-х років. Венчурні фонди активно інвестували в

технологічні стартапи, що дозволило їм швидко розвиватися і випереджати великі корпорації в інноваціях. З 2003 року обсяги венчурного фінансування зросли в багато разів [5].

Через відносно низькі бар'єри для входу, високу прибутковість та підтримку венчурного капіталу, програмне забезпечення стало основним фокусом для стартапів. Компанії на кшталт Facebook, Airbnb, Snapchat змінили способи комунікації, подорожей, розваг для мільйонів людей. Але в той же час, у сфері критичних технологій, таких як мікроелектроніка, квантові технології, штучний інтелект, спостерігається відставання США від Китаю та інших країн.

Урядові організації, такі як Пентагон та DARPA, не можуть конкурувати з приватними технологічними гігантами в обсягах витрат на R&D. Наприклад, в 2021 році Amazon, Google, Microsoft, Apple та Meta витратили 173 млрд доларів на дослідження та розробки, тоді як п'ять найбільших оборонних підрядників Пентагону – лише 5,7 млрд доларів.

Щоб подолати цей розрив у інноваціях, уряд США запустив низку ініціатив зі співпраці зі стартапами та технологічними компаніями. Було створено спеціальні підрозділи, такі як Управління оборонних інновацій (DIU), яке фокусується на роботі з малим та середнім бізнесом [2].

Також були спрощені процедури закупівель і контрактування, що дозволило прискорити цикли роботи зі стартапами. Створені спеціальні програми фінансування, такі як SBIR, яка надає гранти малим інноваційним компаніям. Запущені урядові акселератори та інкубатори, які допомагають стартапам виходити на ринок та масштабуватися.

Значне фінансування було виділено для стимулювання державно-приватного партнерства у критичних сферах досліджень. Запропоноване Агентство перспективних дослідницьких проєктів у сфері охорони здоров'я (ARPA-H) повторює модель військової DARPA для прискорення біомедичних відкриттів [1]. Сама DARPA також розширила взаємодію зі стартапами через конкурси та кампанії з розвитку ШІ. Військові відомства також активно залучають стартапи, наприклад, Повітряні сили створили акселератори.

На міжнародному рівні НАТО заснувала у 2018 році Програму прискорення оборонних інновацій у Північноатлантичному регіоні для стимулювання стартапів у країнах-членах [4]. Було відкрито понад 100 акселераторів. США також продемонстрували свою прихильність через Національну стратегію стандартизації 2023 року для підтримки лідерства у критичних технологіях майбутнього.

З боку стартапів та технологічних компаній також зросла зацікавленість у співпраці з урядом та роботі над проектами подвійного використання. Хоча раніше багато з них уникали такої співпраці через етичні міркування, зараз розуміння важливості технологічного лідерства США змушує їх шукати можливості підтримки національної безпеки.

Незважаючи на певні труднощі, такі як складність отримання фінансування, необхідність дотримання складних правил і регуляцій, а також довгі цикли продажів в оборонній сфері, подібні ініціативи допомагають залучати інноваційні компанії до розробки технологій подвійного призначення. Це вигідно як для національної безпеки США, так і для економічного зростання країни в цілому.

Отже, стартапи відіграють дедалі більшу роль у розробці та комерціалізації технологій подвійного призначення. Незважаючи на певні труднощі, їх співпраця з урядовими організаціями може сприяти технологічним інноваціям та економічному зростанню. Подальше вдосконалення законодавства та політики у цій сфері має стати пріоритетом.

### **Література:**

1. ARPA-H. URL: <https://arpa-h.gov/> (дата звернення: 21.09.2023).
2. Defense Innovation Unit. URL: <https://www.diu.mil/> (дата звернення: 21.09.2023).
3. Gummett P., Reppy J. Relations Between Defence and Civil Technologies. Springer London, Limited, 2013.
4. NATO's DIANA expands transatlantic footprint, gears up for first challenges. September 11, 2023. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natohq/news\\_213074.htm](https://www.nato.int/cps/en/natohq/news_213074.htm) (дата звернення: 22.09.2023).
5. The changing landscape of dual-use technology: Will startups make us more secure? URL: <https://masschallenge.org/articles/dual-use-innovation/> (дата звернення: 21.09.2023).

**Шморгун І. Ю.**  
*аспірант кафедри міжнародної економіки  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-13>*

## **МАТРИЦЯ БОСТОНСЬКОЇ КОНСАЛТИНГОВОЇ ГРУПИ ДЛЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТАЛОГО МІЖНАРОДНОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ**

Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) протягом багатьох років вважається однією з найбільш поширених та застосованих методів портфельного аналізу. Відповідно до моделі, визначальними чинниками успіху компанії, сегменту або продукту на ринку є 2 чинники: відносна частка ринку й темп його зростання. В результаті матриця визначає 4 основні позиції для компанії, сегменту або продукту, що мають назву «знаки питання», «зірки», «дійні корови», «собаки».

Зазвичай матрицю БКГ використовують при аналізі ринку споживчих товарів, але треба враховувати той факт, що дана матриця є універсальною й може бути застосованою для інших ринків, зокрема для ринку сталого міжнародного портфельного інвестування, а саме для інструментів даного ринку.

Стале міжнародне портфельне інвестування є однією з ключових та сучасних концепцій на ринку міжнародного інвестування, хоча свій початок бере з 70-х років ХХ століття. Протягом останніх років вартість активів під управлінням сталих міжнародних інвестиційних фондів невідомо зростає, так само зростає й кількість і вартість одних з ключових фінансових інструментів сталого міжнародного портфельного інвестування – зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій, зокрема, в Європі (рис. 1).

За даними інформаційного джерела Natixis, обсяг емісії європейських зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій разом узятих сягнув 255 млрд євро на кінець вересня 2022-го року. А за даними іншого інформаційного джерела –

Reuters – продажі зелених, соціальних та сталих облігацій в Європі можуть скласти 1,6 трлн євро до 2026 року.



**Рис. 1. Поняття зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій**

*Джерело: складено автором за даними [2]*

Таблиця 1

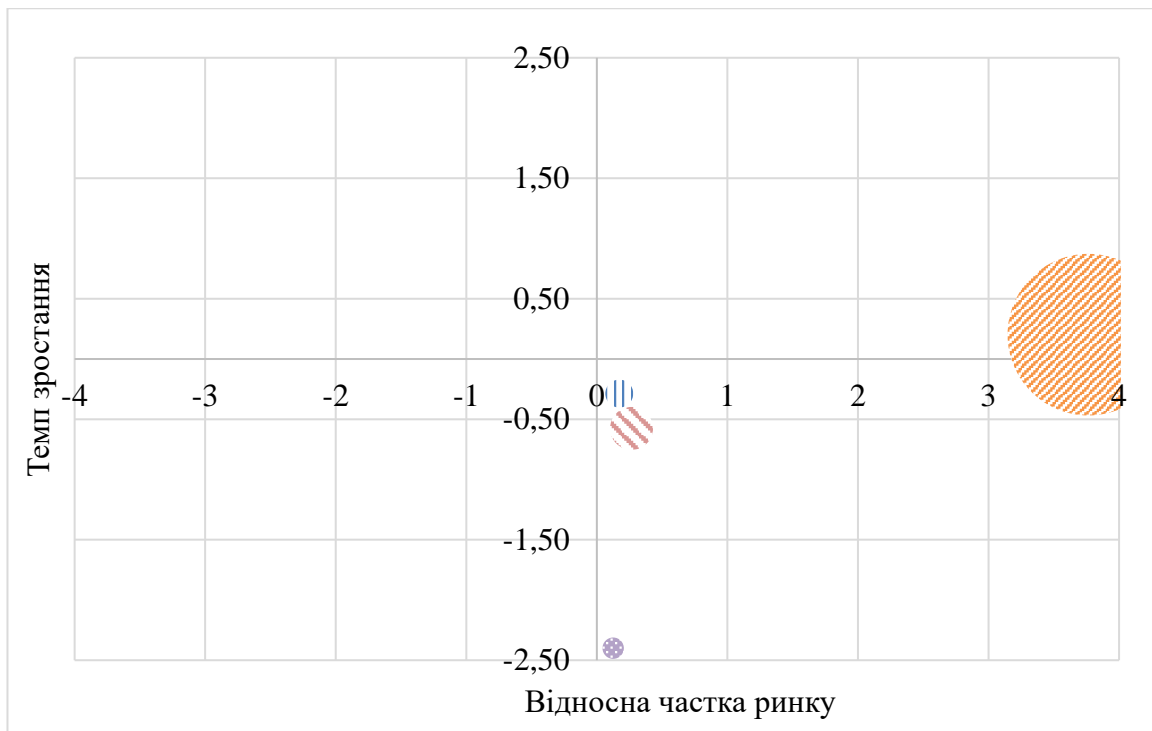
**Темп зростання та відносна частка європейського ринку зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій**

Тип облігацій	Темп зростання (2022 до 2021)	Частка ринку (2022)	Відносна частка ринку (2022)
Зелені облігації	20,2%	64%	376%
Соціальні облігації	-57,6%	17%	26%
Сталі облігації	-28,7%	11%	17%
Пов'язані зі сталим розвитком облігації	-20,1%	8%	13%

*Джерело: складено автором за даними [3]*

Відповідно до існуючих даних щодо типу облігацій, їх темпів зростання, ринкової частки та відносної ринкової частки, можна побудувати матрицю БКГ (рис. 2).





**Рис. 2. Матриця БКГ для європейських зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій**

*Джерело: складено автором за даними [3]*

Згідно з даними щодо відносної частки ринку та темпів зростання зелених, соціальних, екологічних та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій, очевидно, що зелені облігації можна віднести до «зірок» з високою відносною часткою ринку та позитивними темпами зростання, а всі інші види облігацій – до «собак» через їхню невисоку відносну частку ринку та від'ємні темпи зростання.

Варто зазначити, що продукти в квадранті «зірок» є лідерами ринку і потребують значних інвестицій для утримання своїх ринкових позицій, прискорення зростання та збереження конкурентних переваг. «Зірки» потребують значну кількість грошових коштів, але також генерують великі грошові потоки. У міру того, як ринок розвивається, а продукти залишаються успішними, «зірки» мігрують і стають «дійними королями».

Продукти в квадранті «собаки» знаходяться на ринку, який повільно зростає і на якому продукти мають низьку ринкову частку. Продукти в квадранті «собак», як правило, здатні підтримувати себе і забезпечувати грошові потоки, але вони ніколи не потраплять до квадранта «зірок». Фірми, як правило, поступово відмовляються від

продуктів у квадранті «собак», якщо тільки вони не доповнюють існуючі продукти або не використовуються з конкурентною метою.

Отже, матриця Бостонської консалтингової групи вже далеко не перший рік є універсальним методом портфельного аналізу, який може бути застосований не лише до класичних споживчих товарів, а й також для ринку сталого міжнародного портфельного інвестування, зокрема до його інструментів.

За результатами наявних даних щодо темпів зростання, частки та відносної частки ринку було побудовано матрицю БКГ для європейських зелених, соціальних, сталих та пов'язаних зі сталим розвитком облігацій, відповідно до якої зелені облігації розташувались у квадранті «зірки», з високою відносною часткою ринку та позитивними темпами зростання, в той час як всі інші типи облігацій у квадранті «собаки» через їхню невисоку відносну частку ринку та від'ємні темпи зростання.

### **Література:**

1. Шамрик А. Матриця Бостонської консалтингової групи: переваги та недоліки. IV Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». С. 195.

2. OECD (2022) Green, social, sustainability and sustainability-linked bonds in developing countries: How can donors support public sector issuances? Paris : OECD Publishing.

3. Euro GSSS Bond Market: evolutions, trends and novelties. URL: <https://gsh.cib.natixis.com/our-center-of-expertise/articles/euro-gsss-bond-market-evolutions-trends-and-novelties>

4. European green, social, sustainable bond sales could reach 1.6 trillion euros in 2026, study says. URL: <https://www.reuters.com/business/finance/european-green-social-sustainable-bond-sales-could-reach-16-trln-euros-2026-2022-05-03/>

## СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

**Котух Є. В.**

*доктор наук з державного управління,  
кандидат технічних наук, доцент,  
професор кафедри кримінальних розслідувань  
Державного податкового університету  
м. Ірпінь, Україна  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4997-620X>*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-14>*

### **ПРІОРИТЕТИ ТА ВИКЛИКИ ТОКЕНІЗАЦІЇ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОГО ІНВЕСТУВАННЯ**

Процеси цифрової трансформації у всіх аспектах життя в Україні вплинули на розвиток різних сфер, включаючи соціальні та економічні, і породили нові політичні, економічні зв'язки на рівнях держави та територіальних громад. Новітні технології вплинули й на процеси створення та розподілу громадських ресурсів, призвели до виникнення нових цифрових об'єктів економічних відносин. Механізми набуття прав на ці об'єкти, їх захист та збереження стали предметом наукових досліджень та законодавчих ініціатив. Вони відображають зміни, які виникли внаслідок децентралізації та автономізації світових фінансових потоків, виведення великої кількості цінностей в цифровій формі, які не залежать від діяльності державних банків та регуляторів.

У сучасних умовах цифрових технологій виникають нові явища. Одним з яких стали віртуальні активи у різних формах. Наразі немає чіткого розуміння та стандартизованої класифікації віртуальних активів, і термінологічний апарат потребує уточнень в контексті багатьох нормативно-правових вимірів.

Ринки капіталу все ще перебувають на початковій стадії впровадження технологій блокчейну та розподіленого реєстру і поки що вивчають можливості їх використання. Україна відома як одна з провідних країн у світі у сфері блокчейну та криптовалют, де активно розвивається ринок віртуальних активів.

Однією з можливих стратегій використання є створення цифрових токенизованих активів, де токен відображає права або інтереси, що існують у цифровому вигляді у блокчейні (наприклад, несертифіковані цінні папери), або представляє реальний актив (наприклад, нерухомість). Токенізація – це процес перетворення прав або власності на актив у формі цифрового токена, який неможливо видалити з реєстру блокчейну. Токенізацію можна застосовувати до різних видів активів, включаючи фінансові інструменти (наприклад, акції та облігації), матеріальні активи (наприклад, нерухомість та дорогоцінні метали) та інтелектуальну власність. Основні переваги токенизації включають підвищення ліквідності, швидкі розрахунки, зниження витрат та більш ефективне управління ризиками. Ці переваги можуть сприяти залученню інвестицій, розвитку держави та територіальних громад [1]. Водночас, на погляд автора, актуальним питанням залишається вирішення наступних протиріч:

– **Регуляторна невизначеність:** брак нормативно-правового урегулювання використання токенизації в державному секторі через відсутність чітко визначеної правової бази створює невизначеність як для державних установ, так і для компаній, зацікавлених у використанні механізмів цифровізації активів.

– **Питання безпеки:** токенизація покладається на надійні заходи безпеки для захисту конфіденційних даних і цифрових активів; таким чином, забезпечення заходів з інформаційної безпеки токенизованих активів і даних у державних системах має вирішальне значення для запобігання зломам, шахрайству та кібератакам.

– **Відсутність інфраструктури:** впровадження технологій токенизації потребує належної інфраструктури та технічних можливостей, а також сталого процесу організації проєктної діяльності в сфері інформаційних технологій.

– **Цифрова грамотність:** токенизація включає складні технологічні процеси та концепції, тому актуальним завданням є забезпечення того, щоб державні службовці володіли необхідною цифровою грамотністю та навичками для ефективного керування токенизованими активами.

– **Сумісність:** досягнення взаємодії між різними урядовими установами та системами має вирішальне значення для ефективного використання токенизації, що потребує забезпечення безпроблемного обміну та інтеграції токенизованих активів і даних між різними фізичними інфраструктурами та установами.

– **Громадська довіра:** зміцнення громадської довіри до технологій токенизації має важливе значення, особливо в таких секторах, як охорона здоров'я та фінанси, де задіяні конфіденційні дані, тому актуальним завданням є забезпечення впевненості громадян у безпеці та конфіденційності їхніх даних, і це є серйозною проблемою.

– **Масштабованість:** оскільки державний сектор має справу з величезною кількістю даних і транзакцій, забезпечення того, щоб рішення для токенизації могли масштабуватися відповідно до вимог уряду, може бути складним завданням.

– **Прив'язка до постачальника:** залежність від сторонніх постачальників для рішень токенизації може призвести до прив'язки до постачальника, коли державні установи стають сильно залежними від конкретного постачальника, що потенційно обмежує гнучкість і конкуренцію.

– **Конфіденційність даних:** токенизація повинна відповідати стандартам захисту даних, щоб захистити конфіденційні дані громад та держави, що будуть невід'ємною частиною смарт-контрактів.

– **Бюджет:** впровадження та підтримка рішень токенизації можуть бути дорогими. Організаціям державного сектору може знадобитися виділити значний бюджет для створення інфраструктури, навчання та поточного обслуговування.

Зрозуміло, що першочерговим завданням є вирішення нормативно-правових протиріч, тому завдання, що стоїть перед вітчизняною правовою системою, теоретиками і практиками економіки та фінансів, державними управлінцями, є комплексним [2]. Впровадження технічних засобів та інтеграція способів набуття, реалізації та захисту прав на вказані об'єкти в рамках вже сталих економічних моделей взаємовідносин залежать від цілісного та взаємоузгодженого розуміння правової природи цифрових активів, їх видів та ключових характеристик.

### Література:

1. Пантелєєва Н. М. Фінансова безпека в умовах цифрової економіки: очікування і реальність. *Фінансовий простір*. 2020. № 2 (38). С. 22–37.
2. Пестовська З. С. Токенизація економіки України: мрія чи реальність. *Академічний огляд*. 2022. № 1. С. 24–34.

**Лебедєв І. В.**  
*доктор економічних наук, доцент*  
*Державного вищого навчального закладу*  
*«Одеський національний економічний університет»*  
*м. Одеса, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-15>

## **ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: УКРАЇНА»: РЕЗУЛЬТАТИ ПЕРШОГО ЕТАПУ**

Підтримуючи резолюцію Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» [1], Україна прийняла відповідну програму дій з визначенням цільових орієнтирів на 2020, 2025 і 2030 роки» [2]. За підсумками виконання завдань першого етапу Програми Цілей Сталого Розвитку на 2016–2021 роки Україна досягла прогресу у виконанні 15-ти з 17-ти цілей та посіла 36-е місце у глобальному рейтингу [3].

У виконанні завдань із досягнення цілі 1 «Подолання бідності» досягнуто зменшення з 2,4% до 1,2% частки осіб, добове споживання яких є нижчим за 5,05 міжнародних доларів за ПКС. Однак у цілому народ України все ще залишається бідним: частка населення із середньодушовими грошовими доходами, нижчими за прожитковий мінімум, у 2016–2021 роках перевищувала 43%. Споживчі сукупні витрати домогосподарств у складали у середньому 90,8% від сукупних витрат, а частка витрат на послуги відпочинку і культури – лише 1,6% [4].

У виконанні завдань з цілі 3 «Міцне здоров'я і благополуччя» результати також поки скромні. В наслідок невдалих реформ і недостатнього фінансування кількість лікарняних ліжок неухильно скорочується, обсяг безкоштовних медичних послуг населенню зведений майже до мінімуму, частка витрат домогосподарств у загальних витратах на охорону здоров'я становить близько 50%. Через бідність майже 70% хворих займаються самолікуванням, не звертаючись за медичною допомогою, близько 40% населених пунктів не забезпечені послугами швидкої медичної допомоги. Україна посідає одне з перших місць у Європі за такими соціально небезпечними

захворюваннями, як COVID-19, туберкульоз, ВІЛ, серцево-судинні, психічні. В результаті середня тривалість життя в Україні у 2021 році складала 71,6 року (113 місце у світі) [3].

Важливе значення для життєдіяльності людей має належне функціонування систем водопостачання та водовідведення, на що спрямована ціль 6 «Чиста вода та належні санітарні умови». З 12 завдань, поставлених на 2020 рік, виконано 4. Зокрема, частка сільського населення, яке має доступ до централізованого водопостачання, збільшилася до 26%. Однак за другими показниками поліпшення не спостерігається: якість проб питної води, що не відповідають стандарту за мікробіологічними показниками, збільшилася з 5,4% до 8,6%; а частка сільського населення, яке має доступ до централізованих систем водовідведення, хоча трохи збільшилася, але все ще складає лише 3,4%.

Вирішальне значення для досягнення сталого соціально-економічного розвитку має виконання цілі 8 «Гідна праця та економічне зростання». У 2016-2021 роках ВВП у фактичних цінах у розрахунку на одну особу складав у середньому 79,8 тис. грн. (приблизно 3 650 доларів США.), що у 3 рази менше, ніж у середньому в світі, і майже в десять разів менше, ніж у країнах ЄС [5].

Індекс середньомісячного реального наявного доходу у розрахунку на одну особу зростав у середньому на 3,3% на рік і складав у 2021 році 6858 грн.

При цьому рівень безробіття збільшився до 9,9% від загальної кількості робочої сили і перевищив соціально небезпечний рівень (7%). У цілому за глобальним рейтингом 2021 року за виконанням завдань цілі 8 Україна знаходиться на 111 місці.

Просування у досягненні цілі 10 «Скорочення нерівності» є своєрідним мірилом співвідношення між економічною ефективністю та соціальною результативністю. Світовий досвід свідчить, що відсутність справедливості у розподілі результатів економічної діяльності має більш негативні наслідки для сталого розвитку суспільства, ніж економічний спад. Серед завдань, які вимірюють результати по цілі 10, вдалось досягти прогресу лише в підвищенні середнього розміру заробітної плати та пенсій. Коефіцієнт Джини коливався у межах 24–26%, що значно менше, ніж у країнах-членах ЄС. Однак на думку багатьох дослідників, реальний коефіцієнт Джини в Україні значно вищий за офіційний показник внаслідок високого рівня «тінізації» економіки і недосконалості методології досліджень найбагатших верств

населення. Держава має забезпечити усім громадянам доступність соціально значущих послуг: охорону здоров'я (включаючи не тільки медичні послуги, а й рекреацію та відпочинок), безпечне середовище, чисте повітря та якісну питну воду, отримання освіти і кваліфікації, зайнятість та безпеку (особистості та власності) тощо [6, с. 154].

У просуванні до досягнення мети 11 «Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості та екологічної стійкості міст та населених пунктів» позитивна динаміка мала місце за 8 індикаторами з 10, у тому числі за тими, що мають соціальне значення: площа природно-заповідного фонду збільшилася на 14%, довжина автомобільних доріг з твердим покриттям – на 3%. Поряд з тим збільшується забруднення побутовим сміттям заповідних територій і прибережних захисних смуг і заплав річок Дунай, Дністер і Прут, що викликає невдоволення сусідніх країн.

Реалізація цілі 12 «Відповідальне споживання та виробництво» спрямована на зменшення використання природних ресурсів і відходів виробництва і споживання, зменшення антропогенного навантаження на довкілля. Це сприятиме реалізації найважливішого принципу сталого розвитку – задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Результати виконання Україною завдань цієї цілі поки що недостатні: з 6-ти індикаторів, що вимірюють прогрес у досягненні цілі 12, за 3-ма індикаторами спостерігається позитивна динаміка, за 2-ома індикаторами – негативна [3]. Відбувається виснажливе використання земельних, лісових і водних ресурсів, що спричиняє незворотні втрати природних ресурсів та біологічного різноманіття.

**Висновки.** Реалізація Програми «Цілі сталого розвитку: Україна» має призвести до значних змін в економіці, соціальній сфері, навколишньому середовищі, сприятиме підвищенню рівня життя населення. Відзначивши певні позитивні результати, маємо сказати, що існує висока ймовірність недосягнення повною мірою поставлених завдань до 2030 р. Соціально-економічне становище в Україні ще до 2021 року набуло кризового характеру, що посилено жахливими подіями сьогодення. Після переможного, як ми бажаємо, завершення військових дій та повернення до мирного життя, з метою досягнення сталого соціально-економічного розвитку пропонуємо здійснити такі заходи:

– на макроекономічному рівні – підвищити темпи економічного розвитку, посилити соціальне спрямування економічної моделі та



покращити співвідношення між економічною ефективністю та соціальною результативністю;

– прагнути до соціальної справедливості у сфері розподілу економічних результатів, подолання надмірної економічної нерівності, формування раціональної моделі споживання, зменшення марно-тратного та престижного над споживання;

– домагатися розробки та реалізації комплексних програм активізації людського розвитку через надання доступних соціальних послуг (освітніх, медичних, культурних, фізкультурно-оздоровчих), збереження здорового природного середовища, дотримання прав і свобод людини;

– утверджувати здоровий спосіб життя, заснований на традиційних цінностях, принципах духовності та моралі, справедливості, солідарності;

– відновити та зміцнювати систему тристороннього соціального партнерства на принципах солідарної соціальної відповідальності головних суб'єктів соціуму: держави, організацій роботодавців, профспілок та інших інститутів громадянського суспільства.

### **Література:**

1. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року. Резолюція прийнята Генеральною Асамблеєю 25 вересня 2015 року. URL: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda>

2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». 2017. URL: <https://bit.ly/3e7iz0u>

3. Державна служба статистики України, 2022. Цілі сталого розвитку: Україна. 2021. Моніторинговий звіт. URL: [http://ukrstat.gov.ua/csr\\_present/2020/ukr/st\\_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202021%20Monitoring%20Report%20ukr.pdf](http://ukrstat.gov.ua/csr_present/2020/ukr/st_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202021%20Monitoring%20Report%20ukr.pdf)

4. Державна служба статистики України, 2021. Структура сукупних витрат домогосподарств (2010-2020). URL: <http://ukrstat.gov.ua>

5. European Commission. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

6. Економічна ефективність vs соціальна справедливість: пріоритети розвитку України на етапі подолання кризи : кол. моногр. Київ. 2019. 350 с.

**Софіщенко І. Я.**

*доцент кафедри міжнародної економіки*

*Київського національного університету*

*імені Тараса Шевченка*

*м. Київ, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-16>*

## **ІМПЕРАТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ЗА УМОВ ПОГЛИБЛЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**

Міжнародна інвестиційна політика країни – комплекс правових, адміністративних та економічних заходів уповноважених державних інституцій, спрямованих на залучення інвестиційного потенціалу міжнародної економіки до процесу відтворення, створення оптимальних умов для вкладення інвестицій, забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку країни. Така цілеспрямована діяльність держави щодо встановлення структурних параметрів інвестиційних процесів, необхідних для нормального перебігу розширеного відтворення визначається комплексом умов, які можна визначити як внутрішнє та зовнішнє середовище інвестиційної політики.

На сучасному етапі свого розвитку перед українською економікою постали життєво важливі виклики внаслідок сукупності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища: нестабільність та слабка передбачуваність міжнародної економіки за умов структурних зрушень, недостатня інституційна спроможність нереформованої глобальної архітектури, переформатування процесів регіональної економічної інтеграції, руйнування економічного та експортного потенціалу внаслідок збройної агресії, незакінчені процеси транзитивності, які зумовлюють незрілість інституцій та ринкових механізмів.

Водночас за умов поглиблення економічної інтеграції інвестиційна політика нашої країни потрапляє в предметне поле європейської інвестиційної політики, в якій відбуваються перетворення на засадах інституційної реформи. Інституційну реформу ЄС, принципи якої зафіксовано Лісабонською угодою 2007 р., супроводжують процеси перегляду механізмів прийняття політичних рішень на основі «дрейфу повноважень» – закріплення виключних компетенцій в сфері інвестиційної політики щодо зарубіжних інвестицій за інститутами наднаціонального рівня, розробку ними, прийняття та запровадження

уніфікованих принципів і правил міжнародного інвестування, поліпшення умов доступу та усунення дискримінаційних умов для зарубіжних інвестицій. За сучасних трансформацій міжнародної економіки спільна інвестиційна політика за горизонтальним типом дозволить вирівняти умови залучення зарубіжних інвестицій в економіку країн ЄС, забезпечити підвищення інвестиційної привабливості країнам з різними соціально-економічним рівнем розвитку. Характер подальшого розширення ЄС обґрунтовує необхідність запровадження нової моделі інвестиційної інтеграції. Така модель характеризується перерозподілом повноважень в сфері вироблення інвестиційної політики, регулюванням інвестицій з третіх країн на основі розширення зовнішньої компетенції Спільноти у сфері спільної торгової політики за рахунок регулювання і іноземних прямих інвестицій. Вітчизняні дослідники відмічають ознаки переходу від узгодження національних інвестиційних політик і взаємодії в цій сфері до розробки спільної політики горизонтального типу [1].

Попри пошук ефективних механізмів вироблення політичних рішень ЄС формує стратегічну інвестиційну політику Нового підходу, генеральна ціль якої визначається моделлю сталого розвитку. Принципи Нового підходу в сфері формування інвестиційної політики були визначені ще Стратегією ЄС «Європа 2020. Стратегія розумного, стійкого та інклюзивного зростання»: глобальність, інтегрованість, комплексний характер [2]. У поточному періоді та на перспективу до 2030 р. зазначені принципи втілені План інвестицій у сталу Європу з метою реалізації Європейського зеленого курсу (ЄЗК). Передбачено стимулювання інвестиції двома основними способами: через безпосередній розподіл коштів з бюджету ЄС на розвиток певних секторів або регіонів, та встановлення конкретних цілей для національних урядів, що та призведе до збільшення інвестицій за рахунок включення цих цілей в національні інвестиційні політики. Інвестиційна політика ЄС передбачає генерування потужних потоків інвестицій – ЄК запропоновано виділити у 2021–2027 роках 25% витрат усіх своїх програм на проекти, пов'язані з кліматом та навколишнім середовищем. Частина цих коштів буде спрямована на Інвестиційний план побудови сталої Європи, який визначає основи інвестиційного напрямку ЄЗК на наступне десятиліття та планує залучити 1 трлн євро для сталих проектів з державних та приватних джерел. У 2021–2030 рр. ЄС спрямує 503 млрд євро зі свого бюджету, а 114 млрд євро надійде від національних урядів за рахунок співфінансування. Також серед

інструментів інвестиційної політики ЄС активно використовуються гарантії приватним інвесторам в рамках Програми InvestEU. Програма InvestEU – спадкоємиця Європейського фонду стратегічних інвестицій та деяких інших інструментів на період 2021–2027 рр. – спрямує 650 мільярдів євро та підтримає цілі ЄЗК. Очікується, що вона також залучить 195 млрд євро приватного фінансування. InvestEU підтримуватиме широкий спектр секторів, причому стала інфраструктура буде одним із чотирьох ключових напрямів інвестиційної політики [3].

У 2020 р. «Офіс із залучення та підтримки інвестицій» (UkraineInvest) у співпраці з компанією EY в Україні, Офісом Національної Інвестиційної Ради, Міністерством економіки України, за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» запропонували «Національну стратегію збільшення прямих іноземних інвестицій в Україну до 2030 р.» [4]. Стратегія визначає перспективні галузі для залучення інвестицій та заходи для збільшення притоку ПІІ в Україну, зокрема міжсекторальні і секторальні стимули, які будуть сприяти покращенню інвестиційного клімату та збільшенню іноземних інвестицій. Водночас ознайомлення з документом виявляє низку традиційних вад вітчизняної інвестиційної політики, які необхідно враховувати:

1. Необхідно подолати реактивний характер інвестиційної політики. Недостатня обґрунтованість цілями розвитку пріоритетів інвестиційної політики, безпечних порогів участі в них іноземного капіталу та відповідного механізму здійснення оцінки такої участі на передінвестиційному етапі призводить до зниження ефекту навіть від тих обсягів ПІІ, які вдавалося залучити, супроводжується структурними вадами інвестиційних потоків з огляду на її цілі. Проблеми відбудови національної економіки після руйнувань, яких вона зазнає упродовж російської агресії, доцільно вирішувати засобами інвестиційної політики на основі стратегічних підходів загальноєвропейської стратегії. Це потребує включення політичного процесу української інвестиційної політики у політичне поле європейської стратегічної інвестиційної політики.

2. Потребує удосконалення інституційне забезпечення інвестиційної політики та механізми міжвідомчого узгодження. Як свідчить успішний досвід країн, які досягали економічного прориву на основі залучення іноземних інвестицій, принцип інтегрованості інвестиційної політики реалізується на основі розбудови інституційної архітектури прийняття політичних рішень, ефективного узгодження та координації

діяльності в сфері сприяння інвестиційній діяльності, що дозволяє уникнути дублювання дій та неефективного використання обмежених інвестиційних ресурсів.

3. Підвищення інституційної спроможності у проектуванні ефективної стратегічної та поточної інвестиційної політики у політичному полі ЄС. Потребуються удосконалення усі процедури формування інвестиційної політики, їх відповідність європейським практикам та стандартам, особливо щодо залученості стейкхолдерів, моніторингу та контролю за прийнятими рішеннями. Особливої уваги потребуються процедури розробку комплексу критеріїв її реалізації на стадії проектування політики. Перелічені вади національної інвестиційної політики втілюються у відсутність ефективних механізмів регулювання допуску іноземного капіталу, стихійному розподілу в українській економіці, відсутності контролю за частками залучених інвестицій в розрізі сфер економічної діяльності.

Перед Україною, як країною кандидатом на вступ, в контексті процесів інституційного реформування ЄС постають певні виклики – усталені підходи при розробці цілей, завдань та механізмів національної інвестиційної політики потребують перегляду. Повинні бути переосмислені і традиційні проблеми інвестиційної політики України. Виклики, які формуються у міжнародному середовищі формування інвестиційних потоків, потребують її удосконалення на основі сучасних європейських підходів, які зорієнтовані на спрямування міжнародних інвестиційних ресурсів на забезпечення сталого розвитку.

### Література:

7. Дзяд О. В., Кручек А. С. Інвестиційна політика ЄС після підписання Лісабонського договору. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки.* 2014. Вип. 5 (1). С. 54–57.

8. Communication from the Commission. Sustainable Europe for a Better World: European Union Strategy for Sustainable Development URL: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/innovation/pdf/library/strategy\\_sustdev\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/pdf/library/strategy_sustdev_en.pdf)

9. Інвестиційні плани ЄС: можливості для України у сфері реалізації Європейського зеленого курсу. Огляд Листопад 2020. URL: <https://dixigroup.org/wpcontent/uploads/2021/02/%D0%86%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8-%D0%84%D0%A1-ua.pdf>

10. Національна стратегія збільшення прямих іноземних інвестицій в Україну. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/fdi-strategy/>

11. Бухтіарова А., Пахненко О., Белова І., Таранюк Л. Узгодження інструментів економічної політики в контексті зростаючих чинників вразливості. *Наукові перспективи.* № 7 (13). 2021. С. 208–219.

## СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Андрухович Д. Р.**

*аспірантка кафедри економіки,  
підприємництва та економічної безпеки  
Державного податкового університету  
м. Ірпінь, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-17>*

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ**

Ризики тероризму, екстремальних стихійних лих або таких подій, як глобальні пандемії та війни посилюються. У складних суспільних умовах стійкість здається єдиним способом вижити та процвітати. Вплив війни і тероризму на економіку широко відчутний і ставить під загрозу діяльність підприємств. Особливо гостро ці негативні наслідки можуть відчувати на собі підприємці та ті, хто тільки планує розпочати власну справу [1, с. 473].

Термін «стійкість» походить від латинського «resilio», що означає повернення до початкового стану. Поняття «стійкість» вперше з'явилося в дослідженнях екосистем з 1970-х років і поступово поширилося на багато різних сфер. Однак стійкість є багатовимірним поняттям, що залежить від контексту та дослідницьких підходів. Тому її концепція та заходи також відрізняються в кожній країні, регіоні та дослідницькій галузі. Стійкість – це не лише індивідуальна риса, але й атрибут, який можна вивчати з колективної точки зору, наприклад, груп, громад та організацій, яка дозволяє їм ефективно реагувати на несприятливі зміни. Науковці стверджують, що стійкість є фундаментальним фактором адаптації до значних змін, які порушують очікувану схему роботи. Також підкреслюють, що організаційна стійкість – це здатність виживати і навіть процвітати після несприятливих обставин [2, с. 104]. Стійкість не є чимось рідкісним і надзвичайним, вона виникає з відносно звичайних процесів, які є

результатом унікальної і несподіваної динаміки, і її можна навчитися з часом і з досвідом.

У нашому дослідженні розглянемо ключові тренди 2023 р., які сприяють зміцненню стійкості підприємництва в умовах війни, а саме фінансову і податкову підтримку бізнесу та валютну лібералізацію.

Уряд модернізує програму «Доступні кредити 5-7-9%» для реалізації запиту на фінансування переробних підприємств та бізнесу, що працює на деокупованих територіях, зважаючи на складні обставини, у яких перебувають ці підприємства. Держава має надати фінансову підтримку бізнесові, який відновлюється після деокупації. Зокрема, для таких закладів пропонують знизити відсоткову ставку по кредиту, збільшити покриття портфельних гарантій, ліміт кредиту, а також терміни його надання. Крім того, розглядають: потребу диференціювати деокуповані території за рівнем ризику; можливість надавати кредити підприємствам, які мають заборгованість за раніше отриманими кредитами; можливість скасувати заставу як умову кредитування (зважаючи на те, що основні фонди та майно багатьох компаній унаслідок дій агресора знищено, викрадено чи пошкоджено). Ураховано також складність для бізнесу виконати умови кредитування, як-от надавати звітність про діяльність підприємств за 2022 р. (на територіях велись активні бойові дії, фінансову документацію знищили окупанти). Розглядають можливість запуску програм муніципальних гарантій. Кабінет Міністрів України для перемоги у війні та втримання економічної стабільності планує розширити програму пільгових кредитів «Доступні кредити 5-7-9%». Це підтримає українські підприємства, пов'язані з виробництвом озброєння і військової техніки, та енергетичні підприємства, які потребують відновлення. Такі заходи сприятимуть відновленню 1,7 ГВт генерувальних потужностей до опалювального сезону. З початку року й на 14 червня 2023 р. 7,3 тис. українських агропідприємств отримали майже 37 млрд грн банківських кредитів на розвиток господарств, у тому числі 5,8 тис. господарств отримали 21,8 млрд грн за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9%». Найбільший обсяг кредитів за різними програмами отримали аграрії таких областей: Київська – 7,5 млрд грн; Вінницька – 3,9 млрд грн; Дніпропетровська – 3 млрд грн; Кіровоградська – 2,8 млрд грн; Одеська – 2,5 млрд грн. З метою підтримки мікро-, малого та середнього бізнесу в Україні на 01 червня 2023 р. з початку використання інструменту державних гарантій на портфельній основі (з грудня 2020 р.) видано 23 642 кредити

загальною сумою 78,05 млрд грн. На 1 червня 2023 р. 29 банків-кредиторів обслуговують 17 374 кредити сумою 54,39 млрд грн. Зобов'язання за основним боргом, що частково забезпечений державними гарантіями на портфельній основі, становили 26,5 млрд грн. Це близько 73 % від загального ліміту наданих гарантій (36,33 млрд грн). Найбільше кредитів, які частково забезпечено державними гарантіями на портфельній основі, за видами економічної діяльності обслуговуються в таких сферах: сільське господарство – 6 810 кредитів загальною сумою 34,41 млрд грн; оптова та роздрібна торгівля, ремонт транспортних засобів – 6 546 кредитів на 10,56 млрд грн; переробна промисловість – 1 577 кредитів на 5,73 млрд грн. 13 червня 2023 р. Уряд виділив 7,8 млрд грн на продовження програми кредитування бізнесу за програмою державних гарантій на портфельній основі. Це дасть змогу продовжити програму гарантування, яка сприяє розвитку державної програми «Доступні кредити 5-7-9%», коли держава покриває до 80 % кредиту підприємця перед банком. Гарантії в межах програми отримують 9 банків-кредиторів (КБ «Приватбанк», «Укргазбанк», ПУМБ, «Укрексімбанк», «ПроКредит Банк», «Банк Кредит Дніпро», АКБ «Львів», «Піреус Банк» та «МТБ Банк»), кожному з яких встановлено граничні розміри надання цих гарантій для кожного банку-кредитора на загальну суму до 7,79 млрд грн. За програмою «Конкурентоспроможна економіка України» у партнерстві з Міністерством економіки України USAID пропонує гранти на підтримку безперервності та відновлення бізнесу сумою від 600 тис. грн до 1,2 млн грн. Кошти можна спрямувати для оплати витрат на переміщення або відновлення бізнесу в умовах війни, для розширення бізнесу на зовнішні ринки, а також підтримку рівня наявних бізнес-можливостей та їх поліпшення. Грант можуть отримати підприємства таких секторів: інформаційні технології та інжиніринг; виробництво (електронне обладнання та прилади, меблі, одяг та взуття, харчові продукти тощо); послуги (автоматизація, консалтинг, освіта, комунікації тощо); креативні індустрії (фільми, аудіовізуальні матеріали, мода та виробництво крафтової продукції). За організаційно-правовою формою участь у грантових програмах можуть взяти: ФОП, приватні підприємства, ТОВ, АТ, які мають штат до 250 працівників та річний обіг до 50 млн євро [3].

КМУ постановою № 574 від 2 червня 2023 р. вніс зміни до постанови № 1165 від 11 грудня 2019 р. «Про затвердження порядків з питань зупинення реєстрації податкової накладної/розрахунку



коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних», які мають спростити умови для реєстрації названих документів та вдосконалити автоматизований моніторинг відповідності їх реєстрації в Єдиному реєстрі критеріям оцінки ступеням ризиків. Зміни вносять до деяких положень автоматизованого моніторингу в частині питань установаження ризиковості платника, особливостей застосування таблиці даних платника, в тому числі при визначенні операцій, відображених у ПН/РК, критеріям ризиковості здійснення операцій. Новими положеннями передбачено: установаження обмеження для територіальних органів ДПС ухвалювати рішення про ризиковість платника за операціями з датою виписки податкових накладних, що перевищує 180 днів до дати прийняття такого рішення (згідно з чинними положеннями відповідний термін не обмежено, у зв'язку з чим платника може бути визнано ризиковим на підставі інформації щодо операцій, здійснених протягом останніх трьох років); надання платникам права адміністративного оскарження (на рівні ДПС України) рішення про неврахування таблиці даних платника податку на додану вартість та рішення про відповідність платника податку на додану вартість критеріям ризиковості (згідно з чинними положеннями такі рішення оскаржують у судовому порядку або неодноразово переглядають на рівні ГУ ДПС в областях); запровадження автоматичної реєстрації зупинених ПН/РК в Єдиному реєстрі податкових накладних у разі ухвалення рішення про невідповідність платника податку критеріям ризиковості та/або рішення про врахування таблиці даних платника податку (за умови, що операція в таких ПН/РК не відповідає критеріям ризиковості або реєстрацію таких ПН/РК зупинено на підставі відповідності платника податку критеріям ризиковості платника податку згідно з рішенням, до якого подано інформацію та копії документів, за результатами розгляду яких прийнято рішення про невідповідність платника податку критеріям ризиковості платника податку). Зміни мають сприяти дотриманню добросовісної конкуренції серед платників податків та поліпшенню ділового середовища [3].

З 16 червня 2023 р. НБУ пом'якшує валютні обмеження, надаючи дозвіл резидентам-позичальникам переказувати за кордон кошти для виконання зобов'язань за зовнішніми кредитами та позиками згідно з термінами повернення коштів та сплати процентів, передбаченими умовами кредитного договору, що нівелюватиме непродуктивний вплив капіталу, захистить міжнародні резерви та стійкість валютного ринку. Це стосується кредитів, які: забезпечено гарантією чи порукою

міжнародної фінансової організації; надано за участю іноземного експортно-кредитного агентства чи іноземної держави через уповноважену нею установу або через іноземну юридичну особу, серед акціонерів яких є іноземна держава чи іноземний державний банк [3].

### Література:

1. Bullough A., Renko M. & Myatt T. (2014) Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, no. 38(3), pp. 473–499. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12006>

2. Tran M. N. & Huynh D. B. V. (2023) Exploring the internal drivers of SMEs' resilience: The case of Ho Chi Minh City SMEs in the context of Covid-19. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science – Economics and Business Administration*, no. 13(1), pp. 103–120. DOI: <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.13.1.2324.2023>

3. 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> (дата звернення: 22.07.2023).

**Кобеля-Звір М. Я.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики  
Львівського торговельно-економічного університету  
м. Львів, Україна*

**Вовчак О. Д.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри фінансових технологій та консалтингу  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-18>

## **ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ ДЛЯ ВЕТЕРАНІВ ТА ЧЛЕНІВ ЇХ РОДИН: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

З розв'язанням війни російською федерацією проти України у нашій державі почала формуватися вузька цільова аудиторія, що згодом інтенсивно збільшувалася та в майбутньому має перспективи ще більше масштабуватися – ветеранська спільнота. Вік сучасного ветерана нині становить 20–40 років. Саме вони є найбільш активними членами суспільства, які при поверненні до цивільного життя, мають потенціал відігравати провідну роль у процесі економічного розвитку України. А для цього ветеранам та ветеранкам необхідно пройти важливий та іноді довготривалий шлях ресоціалізації та адаптації. Частково на цей процес мають позитивний вплив грантові програми від міжнародних, національних та регіональних грантодавців. Утім, грантові інструменти цієї програми є недоступними для більшості ветеранів через низку причин. А тому актуальними є дослідження грантових програм для підтримки ветеранів та членів їх родин, виявлення специфіки та пріоритетів грантодавців, а також окреслення основних перепон в отриманні грантової допомоги ветеранами та членами їх родин.

Ще з 2014 року міжнародні, національні та регіональні фонди та грантові програми ініціювали програми підтримки ветеранської спільноти. Водночас ця допомога була ситуативною. Системного характеру вона набула з 2022 року, коли запрацював Український ветеранський фонд. Це державна бюджетна установа, яка забезпечуватиме підтримку ветеранів війни, членів їх сімей, родин

загиблих подальшою реабілітацією та реінтеграцією до мирного життя через відповідні проєкти. Ініціатива його створення належить Міністерству у справах ветеранів України. Фонд займається розробкою і впровадженням сучасних проєктів, спрямованих на підтримку ветеранів та їх родин. Він став стартовим майданчиком для підтримки ветеранського бізнесу, у тому числі – за рахунок надання грантів [3]. У 2022 році працювали такі програми: Варто, Варто 2.0 та Програма Варто+ГО.

Перші дві були орієнтовані на фінансування бізнесу ветеранів та членів родин загиблих. Програма Варто+ГО була спрямована на підтримку громадських об'єднань із статусом юридичної особи (громадські організації або громадські спілки), діяльність яких спрямована на захист прав і свобод, задоволення суспільних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів ветеранів та членів їхніх сімей [3].

Актуальні програми фонду у 2023 році: #Варто: Золоті руки, #ВАРТО: підтримка ветеранського бізнесу, #ВАРТО+ГО, #ВАРТО «Робити своє». До реалізації конкурсу #ВАРТО «Робити своє» долучився благодійний фонд «МХП – Громаді» [3]. За цією програмою ветерани, ветеранки, а також родичі полеглих захисників та захисниць отримали від 500 тис. до 1,5 млн грн на відкриття й розвиток власної справи.

10 квітня 2023 року Уряд розширив програму «Робота» та запустив нові грантові програми для ветеранів, в рамках них учасники та учасниці бойових дій, а також їхні дружини або чоловіки можуть подати заяву та отримати фінансування від держави на старт чи розвиток власної справи. Так, вони зможуть запустити або масштабувати свій бізнес, створити нові робочі місця для населення, інтегруватися в мирне життя й отримувати прибуток [1; 2]. Розмір гранту може становити: до 250 тис. грн – подати заяву можуть лише ветерани. Отримувач гранту повинен створити 1 робоче місце; до 500 тис. грн – подати заяву може чоловік або дружина ветерана. Програма покриває до 70% вартості проєкту, а одержувач гранту має створити 2 робочі місця; до 1 млн грн – подати заяву може ветеран, який зареєстрований як ФОП від 3 років. Програма покриває 70% вартості проєкту. Отримувач гранту має створити 4 робочі місця, два з яких повинні зайняти учасники бойових дій [2]. Кошти можна витратити на: меблі, обладнання та транспортні засоби для комерційного використання; ліцензійне програмне забезпечення

(до 50% коштів); сировину, матеріали, товари та послуги, необхідні для реалізації бізнес-плану, а також на тварин або саджанці для створення ферм (до 70% коштів); послуги з маркетингу та реклами (до 10% коштів); оренду нежитлових приміщень (до 25% коштів); оренду обладнання (до 30% коштів); лізинг обладнання, крім власних транспортних засобів (до 50% коштів); придбання франшизи. У разі отримання гранту грантер повинен: створити кількість робочих місць, що відповідає розміру гранту; провадити діяльність не менше 3 років; сплачувати податки [1].

Проаналізувавши умови отримання гранту та звіти Українського ветеранського фонду, а також конкурсну документацію програми «єРобота», можна дійти висновку, що отримання гранту залежить від кількох факторів, серед основних: хороша ділова репутація заявника чи заявниці, ідея проектної діяльності та якість розробки проектної пропозиції. А за результатами опитування, проведеного «Центром розвитку «ЧАС ЗМІН» [4] серед представників ветеранів визначено низку перепон, з якими зіштовхуються потенційні грантоотримувачі з-поміж ветеранської спільноти на шляху до отримання гранту.

1. Низька поінформованість ветеранів про грантові можливості.
2. Складність в розробці проектних пропозицій на участь у грантових конкурсах.
3. Довготривалий процес отримання статусу учасника бойових дій.
4. Ризик отримати відмову в фінансуванні в програмі «єРобота» через наявність у відкритих базах інформації, що не відповідає дійсності.
5. Умова отримання максимального фінансування в програмі «єРобота» до 1 млн грн – щонайменше 3 роки мати зареєстрований ФОП.

Отже, за умови подолання зазначених перепон як основних, що відділяють потенційних грантоотримувачів від ефективного використання грантів, ветерани та ветеранки, а також члени їх родин мають перспективи значно швидше соціалізуватися та інтегруватися до цивільного життя. Суттєвою рекомендацією міжнародним, національним та регіональним фондам та грантовим програмам є: розробити грантові програми, які сприятимуть перекваліфікації, працевлаштуванню та наданню комплексних послуг з кар'єрного розвитку ветеранів.

Отже, аналіз грантових програм для підтримки ветеранів та членів їх родин продемонстрував значні можливості інтенсифікації процесу соціалізації, психологічної реабілітації, реінтеграції для колишніх військовослужбовців та членів їх родин. Пріоритети грантових програм

спрямовані на активну підтримку представників ветеранської спільноти, що можливо за подолання окреслених основних бар'єрів у використанні грантових можливостей ветеранами та ветеранками.

### **Література:**

1. Гранти для ветеранів та членів їх родин. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-dlya-veteraniv-ta-chleniv-yihnih-simej> (дата звернення: 19.07.2023).

2. Деякі питання надання грантів бізнесу. Постанова КМУ від 21 червня 2022 р. № 738. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 20.07.2023).

3. Український ветеранський фонд (2023). Міністерство у справах ветеранів України. URL: <https://veteranfund.com.ua/> (дата звернення: 21.07.2023).

4. Центр розвитку «ЧАС ЗМІН». URL: <http://www.chaszmin.com.ua/granty-2023/> (дата звернення: 24.07.2023).

**Лебеденко С. О.**

*кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри промислового маркетингу,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-19>

## **ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МАРКЕТИНГУ: РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ В НАДАННІ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО СЕРВІСУ**

Інтеграція технологій у бізнес-стратегію підвищує швидкість прийняття рішень, особливо на відповідь конкурентних загроз, що дозволяє компаніям раніше скористатися перевагами сильніших ринкових позицій.

Точна оцінка ефективності рішень вже давно стали пріоритетом в бізнесі, актуалізує потребу в аналітиці великих даних, методології і практиках, та перетворювати їх на бізнес-інсайт.

Дієвість інтерактивного маркетингу може бути посилена за допомогою застосування інструментів персоналізації, аналітиці *релевантних* даних у режимі реального часу на основі штучного інтелекту (*artificial intelligence-AI*).

Персоналізація – це інтерактивний процес розуміння споживачів і формування відповідей [1].

Персоналізація дозволяє створювати унікальний, релевантний та когнітивний досвід для споживача під час кожної взаємодії з брендом. Такі компанії, як Netflix, Amazon, Starbucks та багато інших гігантів підняли планку персоналізації та змінили правила гри в цифровому персоналізованому маркетингу для конкурентів. Щоб прорватися крізь це перенасичення комунікацій ефективний маркетинг вимагає чотирьох «П»:

- (1) Правильного споживача (*Right consumer*),
- (2) Правильний споживач вимагає Правильний продукт (*Right consumer with the Right product*),
- (3) Правильний споживач вимагає Правильний продукт у Правильний час (*Right consumer with the Right product at the Right time*),

(4) Правильний споживач вимагає Правильний продукт у Правильний час через Правильний канал (*Right consumer with the Right product at the Right time through the Right channel*).

Системи персоналізації застосовуються для вирішення проблеми інформаційного переважання, та безпосередньо спрямовані на контекстно-орієнтовані бренди чи товари, щоб провести споживача крізь персоналізований досвід, та задовольнити індивідуальні потреби і дати йому відчутти себе особливим.

З точки зору ключових чинників, роль технологій AI в системах персоналізації дедалі стає все більш всебічною і полягає у забезпеченні комунікації, інформуванні, ціннісної релятивізації та надання персоналізованого сервісу.

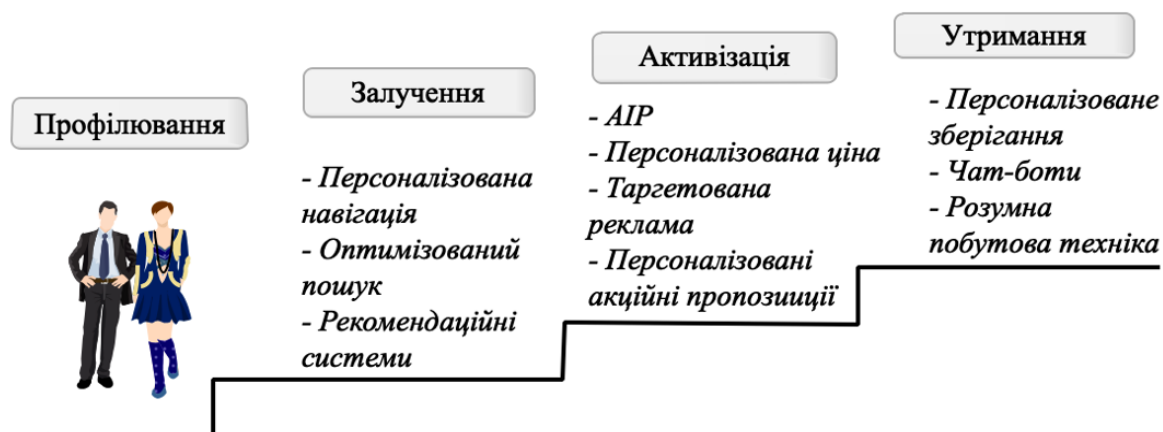
Позиціонування конкурентної стратегії, та профілювання сервісу залежить від ключових чинників які відображають характер попиту, а також від того, якою є загальна перспективна споживча цінність.

Персоналізація сервісу обумовлює виявлення релевантних значень споживчих переваг, а процес прийняття рішення споживачем ґрунтується на їх усвідомленні. Необхідність правильно інтерпретувати зовнішні дані (*клієнтську інформацію*) потребує наявності контно-залежних інструментів персоналізації на основі штучного інтелекту (*AI-enable personalization – AIP*). Для аналізу даних, AIP технічно покладається на детальну контекстну інформацію на рівні індивідуального споживача і на парадигми навчання з підкріпленням.

На етапах шляху споживача (перед покупкою, покупка, після покупки), технології AIP відповідно надають різні персоналізовані сервіси з акцентами на залучення, активізацію і утримання (рис. 1), які мають на меті забезпечити точний профіль споживача. Для покращення персоналізованої споживчої підтримки та спільного створення вартості цифрових продуктів, на різних етапах шляху споживача, AIP використовує відмінні категорії штучного інтелекту.

*Сервіс профілювання.* Персоналізоване профілювання стосується процесу збору даних на індивідуальному рівні, щоб цілісно охарактеризувати споживача та точно передбачити його поведінку. На відміну від традиційного таргетування, яке зазвичай охоплює сегмент однієї групи, персоналізоване профілювання охоплює мікротаргетинг однієї людини.





**Рис. 1. Технології AIP, які мають на меті забезпечити точний профіль споживача**

*Сервіс залучення.* Персоналізована навігація стосується виявлення значущого навігаційного шаблону з особистих і контекстних даних, за допомогою якого є можливість направляти клієнтів на потрібні сторінки онлайн-сайту. Вона значною мірою залежить від персоналізованого профілювання, допомагає підготувати потенційних клієнтів до етапу активізації (*покупки*).

Нові технології порушили попередні обмеження пошукових систем. Служби текстових, голосових і візуальних пошукових систем, що визначені керованим алгоритмом AIP значно підвищують ефективність пошуку. Окрім пошукових систем які вимагають дій споживачів, системи рекомендацій можуть автоматично представляти найбільш релевантні пропозиції у відповідний час і у відповідному місці. Система рекомендацій є корисною для споживачів, які хочуть заощадити час на порівняння та оцінку, але ефективність застосування цього маркетингового інструменту залежить від того, ким є споживач і що вони хочуть.

*Сервіс активізації.* На етапі активізації споживачі, швидше за все, діятимуть шляхом вибору форми замовлення та оплати. На цьому етапі маркетологи покладаються на інтерактивні маркетингові «підштовхи», а AIP зосереджується на персоналізованих акційних пропозиціях.

Персоналізоване ціноутворення на основі штучного інтелекту спрямоване на впровадження цінової політики шляхом визначення ціни «бронювання» клієнта, та готовність цієї особи платити [2]. У той же час, маркетологи мають ключову мету збереження лояльності клієнтів за допомогою маркетингових зусиль, включаючи післяпродажне обслуговування. У цьому випадку AIP може не тільки розглядати

запити клієнтів на етапі після покупки, але й прагне утримати клієнтів і навіть розпочати *процес клієнтського шляху знову*. Таким чином, на цьому етапі АІР виступає як форма персоналізованого утримання лояльних споживачів.

*Сервіс утримання.* Персоналізоване утримання визначає процес, за допомогою якого компанії, які використовують штучний інтелект, зберігають індивідуальні стосунки зі споживачем і навіть створюють тригер, який спонукає *споживача почати клієнтський шлях знову*. Метою персоналізованого утримання є виховання лояльності клієнтів і заохочення повторного переходу на етап залучення (*перед покупкою*) [3].

Такі клієнто-орієнтовані інструменти маркетингу, як чат-боти, або віртуальні асистенти, є критичними точками взаємодії з споживачами для персоналізованого утримання. Багато брендів вирішили олюднити свої чат-боти, даючи їм імена. Віртуальні асистенти мають антропоморфну зовнішність, керовану програмним забезпеченням, і мають здатність взаємодіяти.

Іншими словами, віртуальні асистенти – це 3D-анімований графічний веб-інтерфейс, який імітує представників бренду надаючи інтерактивні точки дотику у вербальний (в голос) або невербальний (текст, анімація) спосіб. Антропоморфізм дозволяє віртуальним асистентам говорити, застосовуючи відповідну до ситуації тональність та прояв емоції.

Чат-боти можуть зрозуміти споживачів за допомогою аналізу даних, *але не навпаки*. Споживачам надзвичайно важко повністю зрозуміти, як думають віртуальні асистенти, незважаючи на те, що ці асистенти створені людьми. Це обмеження може негативно впливати на відчуття автономії у споживача і як наслідок на збереження індивідуальних стосунків, тобто лояльності.

В клієнто-орієнтованому маркетингу споживач, існує лише тоді, коли контакт з ним є зворотнім. В цьому випадку, структурною одиницею залучення стає, усвідомлення змісту пропонуванних переваг які затверджуються або заперечуються суб'єктом споживання.

Якщо вибір завжди усвідомлений, переваги часто не усвідомлюються споживачем (латентні). Звідси настільки популярна теза: «Споживач ніколи не знає, чого саме він хоче». Виявити справжні приховані переваги (*true latent preferences*) – головне завдання віртуального асистента.

З іншого боку, оскільки споживач бажає отримати відповідь від асистента стосовно питання, яке відповідає реальному середовищу,

для якого у споживача немає відповіді, то слід вважати, що асистент буде діє у середовищі яке йому невідоме.

Це вимагає від асистента принаймні виконати генерацію гіпотез на рівні людини щодо динаміки невідомого середовища. Якщо досягнення мети асистентом не є жорстко закодованою функцією його дій, тоді вона має залежати від «сприйняття» асистентом кінцевої мети. Саме цільове-інформаційне «сприйняття» вказує на досягнення мети, та по суті, інформує асистента про те, що дії, які він зробив сприяють досягненню мети.

### **References:**

1. Choe C., King S. and Matsushima N. (2018) Pricing with cookies: Behavior-based price discrimination and spatial competition. *Management Science*, vol. 64, no. 12, pp. 5669–5687.

2. Thomaz F., Salge C., Karahanna E. and Hulland J. (2020) Learning from the Dark Web: leveraging conversational agents in the era of hyper-privacy to enhance marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 48, no. 1, pp. 43–63.

3. Lemon K. N. and Verhoef P. C. (2016) Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, vol. 80, no. 6, pp. 69–96.

**Новоселець А. І.**  
*аспірант кафедри глобальної економіки  
Державного біотехнологічного університету  
м. Харків, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-20>*

## **ДЕТЕРМІНАНТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Конкуренція за ринкових умов є рушійною силою загального соціально-економічного розвитку країн світу. Проте економічного зростання досягають лише ті підприємства, які здатні випереджати конкурентів у боротьбі за ринки, цілеспрямовано змінювати свій ресурсний потенціал відповідно до вимог часу, брати безпосередню участь не лише у задоволенні наявних, а й у формуванні нових потреб споживачів з огляду на власні інноваційні можливості. Поширення процесів євроінтеграції і фактична зміна парадигми управління робить актуальними питання управління конкурентоспроможністю на рівні окремих суб'єктів господарювання, оскільки за глобальної конкуренції можуть підтримувати своє існування й розвиватись лише конкурентоспроможні підприємства. Саме конкуренція змушує підприємства вдосконалювати методи та інструменти управління господарською діяльністю для того, щоб підвищити їх ефективність, що вимагає від керівників підприємств пошуку нових способів підвищення їх конкурентоспроможності для забезпечення тривалого розвитку.

Аналіз результатів наукових досліджень у сфері економіки та управління показує, що науковцями все більше уваги приділяється зміні принципів оцінки результативності розвитку. Критерієм конкурентоспроможності замінюється використання критерію ефективності як співвідношення «витрати-результати», або «результати-ціль». Це призводить до радикальних змін як цільових установок управління, так і змісту й способів виконання основних завдань, необхідних для реалізації цілей розвитку підприємства [1].

Зважаючи на те, що конкурентоспроможність необхідно розглядати з позиції споживачів, а на міжнародному рівні потрібно враховувати вплив європейських ринків, то можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно використовувати

ресурсний і ринковий потенціал, створюючи і виводячи на ринок продукти з вищою споживчою цінністю, ніж у провідних європейських виробників, що сприяє досягненню стратегічних цілей розвитку підприємства.

На основі аналізу наукових підходів доцільно використовувати стратегії мінімізації витрат, диференціації, інноваційної монополії, фокусування на ринковому сегменті, які підприємство обирає залежно від поставлених цілей розвитку. Управління реалізацією обраної конкурентної стратегії підприємства на європейських ринках є особливо важливим елементом системи управління конкурентоспроможністю. Впровадження обраної стратегії має бути ефективним, тобто характеризуватися правильним визначенням зв'язків між чинниками конкурентоспроможності, засобами впливу на об'єкти управління, а також зонами відповідальності менеджерів, задіяних у цьому процесі [2].

Детермінантами конкурентоспроможності будемо вважати суттєві причини та обставини, що повністю або частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства. Варто зазначити, що детермінанти діють не ізольовано, кожен сам по собі, а системно, що посилює наслідки впливу кожного з них.

Якщо на початкових етапах розвитку світової економіки, конкурентоспроможність, головним чином, визначалася наявністю у підприємства трьох основних факторів виробництва – природних ресурсів, трудових ресурсів та капіталу, то глобалізаційні процеси та технічний прогрес значно розширили їх перелік та змінили системну значущість. Нині теоретична та емпірична література вміщує чимало підходів до виділення та аналізу детермінантів конкурентоспроможності компаній.

Заслуговує на увагу той факт, що особливий акцент у всіх роботах робиться на значенні інновацій як детермінанту конкурентоспроможності підприємства. Наприклад, М. Портер вважає, що підприємство, яке бачить свій бізнес потенційно глобальним, має зацікавитися питанням, чи в змозі воно впроваджувати ефективну інноваційну політику, та оцінити вплив цієї політики на рівень власної конкурентоспроможності [3]. Це є характерним і для аграрної сфери.

Можемо узагальнити різні підходи до класифікацій та пропонуємо такі групи факторів:

#### 1. Потенціал сільськогосподарського виробництва:

– ґрунтово-кліматичні умови справляють значний вплив на врожайність сільськогосподарських культур. Але вплив цього фактора

поступово знижується завдяки впровадженню сучасних технологій із високим рівнем механізації та низьким зносом основних засобів і кваліфікованої робочої сили. Важливу роль у сільському господарстві, особливістю якого є тривалий термін відтворювального циклу, відіграють доступність дешевих кредитних ресурсів і можливість залучення інвестицій, у тому числі іноземних, для фінансування операційної діяльності та здійснення капітальних вкладень.

#### 2. Стійка стратегія, оптимальна структура та суперництво:

– значний вплив на конкурентоспроможність підприємства в довгостроковій перспективі мають упровадження інноваційних методик стратегічного управління, маркетингова політика, аналіз сильних і слабких сторін діяльності підприємства. Ефективна організаційна структура підприємства веде до оптимізації її операційної діяльності, зниження витрат на персонал, максимальної віддачі від діяльності кожного співробітника.

Наявність здорової конкуренції є постійним стимулом для сільськогосподарських підприємств і фермерів до підвищення якості та зниження собівартості виробленої продукції, впровадження інновацій у виробництво та випуску нових продуктів на ринок.

#### 3. Попит на продукцію підприємства:

– велика ємність ринку є суттєвою конкурентною перевагою виробників продукції сільського господарства. Високий рівень попиту з боку кінцевого споживача стимулює попит на продукцію сільського господарства також із боку переробних підприємств харчової промисловості, торгових мереж та інших оптових покупців. Своєю чергою, у сільгоспвиробників зі збільшенням обсягів продажу завдяки дії ефекту масштабу знижуються витрати виробництва. Значний вплив на рівень попиту на ринку сільськогосподарської продукції має держава. Сільське господарство в більшості країн світу субсидується, і попит із боку держави на заздалегідь зумовлені обсяги продукції за встановленою ціною є одним зі способів підтримки виробників.

#### 4. Споріднені та супутні галузі:

– основний вплив на рівень конкурентоспроможності в сільському господарстві мають такі види продукції споріднених і супутніх галузей, як добрива та хімічні засоби захисту рослин; сільськогосподарська техніка, нові породи тварин, ветеринарні препарати, насінневий матеріал, досягнення аграрної науки.

#### 5. Конкурентоспроможність продукції:

– твердження про те, що конкурентоспроможність продукції впливає на конкурентоспроможність підприємства, є неоднозначним. Проте наявність окремого виду конкурентоспроможної і затребуваної споживачем продукції збільшує лояльність покупців до підприємства. Завдяки продажу такої продукції виробник отримує прибуток, який може бути використаний на виробництво інших видів продукції, створюється попит на сировину, необхідну для їх виробництва.

#### 6. Політика держави.

– дії держави мають той чи інший вплив на конкурентоспроможність усіх галузей національної економіки. Оскільки сільське господарство є одним із найбільш уразливих видів економічної діяльності, де не формується високий рівень доданої вартості, а вироблена в рослинництві і тваринництві продукція відіграє важливу роль в економічній безпеці країни, формуючи її продовольчу безпеку, аграрна галузь має отримувати найбільшу підтримку з боку держави. Заходи підтримки передбачають субсидування та створення сприятливих економічних передумов для заняття сільським господарством. Важливу роль також відіграє регулювання питань власності на землю [4].

Отже, аналіз детермінантів конкурентоспроможності має здійснюватися для того, щоб виявити напрями діяльності, ресурси та можливості, які мають стати основою майбутньої стратегії підприємства та створення стійких конкурентних переваг.

В умовах посилення конкуренції, високого рівня невизначеності й ризику вітчизняних ринків вважаємо за доцільне рекомендувати українським підприємствам застосовувати стратегічноорієнтовані адаптивні системи управління конкурентоспроможністю, що дасть змогу: забезпечити високу якість, а отже, й досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності; підвищити надійність системи управління в умовах впливу неконтрольованих чинників; забезпечити інваріативність системи управління конкурентоспроможністю до різних типів підприємств; вдосконалити адаптацію системи на підприємствах; підвищити рівень гнучкості й мобільності системи управління конкурентоспроможністю в умовах виходу на європейські ринки.

### Література:

1. Андросова Т. В., Чернишова Л. О., Козуб В. О. Методика оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 2 (16). С. 189–197.

2. Стадник В. В., Йохна М. А., Соколюк Г. О. Стратегія диверсифікації в управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: монографія. Хмельницький : ПП Гонта А. С., 2013. 200 с.

3. Портер М. Международная конкуренция / под. ред. В. Д. Щетинина. 1993. 896 с.

4. Стахів О. А., Адамчук Т. Л. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 12. С. 360–365. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/12\\_ukr/60.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/60.pdf)



**Пашкуда М. О.**  
*аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства  
Державного торговельно-економічного університету  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-21>

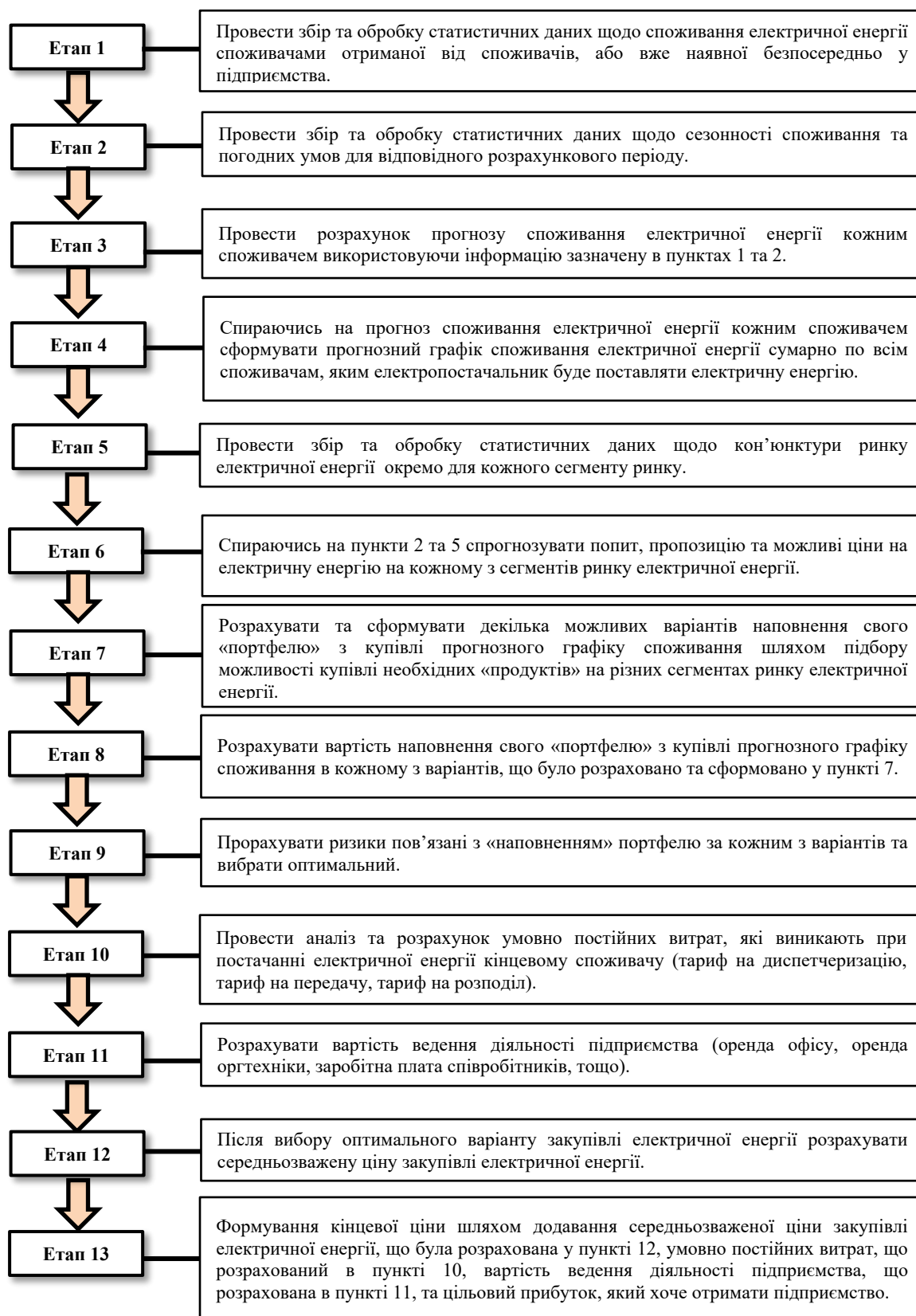
## **ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ЕЛЕКТРОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Окрім визначення попиту та пропозиції, які в сфері енергетики є сезонними і залежать від температури навколишнього середовища, кількості опадів, ремонтної компанії виробничих підприємств, тощо є ще один важливий важкопрогнозований фактор. Цей фактор обумовлений специфікою купівлі-продажу електричної енергії і полягає в тому, що її неможливо закупити заздалегідь щоб залишити на складі, тобто в енергосистемі завжди повинен зберігатись баланс між виробленою та спожитою електричної енергією в конкретний момент часу.

Це означає, що електропостачальнику необхідно перед закупівлею електроенергії для споживачів спрогнозувати її споживання з розподілом для кожної години відповідного періоду на яких планується здійснювати постачання, оскільки в протилежному випадку не реалізована частина електричної енергії буде продана ним як неліквід при врегулюванні небалансів.

Електропостачальник зобов'язаний надати оператору системи передачі, якій слідкує за збалансованістю енергетичної системи України прогнозний графік споживання і у разі відхилення фактичного споживання від прогнозного електропостачальник повинен буде сплатити кошти за врегулювання негативного небалансу, або незначну частину компенсації за позитивні небаланси.

Виходячи з вищенаведеного пропонуємо наступний алгоритм дій при визначенні ціни на електричну енергію електропостачальних підприємств, який включає в себе тринадцять етапів (рис. 1).



**Рис. 1. Послідовність дій при ціноутворенні на електропостачальних підприємствах**

Діяльність електропостачальних підприємств пов'язана з постійними ризиками, оскільки більша частина розрахунків ціни на електричну енергію, за якою вона буде поставлена кінцевому споживачу, складають прогностичні значення. Запропонована методика визначення ціни є оптимальною, проте, не остаточною і може бути додатково доповнена виходячи з умов та принципів за якими працює конкретний електропостачальник. Це обумовлено тим, що ринок електричної енергії ще досить молодий і в сфері енергетики присутні динамічні зміни нормативно-технічної бази.

### **Література:**

1. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Київ : Тернопіль: Економічна думка, 2012. 354 с.
2. Жегус О. Розвиток методів маркетингового ціноутворення на інноваційні продукти. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 2(93). С. 82–90.
3. Рябченко І. Удосконалення методичних підходів до ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах з урахуванням вимог ринку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 398–403

**Пилипенко О. С.**  
*доцент кафедри управління та адміністрування  
Державного вищого начального закладу  
«Донбаський державний педагогічний університет»  
м. Дніпро, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-22>

## **АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ РИЗИКІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Досвід розвитку всіх країн показує, що ігнорування або недооцінка господарського ризику при розробці тактики й стратегії маркетингу, прийнятті конкретних рішень неминує стримує розвиток суспільства, науково-технічного прогресу.

Маркетингові ризики пов'язані з ймовірністю втрат, що виникають при вкладенні підприємством коштів в реалізацію маркетингових заходів, а також в розробку управлінських рішень, яке не принесе очікуваного результату.

Враховуючи комплекс маркетингу, можна стверджувати, що маркетингові ризики в системі управління інноваційною діяльністю – це ймовірність виникнення ризиків при реалізації інновацій в товарній, ціновій, збутовій та комунікаційній політиці, що зумовлені невизначеністю зовнішнього середовища і конфліктами всередині підприємства.

Маркетингові ризики в інноваційній діяльності виникають з багатьох причин, що обумовлені:

1) поточною ситуацією на ринку (фактори макросередовища і безпосереднього оточення підприємства);

2) наявністю сильних та слабких сторін у діяльності підприємства (врахування конфліктів інтересів при розподілі обмежених ресурсів організації);

3) нестачею маркетингової інформації;

4) помилками в маркетинговому аналізі, плануванні, організації і реалізації інновацій.

Маркетингові ризики при розробці та реалізації інновацій доцільно поділити на чотири групи:

1. Маркетингові ризики в товарній інноваційній політиці, які проявляються у зниженні обсягів реалізації продукції через

невідповідність характеристик продукції потребам споживачів, низьким рівнем конкурентоспроможності, непродуманим терміном виходу товару на ринок. Для зниження рівня маркетингових товарних ризиків необхідно постійно досліджувати поведінку і виявляти профілі споживачів, вивчати рівень конкурентоспроможності товару (співвідношення “ціна – якість”) та оцінювати сприйняття товару споживачами.

2. Маркетингові цінові ризики в інноваційній діяльності – це ймовірність недоотримання фінансових прибутків чи отримання збитків в результаті відхилення встановленої ціни на інновацію від оптимальної для даної ситуації на ринку в конкретний момент часу.

Оцінку та ідентифікацію маркетингових цінових ризиків доцільно проводити за допомогою методів аналізу цінової чутливості споживачів та цінової еластичності попиту.

3. Маркетингові збутові ризики при реалізації інновацій – це можливість виникнення визначених подій та їх наслідків, які ускладнюють чи роблять неможливим досягнення цілей на окремих етапах збутової діяльності чи цілком у сфері збуту.

Засобами зменшення негативних наслідків збутових ризиків інновацій на підприємстві доцільно рекомендувати наступні: здійснювати моніторинг факторів зовнішнього середовища, що впливають на реалізацію інновацій, проведення комплексного маркетингового дослідження діяльності посередників, ретельний підбір комерційних посередників, розробка збутового бюджету з урахуванням кон’юнктури ринку і можливостей підприємства.

4. Маркетингові комунікаційні ризики при просуванні інновацій на ринок – невизначеність отримання результатів від маркетингового просування інновацій (ризик недоотримання прибутків від рекламної кампанії, ризик недосягнення комунікаційних цілей).

Причинами виникнення даних типів ризику є: зміна смаків та запитів споживачів, що призведе до зниження попиту; діяльність конкурентів (зниження цін, різке збільшення обсягів виробництва); ризик невиконання обов’язків перед клієнтами; непередбачувані урядові постанови (зміна в ціні, законах); неплатоспроможність клієнтів; помилки в плануванні рекламної кампанії.

Більшість підприємств, що успішно працюють, зобов’язані своїм успіхом розробленню і випуску на ринок нових товарів і впровадженню нових проектів. Все це пов’язано з ризиком. З іншого боку, без застосування інновацій практично неможливо створити конкуренто-

спроможну продукцію, що має високий ступінь науко місткості і новизни.

Отже, в ринковій економіці інновації є ефективним засобом конкурентної боротьби, оскільки ведуть до створення потреб, до зниження собівартості продукції, до припливу інвестицій, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття та охоплення нових ринків, зокрема зовнішніх. Тому важливим завданням для підприємства є навчитися грамотно управляти інноваційними ризиками.

Таким чином, функціонування вітчизняних підприємств в умовах нестабільної економіки орієнтує їх на пошук нової тактики господарювання, при якій надзвичайно важливим завданням є вміння прогнозувати маркетингові ризики та давати їм оцінку. Це вирішується за допомогою використання методів економічного аналізу.

### **Література:**

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми : Університетська книга, 2010. 334 с.
2. Ілляшенко С. М. Стратегічне управління інноваційною діяльністю підприємства на засадах маркетингу інновацій. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 12. С. 111–119.
3. Лабурцева О. І. Ризики в маркетингу: підручник. Київ : Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 476 с.
4. Ковальчук С. В. та ін. Маркетинг. Львів : Новий світ – 2000, 2010. 679 с.
5. Окландер М. А., Окландер Т. О., Педько І. А. Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики: монографія. Одеса : Астропринт, 2017. 284 с.

**Рожко В.І.**

*доцент кафедри маркетингу,  
менеджменту та підприємництва  
Харківського національного університету  
імені В. Н. Каразіна  
м. Харків, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-23>*

## **РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

Інтернет-торгівля продає товар за допомогою електронних технологій. Вона передбачає замовлення, оплату та доставку товарів чи послуг. Створення магазину в інтернет-просторі сприятиме просуванню бренду компанії, дозволить наблизити товар до покупця, а також зберегти конкурентоспроможний рівень цін на ринку.

Сучасний інтернет магазину складається з наступних функціональних частин: каталог товарів, пошукова система, кошик, реєстраційна форма, форма відправлення замовлення.

Внутрішня оптимізація інтернет-магазину полягатиме в модернізації його контенту (змісту), адаптації його під потреби цільової аудиторії. Тому заповнювати сайт різним текстом, розрахованим на роботів пошукових систем, нераціонально [1, с. 36]. Більшість користувачів мережі, зустрічаючись з текстом, перенасиченим ключовими словами, відмовляються від подальшої співпраці з ресурсом, оскільки вважають такий підхід до просування сайтів непрофесійним. Та й механізм індексації сайту роботами постійно удосконалюється, в результаті чого сторінка, перенасичена ключовими словами, може стати причиною різкого падіння рейтингу, а то й довічного «бана».

Тому, при наповненні сайту інформацією важливіше враховувати потреби користувачів в потрібному і якісному матеріалі. Нецікавий сайт, що навіть пропонує найнеобхідніші товари, може виявитися непривабливим користувачеві. З іншого боку, саме «сила слова» може спонукати придбати навіть самий пересічний товар. Це прямо пов'язано з деякою особливістю психіки, що стосується емоційного сприйняття інформації. Чим яскравіше перше враження від змісту сайту, тим більше

позитивних характеристик буде підсвідомо приписано вашій продукції, тим більша кількість покупців перейде з розряду потенційних в розряд фактичних.

Не менш значущим для ефективного просування є візуальне наповнення сайту. Це стосується не тільки верстки сторінок, гармонійного поєднання кольорів, гарнітури шрифтів, але й кількості та різноплановості фотографій, відео- та аудіо- матеріалів тощо. Без урахування цих особливостей текст буде представлятися нудним набором букв і, навіть найрозумніші думки не будуть прочитані відвідувачами ресурсу [2, с. 50]. А з урахуванням того, що час перебування відвідувача теж враховується при підрахунку рейтингу, необхідно створити максимально цікаве та привабливе наповнення сайту. Не забуваючи при цьому про зручність використання, швидкості завантаження сторінки та інших аспектах юзабіліті.

Пропонуємо зробити оптимізацію інтернет-магазину за наступними напрямками:

- модернізація контенту;
- покращення візуального вигляду сайту;
- додання статей на сайт.

За статистикою, 87% користувачів намагаються ігнорувати повідомлення компаній, а залученими (стежать за оновленням, лайкають і ширять пости) залишається всього 2–3% потенційних споживачів при можливості залучити фактично всі 100%. Тобто, SMM для більшості компаній став марною тратою часу [3, с. 87].

Перша з проблем – це низький рівень виконання. Точніше, зміст, навіює на користувачів байдужість. Не важливо, в якій соціальній мережі це відбувається, але прагнення формувати «інформаційний потік» затьмарює бажання бути корисним своїм підписникам. В результаті потенційний клієнт не отримує потрібної інформації і зникає. Групи і корпоративні сторінки скоріше не притягують учасників, а стають дратівливим елементом власних стрічок новин. Ніби й інформація нудна, але відписуватись лінь. Так ось, такий контент – це наслідок іншої, серйознішої проблеми: відсутності стратегії зацікавлення клієнта [4, с. 164].

Слід передбачити можливість спілкування з клієнтами та відвідувачами, зворотного зв'язку, оскільки в процесі спілкування є можливість отримувати додаткову інформацію про потреби клієнтів, їх оцінку порталу тощо. Зворотній зв'язок дає багато переваг як для



відвідувача сайту так і для самої компанії. Основні вимоги до структури, змісту інтернет-магазину представленні в табл. 1.

Таблиця 1

**Вимоги до структури, змісту сайту**

<b>Параметр сайту</b>	<b>Основні вимоги</b>	<b>Складові елементи</b>
Зовнішній вигляд і зміст	Високий ступінь аттрактивності (сприйняття)	Колірна гама, логотип, фірмовий знак, мультимедійні елементи
	Високий ступінь інформативності	Інформаційні рубрики і підрубрики
Інформативність і простота викладу	Інформаційна насиченість	Інформація про властивості характеристику будівельної продукції. Розміщенням посилань на інші сайти для отримання додаткової інформації
	Доступність викладу	Компоновка матеріалів у вигляді невеликих блоків з підзаголовками
	Ефективна система рубрик	Поліпшення зорового сприйняття сайту, чергування тексту з ілюстраціями, фотографіями
Оперативність і зручність користування	Можливість швидкого повернення на головну сторінку або переходу в інший розділ	Поліпшення зорового сприйняття сайту, чергування тексту з ілюстраціями, фотографіями
	Зручність користування сайтом для повільних комп'ютерів	Наявність на кожній сторінці посилання на головну сторінку і списку розділів сайту
Інтерактивність	Можливість самостійного пошуку потрібної інформації по сайту. Розміщення інформаційних брошур з можливістю їх збереження	Наявність можливості пошуку слів (фраз) на сайті
Комерціалізація	Можливість замовлення і оплати через сайт	Розробка сервісу, що передбачає можливості оплати через різні платіжні системи

Дуже часто те, що називається стратегією SMM, чи будь якою іншою маркетинговою стратегією, навіть близько не схоже на те, чим є стратегія по суті. І це – друга проблема, пов’язана з SMM [5, с. 201].

Тож для покращення просування через SMM треба обов’язково пам’ятати про:

- наявність чіткої стратегії просування;
- якість просування.

Тому, при дотримуванні таких правил підприємство може підвищити рівень продажів. Але якщо немає можливості робити SMM-просування якісно, то, напевно, краще не робити його взагалі.

В умовах жорсткої конкуренції, невеликі підприємства можуть бути витіснені з ринку через відсутність правильної політики просування, тому існує необхідність у створенні інтернет-магазину, щоб залучати нових споживачів та збільшувати обсяги продажів. Тому, створення сучасного інтернет-магазину є актуальним.

Інтернет вже став зручним інструментом. Необхідно тільки використовувати всі його переваги в процесі просування та реалізації продукції. Удосконалюючи інтернет-магазин, з’являється велика кількість клієнтів, які можуть через Інтернет вибрати і придбати продукцію. Тим самим підвищується прибутковість підприємства.

### **Література:**

1. Голмс Ч. Ідеальна машина продажів / пер. з англ. Семенюк В. Харків : Вид-во “Ранок” : Фабула, 2019. 288 с.
2. Зоріна О. І. Сучасні маркетингові технології та їх специфіка. *Інтернаука*. 2017. № 9. С. 49–51.
3. Окландер М. А., Окландер Т. О., Яшкіна О. І. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / за ред. д.е.н., проф. Окландера М. А. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.
4. Клічук О. Роль сучасних інформаційних технологій у пошуку оптимальних рішень в економіці. *Нова педагогічна думка*. 2015. № 1. С. 163–165.
5. Турчин Л., Островерхов В. Застосування CRM-систем в маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28 . № 3. С. 199–206.

**Хаустов М. М.**

*аспірант*

*Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку*

*Національної академії наук України*

*м. Харків, Україна*

**Юрченко О. К.**

*аспірант*

*Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку*

*Національної академії наук України*

*м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-24>

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ**

Високотехнологічні стартапи вважаються важливими рушіями інновацій та економічного зростання. Основою для них є високотехнологічні інновації, що представляють собою найновіші та найпрогресивніші технології сучасності, спрямовані на вирішення важливих проблем та використовувані наукомісткими галузями промисловості [1].

Ключовим процесом створення цінності для високотехнологічного стартапу є розробка нового продукту або послуги та виведення їх на ринок, в тому числі міжнародний. В світі все більше компаній змагаються за міжнародних споживачів, і доступ до міжнародних ринків стає необхідним для подальшого росту і розвитку стартапів. Проте стартапи мають бути здатні конкурувати на міжнародному рівні, що ставить підвищені вимоги до маркетингових стратегій, адаптованих до різних географічних ринків [2]. Виходячи на міжнародні ринки, стартапи мають можливість дотримуватися різних стратегій залежно від того, які регіони або країни є їхніми новими цільовими аудиторіями.

Проблематика розробки та обґрунтування стратегії міжнародного маркетингу досить широко представлена в наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців, таких як Онквист С. та Шаон Дж., Тукіайнен, Бурстрьом та Лінделл, Бланк та Дорф, Ганс Дж., Данько Т., Ансофф, Мак-Дональд та ін. Проте проблематика

стратегування міжнародного маркетингу високотехнологічного стартапу потребує подальшого вивчення.

Стратегія міжнародного маркетингу – це сукупність кількісних і якісних показників діяльності підприємства на зовнішньому ринку та прийняття рішень, які спрямовують конкретні маркетингові заходи на реалізацію стратегії розвитку підприємства в цілому. В загальному випадку основу розробки стратегії міжнародного маркетингу компанії, в тому числі високотехнологічного стартапу, при виході на світові ринки збуту, складає здійснення наступних дій та заходів: сегментація ринку; визначення та вибір цільових ринків; пошук шляхів виходу стартапу ринку; вибір та застосування методів та інструментів маркетингу; визначення форм та часу виходу на ринок.

Серед факторів, що визначають вибір стратегії міжнародного маркетингу, прийнято визначати: ставлення менеджменту високотехнологічного стартапу до міжнародного бізнесу; наявність конкурентних переваг порівняно з національними та іноземними конкурентами; наявність коштів та інших ресурсів; стан галузі, її рівень технологічного розвитку; досвід міжнародної діяльності; характер бізнесу.

Під час виходу на міжнародні ринки стартап має визначити своїх конкурентів та розробити конкурентні маркетингові стратегії, які дозволяють позиціонувати на світовому ринку продукцію компанії по відношенню до продукції конкурентів. Науковцями розглядається конкурентна парадигма стратегій міжнародного маркетингу, яка передбачає такі типи стратегій: базові; коопераційні; конфронтаційні; інноваційні.

Базові стратегії міжнародного маркетингу передбачають реалізацію таких завдань: вторгнення на ринок, закріплення успіху на ринку та подальше отримання прибутку. Такі стратегії включають підвиди: локальна стратегія головної долі ринку, глобальна стратегія головної долі ринку, стратегія глобальної ніші. Конфронтаційні стратегії міжнародного маркетингу реалізуються компаніями, які спрямовують свою діяльність на збільшення своєї частки ринку. Виділяють такі їх підвиди: стратегія оточення ринку, стратегія фронтального удару, стратегія обходу ринку, стратегія флангового удару, стратегія партизанської атаки. Коопераційні стратегії передбачають створення стратегічних альянсів. Інноваційні стратегії передбачають експлуатацію конкурентних переваг стартапу, отриманих в результаті запровадження принципово нових технологій, товарів або їх комбінації. Для високотехнологічних стартапів така стратегія є найбільш привабливою.

Типова міжнародна маркетингова стратегія включає визначення маркетингових цілей країни, опис цільового ринку та відповідний комплекс маркетингу. Як відмічає Данько Т. [30], ціннісна пропозиція може розглядатися як інструмент для розробки вигравної маркетингової стратегії. Крім того, опис вартості часто присутній у концепції бренду, а також концепції продукту, а також під час опису маркетингової стратегії. З огляду на це, виділення ціннісної пропозиції в рамках типової міжнародної маркетингової стратегії зробить її функціональною для подальшої інтеграції в структуру бізнес-моделі Canvas (ВМС) [3].

Підтвердження можливості використання ВМС можна для розробки стратегії маркетингу можна знайти у роботах Ли [4]. Шаблон ВМС дозволяє представити ключові елементи бізнес-моделі стартапа до команди, відповідальної за формування маркетингової стратегії. ВМС включає дев'ять елементів, які згруповані в чотири категорії: інфраструктура (ключові партнери, ключові види діяльності та ключові ресурси), пропозиція (ціннісна пропозиція), клієнти (сегменти клієнтів, відносини з клієнтами, канали збуту) та фінанси (структура витрат, потоки доходів) [5].

В табл. 1 представлена спроба поєднати зміст блоків ВМС та елементів стратегії міжнародного маркетингу.

Таблиця 1

**Поєднання змісту блоків ВМС та елементів стратегії міжнародного маркетингу**

<b>Блоки ВМС</b>	<b>Стратегічні дії</b>
1	2
Сегмент клієнтів	Визначення клієнтів на яких спрямований цільовий ринок
	Вивчення ключових сегментів ринку, створення профілю клієнтів
Ціннісна пропозиція	Створення цінності, необхідної клієнтам.
	Створення відмінної цінності від конкурента
	Які продукти чи послуги вирішать проблеми клієнтів визначених сегментів
Канал збуту	Формування стратегії розподілу відповідно до цільового ринку
	Стратегія просування продукту (цінності, що створюється) клієнтам у відповідності до визначених сегментів
	Розробка реклами, PR, бренду, інформаційних повідомлень, які створюють цінність для клієнтів

1	2
Відносини з клієнтами	Формування комунікаційної стратегії, зв'язків із клієнтами
	Створення служби обслуговування клієнтів
	Створення каналів зворотного зв'язку з клієнтами, опитування клієнтів, щоб виявити слабкі сторони продукту
Потік доходів	Як клієнти можуть отримати продукт
	Перегляд каналів продажу у відповідності до цільового ринку Яка додаткова вартість, яка може збільшити дохід?
Ключові ресурси	Стратегії формування та розподілу ресурсів. Визначення ресурсів, які можна максимізувати, людські ресурси, матеріальні або оперативні допоміжні матеріали, наприклад, місце, де відбувається діяльність.
Ключові види діяльності	Стратегії діяльності щодо закупівлі матеріалів, просування, продаж і контролю за обслуговуванням клієнтів.
Ключові партнери	Стратегії пошуку партнерів, які можуть надати необхідні ресурси
	Формування стратегічного партнерства, партнерство з урядом або бізнесом, громадськими організаціями тощо.
Структура витрат	Складання кошторису відповідно до потреб бізнесу
	Стратегія мінімізації витрат чи оптимізації витрат

*Джерело: за матеріалами [3–5]*

Підбиваючи підсумок, можна відзначити, що, незважаючи на різноманітність поглядів науковців та практиків, під стратегією міжнародного маркетингу розуміється програма дій, засіб досягнення маркетингових цілей, напрям діяльності, засоби впливу на споживачів, рішення щодо визначення основних елементів комплексу маркетингу або системи заходів впливу на попит і пропозицію, загальні компоненти, які стосуються конкуренції, сегментації споживачів та міжнародних ринків, просування продуктів, ціноутворення і розподіл ресурсів. Тобто, це багаторівнева модель діяльності старпату, в основу якої є комплекс маркетингових заходів щодо вибору цільових сегментів ринку та споживачів на міжнародному ринку збуту.

### **Література:**

1. Ма Х., Gryshova I., Khaustova V., Reshetnyak O., Shcherbata M., Bobrovnyk D., Khaustov M. Assessment of the Impact of Scientific and Technical

Activities on the Economic Growth of World Countries. *Sustainability*. 2022. No. 14(21). DOI: <https://doi.org/10.3390/su142114350>

2. Кизим М. О., Хаустова В. Є., Решетняк О. І., Остапенко В. М. та ін. Інтеграція освіти та науки в Україні на базі моделі університету майбутнього: монографія / під ред В. Є. Хаустової. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 424 с.

3. Danko T., Haji R. El. Integrating international marketing strategy into the business model framework. Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств: матеріали 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 26–28 листопада 2020 р., НТУ ХПІ. Харків : Планета-Прінт, 2020. С. 69–70.

4. Lee D. Using the Business Model Canvas for your marketing strategy. URL: <https://strategyst.co.uk/blog/using-the-business-model-canvas-for-your-marketing-strategy/>

5. Osterwalder A., Pigneur Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, 2010. URL: [https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9\\_business\\_model\\_generation.pdf](https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9_business_model_generation.pdf)

## СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

**Сторожук О. В.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та комерційної діяльності  
Центральноукраїнського національного технічного університету  
м. Кропивницький, Україна*

**Заярнюк О. В.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та комерційної діяльності  
Центральноукраїнського національного технічного університету  
м. Кропивницький, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-25>

### УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРАКТИК В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Повномасштабна збройна агресія росії проти України спричинила значні ризики для усіх секторів і галузей державної та регіональних економік. Порушення цілісності економіки у просторовому аспекті та інтенсивна міграція в межах регіонів, викликана релокацією бізнесу та переміщенням населення на відносно безпечні території створює підґрунтя для соціального напруження; загострення конкуренції за робочі місця, житло і ресурси; зростання навантаження на систему охорони здоров'я та надання соціальних послуг; зростання цін на нерухомість. Попри складність умов формування нової економіки України триває, і суттєва роль в цьому процесі належить регіонам [1]. Запорукою економічного розвитку й позитивних змін є встановлення ефективної комунікації влади, бізнесу і населення.

В умовах воєнного часу і загострення ризиків регіонального рівня системна та постійна комунікація є важливою для підтримання довіри між владою та суспільством, адже одна з ключових ролей влади – поширення інформації про алгоритми дій для громадян в складних ситуаціях.



До основних ризиків регіонального розвитку, які є актуальними сьогодні для України, на наш погляд, потрібно віднести такі (табл. 1). Отже, комунікація між регіональними органами влади, представниками бізнесу та громадянами є особливо важливою в умовах війни з метою забезпечення співпраці, обміну інформацією, координації дій для забезпечення безпеки людей і підтримання економіки регіону. В управлінні ризиками регіонального розвитку доцільно впровадити комунікаційні практики, які сприятимуть ефективному обміну інформацією та співпраці з різними зацікавленими сторонами.

Таблиця 1

### Ризики регіонального розвитку України

Види ризиків	Сутність прояву ризиків
Безпекові	ризики ракетних обстрілів, терористичні акти, кібератаки
Політичні	дезінформація, підтримка внутрішніх конфліктів з метою розширення своєї сфери впливу
Інформаційні	неправдива інформація, негативні наслідки ворожої пропаганди, дезінформації, маніпулювання громадською думкою
Економічні	блокади торгових шляхів, хакерські атаки на фінансові системи, падіння обсягів інвестицій
Соціальні	соціальна дезінтеграція та внутрішні конфлікти між різними групами населення на ґрунті релігійних або політичних протиріч
Демографічні	переселення людей до інших територій чи країн
Екологічні	забруднення навколишнього середовища внаслідок вибухів, підривів та обстрілів; знищення природних резерватів, лісів, степів та інших екосистем
Інфраструктурні	імовірність нанесення шкоди інфраструктурі: енергетичним об'єктам, транспортним мережам тощо

*Джерело: складено авторами*

Крім офіційних вебсайтів, місцевих та регіональних засобів масової інформації, популярними каналами комунікації сьогодні є телеграм-канали, чат-боти, вайбер, сторінка у соціальній мережі Facebook. Особливої актуальності сьогодні набуло поширення телеграм-каналів, які є дуже зручними для миттєвої трансляції ситуації. Вони мають декілька беззаперечних переваг: швидке поширення інформації, зручність, самостійне розміщення повідомлень, прямий контакт з

аудиторією, широке охоплення, підтримка взаємодії з громадою шляхом вирішення проблемних питань, можливість відстеження реакції громадськості на кризу в певному каналі. Створення мережі зв'язків та співпраці між органами регіонального розвитку, громадськими організаціями, бізнес-сектором, громадянами та іншими зацікавленими сторонами через такі платформи сприяє обміну інформацією, досвідом та кращому розумінню ризиків, загроз і можливостей регіонального розвитку. При розміщенні повідомлень через такі канали комунікації доцільно дотримуватися балансу емоцій. Повідомлення сумних новин має супроводжуватись висловленням емоцій співчуття, жалю, проте не відчаю й песимізму.

Звітування регіональної влади про ризики та стан регіонального розвитку має бути регулярним, що дасть змогу інформувати зацікавлені сторони про поточні та потенційні ризики, реалізовані заходи та досягнення в управлінні ризиками. Для інформування громадян про поточну роботу влади доцільно формувати щотижневі дайджести.

Проведення зустрічей, нарад та консультацій за участю представників різних зацікавлених сторін створить можливість обговорити поточні ризики, виявити нові та спільно розробити стратегії управління ризиками.

Система сповіщень та розсилання інформації про ризики та заходи з управління ними різними каналами комунікації, включаючи електронну пошту, соціальні медіа, прес-релізи тощо має суттєву роль в управлінні ризиками регіонального розвитку. Люди мають потребу в інформації про загальні ризики у країні, їм важливо знати, що відбувається із медициною, освітою, системою соціального захисту населення. Особливої інформаційної та консультативної підтримки потребують вимушено переміщені особи (допомога щодо оформлення документів, вирішення проблем із виплатами, працевлаштуванням, адаптацією на новому місці, отриманням медичних та освітніх послуг).

Розроблення вебпорталів та інших інформаційних ресурсів з метою надання доступу до актуальних даних, аналітики, інструментів управління ризиками та публікації статей та досліджень також, на наш погляд, є доцільною комунікаційною практикою в управлінні ризиками регіонального розвитку.

Проведення просвітницької діяльності, тренінгів та інших заходів з підвищення обізнаності про ризики та управління ними на рівні регіону може включати семінари, воркшопи, форуми, навчальні матеріали та інші освітні ініціативи.

Залучення експертів з ризик-менеджменту, регіонального розвитку та інших відповідних галузей для надання консультацій та розроблення стратегій управління ризиками, а також проведення відкритих дискусій, громадського обговорення проєктів та стратегій регіонального розвитку з метою залучення громади до процесу прийняття рішень та врахування різних поглядів також є навчальною практикою.

Резюмуючи, наголосимо, що підготовка нової політики регіонального розвитку України вимагає глибокого аналізу, ґрунтовної оцінки пов'язаних з війною ризиків, а саме: окупація територій, вимушена міграція, руйнування об'єктів інфраструктури, втрата транзитних можливостей країни, знищення промислових підприємств. Одним із факторів успішності післявоєнної відбудови регіонів України є комунікаційні практики, які дають змогу покращити обмін інформацією, залучити зацікавлені сторони до процесу управління ризиками регіонального розвитку та сприяти ефективному прийняттю рішень. При цьому комунікація має бути двосторонньою, прозорою та враховувати потреби та очікування всіх зацікавлених сторін.

### **Література:**

1. Качка Т. «Я згоден з тим, що нова Україна будується, в регіонах, на місцях». URL: [https://lb.ua/economics/2023/09/03/572893\\_taras\\_kachka\\_ua\\_zgoden\\_z\\_tim\\_shcho\\_nova.html](https://lb.ua/economics/2023/09/03/572893_taras_kachka_ua_zgoden_z_tim_shcho_nova.html) (дата звернення: 21.09.2023).

## СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

**Кобзар О. М.**

*старший науковий співробітник, кандидат економічних наук,  
старший науковий співробітник відділу  
екосистемного оцінювання природно-ресурсного потенціалу  
Інституту демографії та проблем якості життя  
Національної академії наук України  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-26>

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ВАРТОСТІ КОМПЕНСАЦІЙНИХ СХЕМАМ У СФЕРІ ЗБЕРЕЖЕННЯ БІОРІЗНОМАНІТТЯ**

Відновлення екосистем або окремих унікальних видів диких тварин чи рослин з високою природною цінністю, зокрема територій та об'єктів природно-заповідного фонду, що були знищені при реалізації проектів економічного розвитку отримало назву компенсації біорізноманіття. «Компенсація біорізноманіття – це економічний інструмент, що використовується для забезпечення економічного розвитку при одночасному досягненні таких цілей збереження біорізноманіття, як чистий приріст або відсутність чистих втрат біорізноманіття» [1, с. 19].

Загальний розмір вартості реалізації компенсаційних схем формують такі складові, як вартість заходів з відтворення та поліпшення стану біорізноманіття, вартість подальшого обслуговування та підтримки у належному стані відтвореного біорізноманіття, трансакційні витрати. Необхідно також зауважити, що існують два варіанти врегулювання відносин власності щодо ділянки, де здійснюються заходи відтворення біорізноманіття, що відповідно впливає на розмір вартості компенсаційних схем [2, с. 36]:

1) укладання угоди з землевласником про реалізацію на належній йому ділянці заходів з відтворення біорізноманіття – передбачається, що розмір платежу включатиме втрачений землевласником дохід (окрім

витрат на відтворення біорізноманіття, його подальший догляд та підтримку у належному стані);

2) купівля земельної ділянки, що означає набагато більші початкові витрати у порівнянні з варіантом укладання угоди з землевласником та значно менші наступні операційні (поточні) витрати (оскільки не потрібно буде сплачувати землевласникові за втрачений прибуток, а витрати обмежуватимуться вартістю необхідних робіт з подальшого обслуговування та підтримки у належному стані відтвореного біорізноманіття).

Отже, вартість реалізації компенсаційних схем у загальному вигляді при укладанні угоди із землевласником (формула 1) та при купівлі земельної ділянки (формула 2) є функціональною залежністю таких величин:

$$C = f(F, M, S, T, D), \quad (1)$$

$$C = f(L, M, S, T, D), \quad (2)$$

де  $C$  – загальний розмір платежу, грн;

$F$  – втрачений дохід або альтернативні втрати землевласника ділянки, грн;

$M$  – вартість заходів з відтворення та поліпшення стану біорізноманіття, грн;

$S$  – вартість подальшого обслуговування та підтримки у належному стані відтвореного біорізноманіття, грн;

$A$  – трансакційні витрати, грн;

$L$  – вартість земельної ділянки, на якій проводяться заходи з відтворення біорізноманіття, грн;

$D$  – ставка дисконтування (%).

Приклад розрахунку вартості заходів з відтворення біорізноманіття та подальшого його збереження, підтримки у належному стані представлено у таблиці 1. Так, у Вайдени (Німеччина) забудовником було подано заявку на будівництво декількох будинків. У звіті про оцінку впливу на навколишнє середовище зазначалося, що після всіх можливих заходів щодо пом'якшення наслідків забудови все ще має місце негативний вплив на біорізноманіття, насамперед через втрату живоплотів та дорослих дерев. У свою чергу це негативно впливало на популяцію кажанів та птахів, а також на ландшафт. За проектом було заплановано створення живої огорожі на 0,179 га та встановлення

ящиків для птахів та кажанів частково на ділянці забудови та частково в інших лісових масивах, що управляються муніципалітетом.

Таблиця 1

**Вартість компенсаційних заходів  
з відтворення біорізноманіття та подальшого його збереження  
у належному стані у Німеччині, євро**

Показник	Вартість
I. Вартість ділянки	10 740
II. Витрати на створення живої огорожі та лісу	
<i>Заходи з відновлення:</i>	
Розчищення території	840
Посадка живої огорожі та дерев	5 880
Огорожа від диких тварин	1 960
<i>Подальше обслуговування:</i>	
1-й рік	882
з 2-го по 5-й рік	3 528
III. Витрати на утримання птахів та кажанів	
<i>Заходи з відновлення:</i>	
Купівля ящиків для кажанів	3 741
Встановлення ящиків	5 120
<i>Подальше обслуговування ящиків протягом 15 років</i>	7 200
Загальна вартість заходів	39 891

*Джерело: складено автором за [3, с. 26]*

Щодо трансакційних витрат, необхідно зазначити, що вони включають витрати організації, що здійснює роботи з відтворення біорізноманіття та органу, що контролює реалізацію компенсаційної схеми. Зазвичай трансакційні витрати контролюючого органу складають 10% від загальної суми витрат, а реалізатора заходів – 30% [2, с. 21], хоча частка трансакційних витрат може суттєво варіюватися залежно від типу біорізноманіття.

Для розрахунку розміру платежів застосовують ставку дисконтування на рівні 3,5% та період у 100 років [2, с. 21]. Вважається, що відтворене біорізноманіття має існувати завжди.

Отже, є два типи реалізації компенсаційних схем, які відповідно обумовлюють різні види необхідних витрат: 1) укладання угоди з землевласником про відновлення біорізноманіття, вартість якої є функціональною залежністю від таких величин, як втрачений дохід або

альтернативні втрати землевласника ділянки, вартість заходів з відтворення та поліпшення стану біорізноманіття, вартість подальшого обслуговування та підтримки у належному стані відтвореного біорізноманіття, трансакційні витрати; 2) купівля земельної ділянки, вартість якої є функціональною залежністю від таких величин, як вартість заходів з відтворення та поліпшення стану біорізноманіття, вартість подальшого обслуговування та підтримки у належному стані відтвореного біорізноманіття, трансакційні витрати, вартість земельної ділянки, на якій проводяться заходи з відтворення біорізноманіття.

### **References:**

5. Biodiversity Offsets: Effective Design and Implementation. (2016) Paris: OECD Publishing. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264222519-en> (accessed September 22, 2023).

6. Costing potential actions to offset the impact of development on biodiversity – Final Report, DEFRA. March 3, 2011. 33 p. URL: <https://www.cbd.int/financial/offsets/unitedkingdom-costing.pdf> (accessed September 22, 2023).

7. Underwood E., Wende W., Stein C. and Tucker G. (2013) A review of recent biodiversity offsetting practice in Germany. 49 p. URL: <https://randd.defra.gov.uk/ProjectDetails?ProjectID=18229&FromSearch=Y&Publisher=1&SearchText=WC1051&SortString=ProjectCode&SortOrder=Asc&Paging=10#Description> (accessed September 22, 2023).

**Соловій І. П.**

*професор кафедри екологічної економіки та бізнесу  
Національного лісотехнічного університету України  
м. Львів, Україна*

**Панчишин Я. В.**

*аспірант кафедри екологічної економіки та бізнесу  
Національного лісотехнічного університету України  
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-27>

## **РАМКОВІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСУВАННЯ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

У відповідності до міжнародних угод (як-то Угода про асоціацію з ЄС), Україна взяла на себе зобов'язання побудувати зелену економіку. Проте, виконання такого завдання передбачає не лише реалізацію необхідних реформ на рівні реальної економіки, а й докорінну перебудову фінансової системи. Така система повинна не тільки бути готовою до посилення впливу нефінансових ризиків, а й забезпечити мобілізацію необхідних обсягів зелених фінансів. «Зелені» або ж екологічні фінанси передбачають широкий спектр фінансових засобів та інструментів для технологій, проектних робіт та галузей в цілому, що мають екологічне спрямування [1, с. 97].

Зелене фінансування та стале фінансування пов'язані з фінансуванням діяльності, яка підтримує екологічні та соціальні цілі. Однак зелене фінансування зосереджене більшою мірою на екологічних аспектах, таких як зміна клімату та біорізноманіття, тоді як стале фінансування зосереджене ширше: водночас на екологічних, соціальних та управлінських аспектах. Зелене фінансування є різновидом сталого фінансування, а кліматичне фінансування – це різновид зеленого фінансування [2].

Фінансовий сектор має тривалий досвід роботи з питаннями сталого розвитку. Політики та представники сектору погоджуються, що перехід до сталого розвитку має бути дзеркально відображеним у швидкому розширенні сталого фінансування.

Європейська нормативно-правова база сталого фінансування розвивалася надзвичайно швидко за останні п'ять років. Європейське



лідерство у сфері сталого фінансування призвело до запровадження комплексних нормативних актів з амбітними очікуваннями стосовно їхнього потенційного впливу. У той же час сталий фінансовий ринок зростає, підтримуючи реальні економічні зміни. *ESG* (аббревіатура від *E* – environmental, *S* – social і *G* – governance)– це структура для оцінки компаній на основі їх показників сталого розвитку та практики. Незважаючи на складне макроекономічне середовище через пандемію COVID, випуск європейських облігацій і позик *ESG* зріс на 58,8% лише у 2020 році, склавши 398 мільярдів євро. Хоча багато чого було досягнуто, неможливо недооцінити масштаб того фінансування, яке буде необхідним для досягнення цілей Паризької угоди та Цілей сталого розвитку. Згідно з нещодавнім звітом Асоціації глобальних фінансових ринків і Boston Consulting Group потреби в інвестиціях становитимуть 100–150 трильйонів доларів США упродовж наступних трьох десятиліть для фінансування переходу до низьковуглецевої економіки. Це означає: щонайменше 3–5 трильйонів доларів США на рік, тобто збільшення у п'ять-вісім разів у порівнянні з поточним рівнем. За підрахунками ООН щорічний дефіцит для додаткових амбіцій щодо досягнення Цілей сталого розвитку фінансування становить 2,5 трильйона доларів США на рік. Очевидно, що виклик приголомшливий, і фінансовий сектор матиме ключове значення для його вирішення.

У контексті політики ЄС стале фінансування трактується як фінансування для підтримки такого економічного зростання, яке зменшує тиск на довкілля, щоб допомогти досягти кліматичних і екологічних цілей Європейського зеленого курсу, беручи до уваги соціальні та управлінські аспекти. Сталі фінанси також охоплюють прозорість, коли мова йде про ризики, пов'язані з факторами *ESG*, які можуть мати вплив на фінансову систему, і пом'якшення таких ризиків за допомогою відповідного управління фінансовими та корпоративними суб'єктами.

Стале фінансування відіграє ключову роль у досягненні цілей політики в рамках Європейської зеленого курсу, а також міжнародних зобов'язань ЄС щодо кліматичних цілей та сталого розвитку. Це досягається шляхом спрямування приватних інвестицій у перехід до кліматично нейтральної, кліматично стійкої, ресурсоефективної та справедливої економіки, як доповнення до державних коштів. Стале фінансування допоможе гарантувати, що інвестиції підтримають сталу економіку та стійке відновлення після наслідків пандемії COVID-19. Європейський Союз рішуче підтримує перехід до

низьковуглецевої, ресурсоефективної та стійкої економіки та перебуває на передньому краї зусиль із створення фінансової системи, яка підтримуватиме стале зростання.

ЄС запровадив певні рамки прозорості стосовно сталості фінансів, а саме – Регламент розкриття інформації про сталі фінанси (SFDR – Sustainable Finance Disclosure Regulation). Встановлюючи, як учасники фінансового ринку повинні розкривати інформацію про сталий розвиток, він допомагає тим інвесторам, які прагнуть вкласти свої гроші в компанії та проекти, що підтримують Цілі сталого розвитку, зробити обґрунтований вибір. SFDR також розроблений, щоб дозволити інвесторам належним чином оцінити, як ризики сталого розвитку інтегровані в процес прийняття інвестиційних рішень. Таким чином, SFDR сприяє досягненню однієї з великих політичних цілей ЄС: залучення приватного фінансування, щоб допомогти Європі здійснити перехід до zero-net економіки (з нульовим рівнем балансу викидів-поглинання вуглецю). Наразі Європейська комісія проводить всебічну оцінку рамок, розглядаючи такі питання, як: правова визначеність, зручність використання та те, як Регламент може зіграти свою роль у боротьбі з «green washing» – ситуаціями дезінформації, яку поширює організація, щоб створити враження про свою відповідальну екологічну позицію [2]. Наріжним каменем системи сталого фінансування ЄС і важливим інструментом прозорості ринку є Таксономія ЄС. Таксономія – це система класифікації, яка визначає критерії економічної діяльності, яка узгоджується з траєкторією «чистого нуля» до 2050 року та ширшими екологічними цілями, крім клімату. Таксономія ЄС дозволяє фінансовим і нефінансовим компаніям мати спільне визначення економічної діяльності, яку можна вважати екологічно сталою. Це допомагає спрямовувати інвестиції в ті види економічної діяльності, які найбільше потрібні для переходу, відповідно до цілей Європейського зеленого курсу.

В Україні Нацбанк і Міжнародна фінансова корпорація (IFC), яка входить до групи Світового банку, 16 квітня 2021 року підписали договір про співпрацю. Метою Проекту є розвиток сталого фінансування в Україні шляхом розроблення стандартів «зеленого фінансування» й інтегрованих екологічних, соціальних та управлінських стандартів. Ідеї концепту сталого фінансування поступово втілюються у вітчизняному банківському секторі. Використовуються такі нові інструменти механізму надання грошових кредитних ресурсів: пільгові кредитні ставки, пролонгований термін

позики для широкомасштабних природоохоронних проектів (або для будівництва приватного «зеленого» житла), надання позик, кредитів або інших послуг для придбання сертифікатів на викиди забруднюючих речовин, продаж фінансовими установами муніципальних облігацій, призначених для фінансування проектів захисту довкілля тощо [4].

За цих умов виникає потреба в науковому обґрунтуванні засад розроблення аналітичного інструментарію оцінювання соціально та екологічно відповідальної діяльності фінансових установ для цілісного визначення та оцінки наслідків, пов'язаних з їхніми інвестиційними портфелями.

### **Література:**

1. Карлін М. І., Івашко О. А. Зелені фінанси як новий напрям залучення інвестицій в економіку України. *Економічний форум*. 2020. № 1(3). С. 97–104. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-3-15>
2. Green and sustainable finance. Edition 2. 2022. URL: <https://www.iso.org/publication/PUB100458.html>
3. Overview of sustainable finance. 2023. URL: [https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance\\_en#why-is-sustainable-finance-important](https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance_en#why-is-sustainable-finance-important)
4. Прутська О. Сучасна політика НБУ щодо розвитку сталого фінансування. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-14>

## СЕКЦІЯ 8. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

**Маслов Ю. К.**

*професор, доктор політичних наук, кандидат економічних наук,  
Заслужений економіст України,  
голова громадської організації «Альянс відновлення України»  
м. Одеса, Україна*

**Маркус Я. І.**

*кандидат економічних наук,  
Заслужений експерт Українського товариства оцінювачів,  
Заслужений член-кореспондент Королівського інституту  
сертифікованих експертів нерухомості (FRICS)  
м. Київ, Україна*

**Покачайло В. М.**

*аспірант відділу економіко-математичного  
моделювання та інформаційно-аналітичного  
забезпечення фінансово-економічних досліджень  
Державної навчально-наукової установи  
«Академія фінансового управління»  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-28>

### ЖИТЛО ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Будь-які руйнування внаслідок війн або катаклізмів створюють конфлікт між довгостроковим плануванням та необхідністю швидко вдовольнити нагальні потреби населення. Як показав досвід відновлення після Другої світової війни, компроміс між якістю та швидкістю завжди призводить до відкладених наслідків у майбутньому, а те, що задумувалось тимчасовим, перетворюється на постійні незручності.

Війна виявила проблеми регуляції ринку нерухомості, логістики, доступу до локальних ресурсів вразливість критичної інфраструктури та

обороздатності міст. Подальші наслідки у сферах економіки, демографії та навколишнього середовища визначатимуть майбутні стратегії відбудови.

Виклики відбудови житла обумовлені трьома аспектами:

1. Руйнування житлового фонду внаслідок війни.
2. Наявність функціонально застарілого житлового фонду, що потребує заміни.
3. Сучасні вимоги до якості житла.

Житло завжди було і є зараз важливим суспільним аспектом добробуту людини.

Поряд з об'єктами критичної інфраструктури, житло є найбільш постраждалим сектором від російської агресії (38% від загального збитку, або понад 50 мільярдів доларів США та близько 2 мільйонів жителів). Необхідне фінансування оцінюється в 68 мільярдів доларів США, з яких потрібно 31,5 мільярда доларів негайно/в короткостроковій перспективі та ще 37,1 мільярда доларів США в середньо- та довгостроковій перспективі.

Збитки, що оцінюються в 17 мільярдів доларів США, відображають вартість знесення, вивіз сміття, втрату домашнього майна, тимчасову оренду, надання притулку власниками та скориговані втрати доходів від оренди. Масштаби руйнувань житлового фонду в Україні після 24 лютого перевищують обсяги усього нового житла, введенного в експлуатацію за останні сім років.

В сучасних умовах більше ніж половина мешканців міст України проживають в панельних багатоповерхових будинках, побудованих за радянської епохи. Середовище панельних мікрорайонів сформувало цілі покоління сімей, увібрало в себе характерний уклад та погляд на життя в місті.

За цих умов одним із шляхів вирішення, важливої соціальної проблеми є:

- відбудова зруйнованого житла;
- заміна «застарілих» панельних будинків.

В контексті наслідків війни та глобальних викликів перед країною, мікрорайони, як ресурс міста, мають трансформуватись в повноцінні економічно та соціально автономні райони.

Впровадження в життя панельного будівництва на сучасному рівні може забезпечити високі темпи будівництва житла при збереженні якості, що відповідає критерію Well-being (благополуччя людини –

мешканця житла). Комфортне житло – це один з важливих аспектів Well-being.

Базою для цього може слугувати система well-being house-prefab (сучасна система проектування будівництва багатоповерхових будівель вільного планування) із застосуванням новітніх технологій. Зараз в Україні є підприємства, що спроможні виконувати поставлені задачі відповідно до вимог часу. Так, вже зараз в с. Усатове Одеської області функціонує сучасний завод в будівельній сфері КП «Будова» з виготовлення збірних (prefab) конструкцій високої якості.

Одночасно, слід зауважити, що масштабне будівництво житла у повоєнний період вимагатиме суттєвих змін (капіталовкладень) в інженерну інфраструктуру (енергетику, водопостачання, тощо), в типологічний підхід до забудови зруйнованих селищ, мікрорайонів міст тощо через впровадження профільних державних програм та залучення коштів донорів.

### **Література:**

1. New Economics Foundation. Measuring Wellbeing: A guide for practitioners. London: New Economics Foundation, 2012.
2. Презентація UK\_Пріоритетна\_Технологія\_Відбудови\_june2023.
3. Презентація Vuchanske book\_pages\_20.06.23.
4. Стандарт 23.61.20-22484783-001:2021. КП «Будова» та НДІБК «Конструктивна система безкаркасних багатоповерхових будівель вільного планування із збірних елементів заводського виготовлення. Технічні специфікації».

**Сергєєва Я. С.**  
*аспірант кафедри менеджменту*  
*Донбаської державної машинобудівної академії*  
*м. Тернопіль, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-29>*

## **ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ У КРАЇНАХ ЄС ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ АДАПТАЦІЇ ДО ДІЮЧОЇ ПРАКТИКИ В УКРАЇНІ**

Необхідність адаптації соціальних моделей задля досягнення, розумного, стійкого та всебічного зростання викликана світовими тенденціями у демографічній структурі населення, змінами у сфері зайнятості, що виникають внаслідок технологічного розвитку та впровадження цифрової економіки, глобалізацією. Дані зміни вимагають розповсюдження широкого спектру послуг з метою координації між політикою зайнятості та соціальною політикою для домогосподарств з низьким рівнем доходу задля гармонійного поєднання праці із сімейними обов'язками, впровадження освіти протягом всього життя, вирішення питань догляду за дітьми та довготривалого догляду тощо. Вивчення практики надання соціальних послуг європейськими країнами надасть змогу виокремити їх певні елементи задля розгляду можливості застосування їх в Україні щодо підвищення якості та ефективності соціальних послуг. Однією з кращих практик щодо горизонтальної інтеграції надання соціальних послуг на прикладі європейських країн Європейською комісією визначено й Естонію [1]. Новий закон Про трудові договори (New Employment Contracts Act – ЕСА) набрав чинності в травні 2009 року. Реформа наслідувала три основні цілі: – посили гнучкість шляхом ослаблення ЕРЛ; – підвищити готовність до працевлаштування з боку осіб, які шукають роботу, роблячи акцент на активації; поліпшити фінансове забезпечення безробітних шляхом підвищення розміру відповідної допомоги. Основною інституційною зміною внаслідок реформи стало створення Labour Market Board (LMB) фондом соціального страхування на випадок безробіття (Unemployment Insurance Fund–UIF). Основні дійовими особами в управлінні системою виплат та наданні соціальних послуг і послуг зайнятості визначено: Estonian Labour Market Board

(LMB) – є відповідальним за виплату допомоги по безробіттю та надання послуг з працевлаштування. Надання послуг спочатку здійснюється місцевими відділеннями муніципалітетів, а потім бюро зайнятості (PEC), які створені та підконтрольні LMB. LMB також відповідав за здійснення виплати допомоги по безробіттю. LMB був підпорядкований Міністерству соціальних справ (Ministry of Social Affairs). Роль профспілок та асоціацій роботодавців в Естонії досить обмежена. Муніципалітети здійснюють управління засобами до існування та надають такі послуги як соціальна реабілітація та догляд. Частково вони фінансуються державою, а частково – місцевими доходами.

Головна причина неефективності вихідної системи полягала в якості та доступності послуг активації. Були відсутні ефективні методи класифікації клієнтів залежно від складності проблеми, що призводило до неефективного використання кадрового потенціалу. Один з основних аспектів реформи полягав у підвищенні якості послуг активації. Основним прагненням реформи стало поліпшення доступу до якісних та ефективних послуг працевлаштування. Очікувалося, що завдяки реформуванню підвищиться потенціал інститутів ринку праці, що в свою чергу поліпшить якість обслуговування та підвищить кількість повернень на ринок праці.

План розвитку сфери соціального захисту Естонії на 2016–2023 роки визначає важливі стратегічні цілі для ринку праці, соціального захисту та політики рівності. Однією з цілей є покращення доступності та якості соціальних послуг та сприяння можливостям людей жити самостійно у громади та брати активну участь у суспільному житті. Для реалізації цього планується ряд політичних інструментів.

У Словенії нові реформи стосувалися модернізації соціальних виплат та надання соціальних послуг. Національна програма соціальної допомоги та догляду встановила нові правила для спрощення адміністративних процедур. Автоматичний розрахунок виплат був прийнятий у 2017 році та запрацював у 2019 році. За даними Міністерства праці, сім'ї та соціальних питань, отримувачі соціальних виплат отримуватимуть автоматичний розрахунок щорічних виплат. Більшість програм, що співфінансуються, запроваджено у галузі профілактики насильства (38), за ними йдуть програми соціальної реабілітації для людей із залежностями (32) та програми у галузі психічного здоров'я (24). Окрім того, 23 програми для дітей та підлітків,



22 програми для психосоціальної підтримки дітей та сімей, 22 програми для бездомних, 15 програм для людей з обмеженими можливостями, 9 для літніх людей, 4 для ромів та 10 інших програм з ліквідації соціальних лиха. Наприклад, CSW у Любляні реалізує чотири програми, спрямовані на соціально виключених дітей та молодь, бездомних та самотніх матерів. Серед рекомендацій, наданих Словенії Європейською соціальною мережею (European Social Network – ESN) за результатами аналізу стану соціальної сфери у 2020 році, наступні: законодавство, що регулює мінімальний дохід, має також регулювати й основні соціальні послуги, які доповнюватимуть фінансові вигоди на основі потреб та обставин конкретної людини; необхідно розробити індивідуально-орієнтований підхід, який би гарантував, що кожна людина в рамках схеми мінімального доходу отримує індивідуальний соціальний шлях разом із фінансовою вигодою.

Надання соціальної допомоги у Литві було децентралізоване для муніципалітетів ще у 2015 році, проте існуюча система і сьогодні потребує вдосконалень. Хоча наближення підтримки до осіб, які її потребують і стало хорошим кроком щодо ефективності соціальних послуг, і досі залишається ряд невирішених питань [2]: гнучкість муніципалітетів може бути використана ще більше, за поєднання соціальної допомоги з активною політикою ринку праці. Існує потреба у посиленні інтеграції між соціальними службами та службами зайнятості, особливо для складних випадків; кошти, виділені на соціальну допомогу, перераховуються деякими муніципалітетами на інші пріоритетні напрямки за рахунок потенційних отримувачів допомоги; умови, що надають право на отримання допомоги, є занадто жорсткими, оскільки поява додаткових джерел доходу від працевлаштування є підставою для відмови у наданні допомоги, що створює стримуючі фактори до пошуку роботи; рівень соціальної допомоги залишається занадто низькими, навіть нижче межі бідності. Значна увагу в Литві приділяється якісним соціальним послугам, спрямованим на запобігання та вирівнювання зростаючих міських та сільських відмінностей. Прогрес у стандартах якості соціальних послуг було досягнуто завдяки проекту, який впроваджує систему якості EQUASS у 120 муніципальних постачальників послуг та НУО. Соціальні працівники повідомляють про те, що у деяких регіонах відсутні спеціалізовані служби, недостатніми є можливості для підвищення кваліфікації та навичок, існує високе адміністративне навантаження, що обмежує час, який вони можуть витратити

безпосередню на роботу з клієнтами. Закон про соціальні послуги та Каталог соціальних послуг повноцінно не оновлювалися з 2006 року. Муніципалітети обмежені наданням послуг, наведених у каталозі, що обмежує їх можливості застосовувати ширший спектр підтримки для задоволення нових соціальних потреб. Для реалізації високоякісних соціальних послуг Литва потребує оновлення законодавства, спеціалізованих фахівці, розвитку постачальників послуг у неблагополучних регіонах та розширення навчання й механізмів винагороди соціальних працівників. Серед рекомендацій, наданих Литві Європейською соціальною мережею (European Social Network – ESN) за результатами аналізу стану соціальної сфери у 2020 році, наступні: забезпечити доступність високоякісних соціальних послуг як у містах, так і у сільській місцевості шляхом створення центрів соціальної допомоги відповідно до потреб місцевого населення. Польща продовжує працювати над кращою інтеграцією соціальних послуг. Урядом запропоновано законодавство про створення нового центру в органах місцевої влади, який інтегруватиме соціальні послуги, координуватиме планування та надання послуг.

До того ж до хронічної залежності від соціальної підтримки призводить патерналістський підхід в реалізації політики соціального захисту – в той час, як на утриманні системи соціального захисту мають знаходитися лише неспроможні до праці особи, через допомоги та інші безповоротні виплат держава повністю або частково забезпечує і значну частку працездатних, що не сприяє сталому розвитку як держави загалом, так і окремих її регіонів. Попри зовнішню схожість проблем, політична відповідь соціально орієнтованих Європейських держав значно варіюється. Такі варіації залежать не лише від різноманітності поглядів та інтересів громадян, організованих еліт, політичних партій та зовнішніх суб'єктів, таких як комісія Європейського Союзу, а й від відмінностей в інститутах, котрі є посередниками у цих інтересах.

### **Література:**

1. Оліфіренко Л., Коваль К. Удосконалення методичних підходів оцінювання ефективності соціальної допомоги у контексті політики подолання бідності та нерівних можливостей населення України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. Вип. 3. С. 98–110.

2. Оцінювання адаптивності національної моделі надання соціальних послуг до європейських стандартів. *Modern Science – Moderní věda*. Praha. Česká Republika. 2020. № 10. С. 81–95.

**Скрипник О. І.**

*аспірант кафедри соціоекономіки та управління персоналом  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-30>*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Першим науковцем, який ґрунтовно визначив сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу» став Боуен Г. У своїй праці «Соціальна відповідальність бізнесмена» (Social Responsibilities of the Businessman) він всебічно описує багатогранну природу цього феномену, визначає його цінності на напрями розвитку, акцентує увагу на його вагомій користі для самого бізнесу та суспільства [2]. Тому компанії повинні розуміти той факт, що стійкість бізнесу і його майбутнє залежать від відповідності їх діяльності очікуванням зацікавлених сторін: держави, місцевої влади, працівників, акціонерів, інвесторів, споживачів. У нинішніх реаліях все більший вплив на стан та імідж бізнесової організації здійснює її суспільно відповідальна поведінка. Суспільство аналізує не тільки виробничі та економічні показники, а й те, яким чином підприємство розвиває свою діяльність, піклується про своїх працівників, наскільки технологія виробничих процесів відповідає інтересам і потребам населення територіальних громад, їх розвитку.

Представники інших всесвітньовідомих наукових шкіл також визнали актуальність та необхідність соціально відповідальних практик для бізнес-організацій. Девіс К. проголошував ідею про актуальність соціально відповідальної поведінки бізнесу, акцентуючи на тому, що такі практики суттєво допомагають досягати вагомих економічних ефектів [3]. Керолл А. розвивав концепт соціальної відповідальності в частині відповідності правовим, економічним, етичним та дискреційним очікуванням, які суспільство покладає на бізнесові організації [2].

Вагомий вклад у становлення концепту соціальної відповідальності бізнесу внесли Портер М. та Крамер М. У власному науковому дослідженні «Creating Shared Value» дослідники акцентують увагу на

взаємозалежності суспільства та бізнесу, наголошуючи на ідеї спільних цінностей, як управлінській практиці посилення ефективності бізнесу, що поєднує зростання капіталізації з покращенням суспільного благополуччя.

Разом з ідеологією корпоративної соціальної відповідальності почали з'являтися інші схожі теми, які набувають актуальності в сучасних умовах. Концепція соціального капіталу, людського капіталу, гідної праці. Ці сучасні ідеї закладені у головні документи ООН – Підсумковому документі ООН з питань стійкого розвитку (Ріо+20) [4], Програмі ООН «Цілі розвитку тисячоліття».

Інституціоналізація цих важливих питань сьогодення викликана необхідністю трансформації асоціальної моделі економіки, яка спровокувала ряд проблем у масштабах світової економіки та окремих країн.

Відповідно до міжнародних статистичних даних, в першій десятці найдорожчих компаній світу домінують представники цифрової економіки (Apple, Amazon, Google) [5]. Основними трендами цифрової економіки є комп'ютеризація робочих місць і виробничого обладнання, використання сучасного програмного забезпечення в управлінні виробництвом і управлінні ресурсами, створення у бізнес-організаціях єдиного інформаційного простору для автоматизації систем управління та обміну інформацією. Успішна робота автоматизованих пристроїв залежить від людини, її компетенцій, цінностей, мотивацій. З'являється новий тип працівника, який володіє здібностями концептуального мислення, уміє накопичувати, генерувати і ефективно використовувати знання. Продуктивна праця такого працівника більшою мірою залежить від можливостей особистісного розвитку, умов праці, мотивації, соціально-психологічного клімату та моральних стимулів. Послугами праці таких людей неможливо користуватись без імплементації головних компонент гідної праці в трудові відносини, створення безпечних, ергономічних умов з гідною винагородою та формування сприятливого середовища реалізації індивідуальних інтересів та потреб. Відповідно має бути реалізована парадигма гідної праці в контексті сучасних тенденцій нової економіки. Головними генераторами цих процесів повинні стати бізнес-організації, успішна діяльність яких залежить від якості використання трудового потенціалу. Реалії сьогодення свідчать про те, що конкурентні переваги компаній безпосередньо пов'язані з можливостями освоєння новітніх технологій, інноваційних засобів управління та організації виробничих процесів, й в

основі цих процесів має бути закладена якість людського, інтелектуального та соціального капіталів.

Досвід таких великих світових компаній як Apple, Google, Amazon також підтверджує той факт, що гідна праця приносить відчутні економічні зиски, підвищує конкурентоспроможність, а люди та їх таланти перетворюються в головні, найбільш цінніші ресурси. Тому інтеграція українських підприємств до цивілізованого європейського економічного простору та розширення присутності на внутрішніх ринках має здійснюватись з урахуванням вищезазначених аспектів та процесів, реалізація яких вимагатиме позиціонування на засадах соціальної відповідальності, реалізації соціальних інвестицій, сприяння розвитку людського капіталу як на рівні власної компанії, так і в суспільстві. Ці процеси сприятимуть задоволенню потреб персоналу, зменшенню плинності кадрів, покращенню цінності бренду. Загалом, соціально відповідальні практики компаній забезпечують реальність наступним економічним ефектам:

- зростає прибуток, підвищуються темпи економічного зростання;
- підвищується інвестиційна привабливість;
- зменшуються поточні операційні витрати за рахунок скорочення відходів виробництва або їх переробки;
- зростає ефективність використання енергетичних ресурсів;
- покращується популяризація бренду і репутації компанії, що сприяє розвитку, відкриттю нових ринкових сегментів, розвитку пріоритетних напрямів бізнес-діяльності;
- ростуть обсяги реалізації продукції, покращується лояльність клієнтів;
- зростає виробнича продуктивність;
- відкриваються нові можливості залучення та утримання персоналу, оскільки люди віддають перевагу праці в організації, цінності якою збігаються з їхніми власними;
- з'являються можливості зменшення претензій зі сторони контролюючих державних органів;
- посилюється конкурентоспроможність.

Соціальна відповідальність бізнес-організації має реалізуватися у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Активна діяльність у зовнішньому середовищі має розвивати соціально відповідальні практики що демонструють основні цінності, принципи та ідеї, які популяризує бізнес-суб'єкт в суспільстві, сприяючи укріпленню

репутації, іміджу, бренду, посиленню конкурентоспроможності бізнес-організації.

Активна популяризація ідеї соціальної відповідальності бізнесу з боку науковців, просвітницька діяльність у цій царині може і повинна поєднуватися з елементами прямого та опосередкованого впливу на діяльність бізнес-організацій з боку держави, як соціального інституту, який має стимулювати діяльність компаній в інтересах суспільства.

Бізнес має бути мотивований не тільки до своєчасної сплати податків, а й до соціальних інвестицій у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Забезпечення конкурентоспроможності компаній в майбутньому головним чином буде обумовлено якістю внутрішніх соціальних інвестицій та увагою до соціальним потреб та інтересів персоналу. Важливим процесом має стати залучення співробітників до соціальних практик компанії, формування ефективної корпоративної культури, залучення персоналу до формування стратегії розвитку організації, її цінностей, філософії, кодексу поведінки.

### **References:**

1. Bowen H. R. (1953) *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 167 p.
2. Carroll A. B. (2004) Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge. *Academy of Management Executive*, vol. 18(2), pp. 118.
3. Davis K. (1960) Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, vol. 2 (3), pp. 71.
4. Future We Want – Outcome document. *The United Nations Conference on Sustainable Development in Rio de Janeiro from 20 to 22 June 2012*. Available at: <http://sustainabledevelopment.un.org/futurewewant.html>
5. Naidorozhchi brendu svitu 2022 roku [The most expensive brands in the world in 2022] (2022). Available at: <http://surl.li/gtyhp>

## СЕКЦІЯ 9. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Бортніков Г. П.**

*провідний науковий співробітник, кандидат економічних наук  
Державної навчально-наукової установи  
«Академія фінансового управління»  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-31>

### **ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ВИМІР ІНФЛЯЦІЇ<sup>1</sup>**

Світова спільнота в принципі досягла прогресу в уніфікації вимірювання інфляції. Цьому особливо сприяли зусилля МВФ та ОЕСР. Існує кілька показників інфляції, але найбільш популярним є індекс споживчих цін (ІСЦ). Як зазначає Держстат України, «ІСЦ несе велике політичне та соціальне навантаження, чим і пояснюється пильна увага до цього показника з боку всіх категорій споживачів» [1]. Національні органи статистики використовують настанови, які видали спільно МВФ, ОЕСР, МОТ, Єврокомісія та ООН – «Інструкція з індексу споживчих цін: теорія та практика» [2]. Важливість достовірного розрахунку темпів інфляції полягає у наступному: по-перше, інфляція є цільовим показником для монетарної політики центрального банку, по-друге, це один з важливих макроекономічних індикаторів, що свідчать про стан економічного розвитку, і по-третє, інфляція визначає вартість і рівень життя у країні, і використовується для індексації оплати праці, соціальних виплат, для зіставлень в розрізі країн. Середньостатистичні домогосподарства у країнах з високим рівнем достатку мають значно більші доходи і можливості витрат, ніж у країнах з низьким доходом на душу населення.

Споживчий кошик формується таким чином, щоб врахувати середньостатистичне споживання домогосподарств, а не витрати багатих чи бідних прошарків населення. Таким чином, споживча інфляція у неповній мірі відображає зростання вартості життя у країні

---

<sup>1</sup> Матеріал підготовлений в рамках проекту, що виконується за грантової підтримки Національного фонду досліджень України (реєстраційний номер: 2020.01/0546)

для різних верств населення. Наприклад, ІПЦ склав 110% (або приріст у 10 відсотків), але для родини з низькими доходами будуть зміни лише на 105%, оскільки включають ті товари, які вони споживають.

Національні органи статистики періодично переглядають споживчий кошик. Наприклад, Держстат України має робити це принаймні раз на 5 років, але якщо не виникає потреби робити це частіше.

Пандемія коронавірусу внесла суттєві зміни не лише у стиль життя громадян, але й також у поведінку в споживанні товарів і послуг. Зміни мали раптовий, вибуховий характер, супроводжуючи карантин та обмеження у споживанні певних товарів і послуг та навпаки – потребу у придбанні додаткових товарів (гігієнічних засобів, ліків) і послуг (лікування, оздоровлення після хвороби).

Нижче наведена статистика базується на періодичному обстеженні вибірки домогосподарств. Структура стандартного звіту з якості вибіркового обстеження населення ґрунтується на компонентах якості даних і процесів, рекомендованих Євростатом. Виміри якості статистичної продукції, рекомендовані Євростатом, включають: релевантність, надійність, своєчасність, доступність, ясність, порівнянність, узгодженість. Гармонізований індекс споживчих цін (ГІСЦ) складається Євростатом спільно з статистичними органами держав-членів Європейського Союзу [3]. Структура кошику для розрахунку ІСЦ враховує національні звички споживання, які можуть залежати від клімату, податків на продукти, стилю життя, культурних традицій та інших факторів (наприклад, доступності продуктів). Ваги продуктів регулярно оновлюються, щоб відобразити зміни в моделях споживчих витрат. Відповідно до закону, ваги оновлюються щороку [4].

Інфляційні очікування також регулярно відслідковуються багатьма центральними банками, і також є об'єктом впливу з боку органу монетарної політики, оскільки очікування зростання ці провокує зростання, і навпаки. Наприклад, це в особливій мірі проявляється у поведінці підприємств, які закладають очікувані темпи інфляції у ціну матеріалів та у ціну готової продукції. Результати порівняння розміру і структури витрат домогосподарств в Україні у 2020 році з 2019 роком наведені за кварталами, щоб показати високу мінливість.

Варто відзначити, у період спалаху пандемії:

– Суттєво скоротились витрати на алкогольні напої, одяг, взуття відпочинок, освіту, ресторани і готелі;



- Зросли витрати на зв'язок, утримання житла, охорону здоров'я;
- У четвертому кварталі явно спостерігається відновлення споживання до рівня 2019 року за винятком витрат на набуття освіти, харчування у закладах, проживання в готелях.
- Суттєвих структурних змін у споживанні не відбулось, але помітно зросла частка витрат на комунальні послуги, лікування та зв'язок.

Таблиця 1

### Структура споживчих витрат домогосподарств України

	Зміни до 4 кварталу 2019 р.				Структура грошових витрат	
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	4 кв. 2019	4 кв. 2020
Продукти харчування	-2,5%	-4,8%	1,0%	3,4%	48,3%	47,6%
Алкогольні напої	-5,9%	-23,8%	-15,2%	1,7%	1,5%	1,5%
Тютюнові вироби	3,1%	2,0%	8,9%	10,6%	2,5%	2,6%
Одяг і взуття	-30,3%	-40,0%	-14,9%	-6,8%	7,3%	6,5%
Житло, вода, енергія, газ	30,9%	-19,6%	-27,1%	16,2%	16,5%	18,3%
Техніка та утримання житла	-2,0%	12,5%	28,2%	23,2%	2,2%	2,6%
Охорона здоров'я	12,9%	-8,2%	16,4%	18,1%	4,4%	5,0%
Транспорт	-12,9%	0,2%	2,6%	-0,7%	4,5%	4,3%
Зв'язок	5,1%	12,1%	11,9%	24,0%	3,5%	4,2%
Відпочинок і культура	-10,3%	-37,6%	-17,7%	-3,3%	2,1%	2,0%
Освіта	2,4%	-60,8%	-14,5%	-9,0%	1,3%	1,1%
Ресторани та готелі	-31,9%	-62,2%	11,6%	-44,4%	2,6%	1,4%
Різні товари та послуги	-1,9%	3,6%	6,4%	2,3%	3,1%	3,0%
Споживчі грошові витрати	0,7%	-11,5%	-3,3%	5,0%	100,0%	100,0%
Продовольчі товари	-2,3%	-5,0%	0,9%	3,7%	52,3%	51,7%
Непродовольчі товари	8,5%	-19,8%	-17,1%	11,4%	29,8%	31,6%
Рослуги	-3,4%	-16,9%	7,8%	-2,0%	17,9%	16,7%

*Джерело: розраховано автором за даними «Витрати і ресурси домогосподарств України у 2020 році». – Статистичний збірник. – Київ, 2021 [5]*

Це привернуло увагу багатьох вчених щодо необхідності ревізії складових і ваги продуктів і послуг у кошику для адекватного відображення змін у цінах та вартості життя. Поряд з цим, поглибилися розбіжності між країнами з різним рівнем розвитку у даних про кількість захворювань, смертності, суворість і тривалість режиму карантину, охоплення щепленням, а вплив на соціальну сферу і на економіку був у широкому діапазоні від значного до несуттєвого. Практично в усіх країнах відбулись тектонічні зрушення не лише у структурі споживання, але й у способах споживання, наприклад, витрати на подорожі, відпочинок, навчання, лікування, а також потужний поштовх отримала Інтернет-торгівля, прискорила цифровізація фінансових послуг, поширилось дистанційне навчання. Все це ускладнило не лише вимірювання інфляції, але й порівняння рівня інфляції між країнами.

У часи карантину та соціальної ізоляції відбулися не тільки структурні зміни у споживчому кошику, але виникли технічні ускладнення для процесу збирання інформації шляхом опитування чи обстеження ринків органами статистики.

Слід також нагадати, що уряди здатні у різній мірі виділяти субсидії для збереження тарифів або надавати пільги так, щоб малозабезпечені верстви населення не страждали від подорожчання.

В умовах кризи від деяких товарів чи послуг домогосподарства можуть відмовлятися чи переходити на дешеві аналоги (менш якісні) або виготовляти їх у домашньому господарстві.

Слід розрізняти короткострокові зміни у структури та обсягу споживання від довгострокових зрушень. Варто враховувати, що у ряді великих країн – Індія та Китай – режим обмежень був тривалішим і суворішим, ніж у більшості країн. Навпаки, у багатьох африканських країнах він був дуже коротким та легким за заборонами. У низці республік колишнього СРСР його взагалі довго не визнавали (Білорусь, Туркменістан, Таджикистан). Тому поведінка у споживанні змінювалося з різною тривалістю, і це породжує питання щодо фіксації змін або визнання їх аномалією.

На наш погляд, під час карантину деякі зміни у споживанні стали незворотними. Наприклад, випереджаючими темпами зростають витрати на способи комунікації, послуги зв'язку, дистанційне управління банківськими рахунками, збільшились обсяги безготівкових розрахунків, впала частота відвідувань багатьох громадських місць, включаючи філіали банків та торгові центри, багато домогосподарств

перейшли на купівлю товарів в інтернеті, залишилось онлайн навчання у школах, замість відвідування кафе стає популярним замовлення доставки обідів, замість поїздок на громадському транспорті заради зменшення небезпеки нового зараження почастишали пішохідні прогулянки, використання електротранспорту, різко впали відвідування концертів та кінотеатрів, люди стали більше витратити на кабельне телебачення, відмовились від подорожив особливо у високою небезпекою нових епідемій. Багато фірм перевели основну частину персоналу на віддалену роботу (повністю або на кілька днів на тиждень), тому працівники знизили витрати на поїздки на роботу.

Це вимагає від органів статистики удосконалення методології для розрахунку індексу споживчих цін. Заслуговує більшої уваги вітчизняних вчених проблема коректного порівняння ІСЦ в розрізі країн.

### **Література:**

1. Доступно про статистику: індекс споживчих цін. Державна служба статистики України. Посібник для користувачів. Київ, 2018.
2. Consumer Price Index Manual: Theory and Practice 2004. URL: [https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/guides/cpi/CPI\\_Manual.html](https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/guides/cpi/CPI_Manual.html)
3. Harmonised index of consumer prices (HICP). URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/prc\\_hicp\\_esms.htm](https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/prc_hicp_esms.htm)
4. Inflation and consumer prices. URL: [https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic\\_and\\_sectoral/hicp/html/index.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/hicp/html/index.en.html)
5. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2020 році». Статистичний збірник. Київ. 2021.

**Боцман Ю. О.**  
*аспірант кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4338-322X>*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-32>*

## **СВІТОВА ПРАКТИКА ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ ТА ДЕРЖАВИ НА ВТОРИННОМУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

При первинному розміщенні неринкових зобов'язань переважають неконкурсні способи: індивідуальне розміщення, відкритий продаж, синдикат. Основними рисами неконкурсного розміщення є: встановлення ціни та прибутковості державних зобов'язань самим емітентом, або емітентом за погодженням з найбільшими учасниками ринку, та виплата емітентом винагороди або комісійному синдикату, відповідальному за розміщення випуску, або найбільшим посередникам, які займаються розміщенням держпаперів.

При індивідуальному розміщенні цінних паперів уряд (в особі міністерства фінансів) безпосередньо проводить переговори з одним чи декількома великими інвесторами, під час яких обумовлюються умови отримання державою кредиту під випуск боргових зобов'язань [1, с. 87].

Найбільш поширені неконкурсні способи розміщення держзобов'язань при фіксованій дохідності – продаж за підпискою та через синдикат. При відкритому продажу розміщення цінних паперів відбувається протягом певного періоду часу (від кількох тижнів до кількох місяців). Цінні папери продаються всім бажаючим на єдиних умовах, які публікуються заздалегідь (така практика існувала до середини 70-х рр. у США при розміщенні середньострокових та довгострокових казначейських зобов'язань) [2, с. 172]. У міру здійснення відкритого продажу умови його можуть коригуватися з урахуванням ринкової кон'юнктури.

Другим способом розміщення на основі фіксованої дохідності є практика розміщення державних позик через синдикат.

При реалізації ринкових випусків можливі такі форми первинної торгівлі: неконкурсне розміщення за фіксованою дохідністю (синдикат, рефінансування, підписка) та конкурсні (аукціонні) методи.

Домінування неконкурсних методів первинного розміщення як ринкових, і неринкових випусків у Німеччині, на відміну більшості країн із розвиненими ринками держпаперів, пояснюється особливостями фінансової системи Німеччини. Активний перехід до конкурсного розміщення спостерігається лише останні два роки. Німецький досвід цікавий спробами поєднання конкурсних і неконкурсних способів розміщення держпаперів, тобто вбудовування аукціонних принципів розміщення в традиційно модель синдикату, що історично склалася (розміщення держпаперів на аукціонних засадах серед учасників синдикату).

Особливості первинного розміщення через синдикат у Німеччині. Практика розміщення державних позик через синдикат є найбільш характерною для Німеччини, Швейцарії. У Німеччині федеральні облігації зазвичай розміщуються Федеральним консорціумом, очолюваним Бундесбанком (створений 1952 р.). До 1986 р. членами консорціуму були лише німецькі кредитні інститути. У 1990 р. склад учасників консорціуму було розширено з допомогою банків та брокерських будинків, що у власності іноземців. Їм була встановлена квота на розміщення у розмірі 20% випуску, 80% випуску, що залишилися, розподіляють німецькі дилери. У 1995 р. членами Федерального консорціуму були 95 кредитних інститутів, серед них 48 – іноземні [3].

Згідно з німецьким Законом Securities Prospectus Act (Wertpapierprospektgesetz, WpPG), який є впровадженням Директиви 2003/71/ ЄС про публікацію проспекту, коли цінні папери публічно пропонуються або допущені до торгів (зі змінами, включаючи поправки до Директиви 2010/73/ ЄС від 24 листопада 2010 р.), проспект необхідний, якщо боргові цінні папери публічно пропонуються в Німеччині. «Публічно пропонуються» означає повідомлення у будь-якій формі та будь-якими засобами з достатньою інформацією, щоб інвестор міг прийняти рішення про покупку або передплату цінних паперів. В інших випадках проспект не потрібен. Муніципальні (комунальні) облігації можуть пропонуватись для купівлі інвесторам як з публікацією проспекту, так і без публікації (якщо облігації пропонуються для задалегідь визначеного кола осіб).

До членів консорціуму висуваються суворі вимоги. Передбачається, що кредитний інститут має значний досвід роботи на ринку державних цінних паперів, що дозволяє йому ефективно розміщувати державні позики. Учасником консорціуму може бути лише установа, допущена до біржової торгівлі. Кредитний інститут повинен мати ліцензію Федерального управління банківського нагляду або, будучи місцевою філією іноземного банку, мати ліцензію на проведення операцій із цінними паперами у Німеччині. Специфікою розміщення державної заборгованості через синдикат є можливість переговорів та консультацій між органами, що регулюють ринок (Мінфіном та Національним банком та синдикатом про обсяг емісії, купонну ставку, дисконт) [4].

Нова процедура розміщення державних паперів у Німеччині є комбінацією традиційної процедури підписки та тендерного аукціону, Приватниками якого можуть бути тільки члени синдикату. Розміщення здійснюється у вигляді двох траншів. Перший транш має фіксовані умови, включаючи ціну випуску, і зазвичай розміщується серед членів синдикату. Усім членам надається фіксована частка випуску незалежно від умов. До 25% випуску залишається Бундесбанком з метою грошово-кредитного регулювання.

Другий транш розміщується на аукціонних принципах (шляхом подання заявок із зазначенням ціни) наступного дня після проведення першого траншу. При розміщенні довгострокових випусків (10-річних федеральних облігацій) до другого траншу допускаються тільки члени синдикату, а при розміщенні п'ятирічних спеціальних федеральних облігацій, казначейських нот, дисконтних казначейських зобов'язань до аукціону, що проводиться способом диференційованої ціни (див. – резиденти. За цим траншем комісійні не виплачуються. Два транші утворюють випуск із тотожними умовами, загальний обсяг якого оголошується Бундесбанком після розміщення. Точні пропорції співвідношення між двома траншами не встановлюються з метою повнішої відповідності обсягу випуску ринковим умовам.

Еволюція первинного розміщення ринкових випусків США. Спочатку розміщення через аукціон було притаманно короткострокових цінних паперів – казначейських векселів (Treasury Bills), що розміщуються на конкурсній (аукціонній) основі з моменту їх введення в практику в 1929 р.

Нині США всі види ринкових зобов'язань (казначейські векселі, казначейські ноти і казначейські облігації) розміщуються аукціонним

способом. Середньо- та довгострокові цінні папери (казначейські ноти та казначейські облігації) до 70-х рр. розміщувалися трьома основними способами: шляхом рефінансування – прямий обмін казначейських нот та облігацій (straight exchange), шляхом попереднього рефінансування (advance reading) та за підпискою. При рефінансуванні нот та облігацій казначейство дозволяло власникам випусків, що перебувають у зверненні, обмінювати їх на нові випуски з оголошеною ціною та купонною ставкою. Попереднє рефінансування відрізняється від прямого тим, що в цьому випадку зобов'язання можуть бути обмінені на нові навіть до терміну погашення.

При розміщенні за підпискою, оголосивши про випуск нової позики, казначейство збирало у приватних інвесторів заявки на передплату, а потім видавало дозвіл на продаж зазначеним установам або особам певної суми зобов'язань. Казначейство встановлювало відсотковий дохід за цінними паперами та продавало їх за фіксованою ціною. Ця система мала кілька недоліків.

Якщо інвестори вважали умови позики вигідними, то великі інвестори направляли казначейству заявки, що набагато перевершують їх попит, що гарантувало їм велику частку у передплаті найбільш вигідних випусків. У той же час обсяг фактично реалізованого попиту часто не досягав загальної суми зобов'язань, що продавалися. Не рідкісні випадки, коли сума заявок перевершувала оголошену пропозицію державних цінних паперів, але як тільки казначейство переходило до розміщення цих зобов'язань їх курс відразу падав нижче за паритет.

### **Література:**

1. Буднік М. М., Сабліна Н. В. Фінансовий ринок: конспект лекцій. Харків : Вид. ХНЕУ, 2014. 155 с.
2. Васильєва В. В., Васильченко О. Р. Фінансовий ринок: навч. посібн. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
3. Banking Industry Country Risk Assessment Update. URL: <https://www.globalcreditportal.com>
4. Костенко Т. А., Танська В. І. Банківська система України: сучасний стан, проблеми та напрямки розвитку. Банківська справа. Гроші, фінанси і кредит. Книга 1. 2016.

**Наконечна Н. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів та обліку  
Львівського державного університету внутрішніх справ  
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-33>

## **ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОТРИМАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ**

Сьогодення характеризується наявністю значних дестабілізуючих чинників глобального та регіонального характеру, які зумовлюють виникнення кризових явищ в економіці, політиці та суспільстві, внаслідок чого інтенсифікується розвиток тіньової економічної діяльності, посилюються ризики поширення корупції, активізується економічна злочинність, що призводить до накопичення значних обсягів нелегальних капіталів, які потребують узаконення та залучення в офіційний сектор економіки.

Дієвим інструментом перетворення злочинно одержаних коштів та активів являється легалізація (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, яка набуває особливої популярності та, як економічне негативне явище, стрімко розвивається в сучасних умовах нестабільності та невизначеності. Зростаючі тенденції поширення злочинної діяльності у сфері легалізації тіньових капіталів обумовлює необхідність пошуку ефективних методів, засобів та інструментів її запобігання та протидії, що стає можливим завдяки формуванню ефективної системи фінансового моніторингу.

Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» [1] дозволяє чітко регламентувати основні поняття, що стосуються визначення фінансового моніторингу:

- 1) фінансовий моніторинг;
- 2) державний фінансовий моніторинг;
- 3) первинний фінансовий моніторинг.



Фінансовий моніторинг вважається одним із ключових елементів національної системи протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, та фінансуванню тероризму, основні засади якого реалізуються на державному та первинному рівнях, які істотно відрізняються між собою особливостями правового регулювання, функціями, суб'єктами та об'єктами наглядової діяльності.

Дослідження, особливості та проблеми формування моделі фінансового моніторингу в Україні, знаходять своє відображення у працях багатьох вчених.

Так, Гаєвський І. [2] стверджує, що саме термін «фінансовий моніторинг» закладений в основі Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» [1], а також відображає всі права й обов'язки учасників національної системи фінансового моніторингу.

Натомість, автори Рекуненко І., Кобець Ж. та Швидько І. [3] переконують, що в умовах сьогодення істотно актуалізувалася проблема формування цілісної системи фінансового моніторингу, значення якого все більше посилюється під впливом викликів і небезпеки, ризиків і загроз та інтенсифікації дестабілізуючих чинників.

Відповідно до трактувань зазначених науковців, а особливо в умовах війни в Україні, фінансовий моніторинг є не лише міжнародним стандартом, а поступово трансформується в передумову ефективного подальшого соціально-економічного розвитку країни.

Необхідність постійного удосконалення моделі фінансового моніторингу на національному рівні та пошук нових методів й способів досягнення бажаних результатів щодо боротьби з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом, дозволяють отримати певні досягнення у даному керунку, адже ефективність діяльності національного підрозділу фінансової розвідки – Державної служби фінансового моніторингу України підтверджена міжнародними антилегалізаційними інституціями, а вітчизняне законодавство у даній сфері імплементовано до міжнародних стандартів, норм та вимог.

Проте, проблемними залишаються аспекти реалізації державної антилегалізаційної політики, формування дієвих заходів протидії даному деструктивному явищу та їх постійна модернізація у відповідності до викликів сучасності, особливо в умовах війни. Адже, існуючі тенденції соціально-економічного розвитку країни та посилення негативного впливу факторів воєнного характеру підтверджують

наявність низки деструктивних змін в економіці, політиці та суспільстві, що проявляються у зниженні рівня життя населення, їх соціальній незахищеності, а також у неспроможності протидіяти ризикам і загрозам, що виникають та загострюють свою дестабілізуючу дію.

Перед системою фінансового моніторингу України для успішного досягнення поставлених цілей виявляється є забезпечення стабільного, прозорого та ефективного функціонування усіх суб'єктів фінансового моніторингу та якісного виконання ними обов'язків й повноважень. Тому, вагомого значення набуває окреслення основних заходів, спрямованих на забезпечення підвищення параметрів якості діяльності суб'єктів фінансового моніторингу на державному рівні, основні з яких:

1) приведення внутрішніх нормативно-правових актів у відповідність до норм Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення»;

2) удосконалення механізму реалізації наглядової діяльності та забезпечення обов'язковості застосування ризик-орієнтованого підходу в процесі здійснення перевірок суб'єктів первинного фінансового моніторингу;

3) забезпечення якості підготовки аналітичних матеріалів щодо огляду судової практики розгляду справ, пов'язаних із легалізацією (відмиванням) злочинно одержаних доходів;

4) запровадження та забезпечення ефективного функціонування електронного кабінету системи фінансового моніторингу тощо [4].

Таким чином, основним засобом протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом є фінансовий моніторинг, який являється ефективним інструментом протидії злочинним діянням, що містять ознаки легалізації (відмивання) коштів й фінансових ресурсів, котрі одержані у протиправний спосіб. Сама ж реалізація основних організаційно-правових засад та принципів фінансового моніторингу здійснюється на державному та первинному рівнях через залучення до процесу його реалізації спеціально уповноважених суб'єктів. На державному рівні координаційну діяльність у сфері проведення фінансового моніторингу здійснює підрозділ фінансової розвідки, функції якого в Україні виконує Державна служба фінансового моніторингу України.

## Література:

1. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: Закон України від 06.12.2019 р. № 361-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20#Text>

2. Гаєвський І. М. Національна система фінансового моніторингу: сутність, роль та принципи. *Вісник Чернівецького факультету Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2016. Вип. 1. С. 45–57. URL: [http://jes.nuoua.od.ua/archive/1\\_2016/6.pdf](http://jes.nuoua.od.ua/archive/1_2016/6.pdf)

3. Рекуненко І. І., Кобець Ж. О., Швидько І. О. Особливості формування та застосування системи фінансового моніторингу в Україні. *Вісник СумДУ*. 2020. № 1. С. 104–117. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/78696>

4. Про затвердження Програми стратегічного розвитку Державної служби фінансового моніторингу України на період до 2024 року: Наказ МФУ від 17.01.2022 № 16. URL: <https://fiu.gov.ua/assets/userfiles/0350/strategy/16.pdf>

**Пастухов Д. А.**

*студент*

*Вінницького національного аграрного університету*

**Науковий керівник: Вдовенко Л. О.**

*доктор економічних наук, професор,*

*Вінницький національний аграрний університет*

*м. Вінниця, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-34>*

## **ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК СИСТЕМА ОТРИМАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ**

Банківські послуги відіграють важливу роль у забезпеченні фінансового добробуту громадян та розвитку економіки, вони створюють інфраструктуру для збереження та руху грошей, фінансових операцій та інвестицій.

Системою отримання банківських послуг через Інтернет є інтернет-банкінг, який надає зручний та доступний спосіб управління фінансами без необхідності фізичного відвідування банку. Він стає все більш популярним серед клієнтів банків, які шукають зручність та ефективність управління своїми фінансами.

На сьогоднішній день не існує однозначного визначення сутності поняття «інтернет-банкінг». Багато вчених розглядають його як діяльність банку з надання комплексу послуг. Так, Науменкова С. та Міщенко С. інтернет-банкінг вважають діяльністю банку з надання комплексу послуг клієнтам щодо електронного управління своїми рахунками через Інтернет [1, с.122].

Інтернет-банкінг з точки зору Яблонського С., являє собою форми банківських послуг та операцій, що здійснюються електронними засобами [2, с. 1216].

Значна частина науковців розглядає інтернет-банкінг як один із видів дистанційного обслуговування. Так, Руда О. під інтернет-банкінгом розуміє один з видів дистанційного банківського обслуговування, завдяки якому доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого комп'ютера, який підключений до Інтернету, а також який має стандартний браузер [3, с. 186].

Інтернет-банкінг, як вважає Шалига Т., є одним з елементів дистанційного обслуговування є альтернативним каналом взаємодії банку і клієнта [4, с. 289].

Інтернет-банкінг з точки зору Захаркіна О., Захаркіної Л. та Авраменко М. є методом дистанційного управління власним банківським рахунком за допомогою мережі Інтернет без використання спеціалізованого програмного забезпечення та необхідності особистої фізичної присутності у відділенні банківської установи [5, с. 174].

Виходячи з вищерозглянутих аспектів, вважаємо доцільним запропонувати власне визначення дефініції. Так, інтернет-банкінг є дистанційною формою банківської діяльності, яка дозволяє клієнту в онлайн-режимі отримувати інформацію та управляти коштами на банківському рахунку через мережу Інтернет за допомогою відповідних гаджетів.

Основними законодавчими документами, що впливають на регулювання інтернет – банкінгу є: Закони України «Про банки і банківську діяльність», «Про платіжні послуги», «Про електронні комунікації», «Про електронні довірчі послуги», «Про захист персональних даних», Постанови Національного банку України «Про затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в національній валюті користувачів платіжних послуг», «Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» тощо.

Взагалі, становлення інтернет-банкінгу у світі було важливим етапом в розвитку фінансових послуг. Першопрохідниками у сфері банкінгу стали американські Citibank, Chase Manhattan, Chemical та Manufacturers Hanover, які у 1981 році за допомогою системи videotex надали клієнтам можливість дистанційно перевіряти рахунки. Для цього потрібні були клавіатура, екран (звичайний телевізор) та телефонний зв'язок [6].

Ідея створення інтернет-банкінгу як системи виникла в США (18 жовтня 1995 р. вона була вперше презентована банківською установою Security First Network Bank) [7, с. 259].

Український банківський сектор почав опановувати нові технології лише на межі 1990–2000 рр. Поступово інтернет-банкінг став все популярнішим і зручнішим для клієнтів, що дозволяє здійснювати різні банківські операції через Інтернет. За останні кілька років інтернет-банкінг в Україні зазнав великого розвитку, інноваційні технології та безпекові заходи додали додаткових переваг.

На початку 2023 р. дослідження MasterCard на замовлення Mastercard показало, що майже 94% власників карток користуються цифровим банкінгом. При цьому 75% з них надають перевагу саме мобільним застосункам [6].

Найпопулярнішими операціями за допомогою інтернет-банкінгу у 2023 році є:

- поповнення мобільного рахунку;
- перекази між картками;
- оплата комунальних послуг;
- донати (30% користувачів за допомогою онлайн-банкінгу переказують кошти на допомогу ЗСУ) [6].

На нашу думку, очевидними перевагами інтернет-банкінгу в Україні можна назвати: мінімальні витрати на обслуговування – зменшення собівартості послуг); зручність – здійснення банківських операцій з будь-якого місця з доступом до Інтернету; операції 24/7 – здійснення цілодобових операцій, навіть поза робочим часом банківських відділень; контрольованість – повний контроль над фінансами; економія часу – відсутність черг та поїздок, швидкість операцій; можливості оплати – оплата комунальних платежів, інтернет-послуги, мобільний зв'язок тощо безпосередньо через інтерфейс інтернет-банкінгу; перекази коштів – здійснення переказів між власними рахунками, іншими клієнтами банку та на рахунки інших банків; інвестиції – можливість здійснювати інвестиційні операції, купувати акції та інші фінансові інструменти; особлива увага безпеці інтернет-банкінгу.

Окрім переваг інтернет-банкінгу необхідно виділити основні недоліки, до яких можна віднести: технічні проблеми – інтернет-банкінг стикається з технічними помилками, перебоями або обмеженнями доступу, що тимчасово унеможливають клієнтам здійснення операцій або отримання інформації; залежність від Інтернету; ризик шахрайства та кібератак; складність використання, особливо для осіб старшого віку, які не дуже розуміються у технологіях; відсутність особистого контакту з банківським персоналом, особливо якщо виникають складні питання або проблеми; обмежені операції – деякі більш складні банківські операції можуть бути обмежені або недоступні через інтернет-банкінг, і для їх здійснення може знадобитися особистий візит до банку.

Для вдосконалення інтернет-банкінгу в Україні необхідно запропонувати наступні заходи:

- забезпечити високий рівень кібербезпеки (багатофакторна аутентифікація, моніторинг підозрілої активності та навчання користувачів правилам кібербезпеки);
- створення зручного та легкого у використанні інтерфейсу для клієнтів (оптимізація додатків та веб-сайтів, розробка інтуїтивних меню та функцій);
- постійне оновлення та розширення функціоналу інтернет-банкінгу (здійснення різних типів платежів, купівля інвестиційних продуктів та доступ до фінансової статистики);
- забезпечення мультимовності для доступності різним категоріям населення;
- забезпечення ефективної підтримки клієнтів (онлайн-чати, електронна пошта, телефон для вирішення питань та проблем);
- використання новітніх технологій (штучний інтелект, блокчейн тощо);
- співпраця з компаніями та стартапами для створення цікавих інноваційних рішень у сфері інтернет-банкінгу.

Впровадження запропонованих заходів допоможе покращити інтернет-банкінг в Україні та забезпечити зручність та безпеку для користувачів.

**Висновки.** Необхідно зауважити, що інтернет-банкінг є невід'ємною частиною фінансового сектору України, однак існує низка проблем та невизначеностей, які уповільнюють розвиток інтернет-банкінгу або перешкоджають йому, зокрема недосконалість нормативно-правової бази, недовіра людей до банківської системи, страх втрати коштів. Основними заходами, що допоможуть забезпечити успішне функціонування інтернет-банкінгу є: високий рівень кібербезпеки, зручний та легкий інтерфейс, оновлення функціоналу, мультимовність, ефективна підтримка клієнтів, різноманітні новітні технології.

### **Література:**

1. Науменкова С. В., Міщенко С. В. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 532 с.
2. Yablonsky S. E-finance services in Russia. *Encyclopedia of E-Commerce Development. Implementation and Management. IGI Global*. 2016. P. 1215–1228.
3. Руда О. Інтернет-банкінг – базовий інструмент на ринку фінансових послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 12. Ч. 2. С. 185–188.

4. Шалига Т. С. Дистанційне банківське обслуговування роздрібних клієнтів: монографія. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2013. 412 с.
5. Захаркін О. О. Роль інтернет-банкінгу в розвитку ринку фінансових послуг. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 173–177.
6. Бурда В. Технологічна експансія. Як інтернет, мобільний зв'язок та онлайн-банкінг підкорили українців. 2023. URL: <https://nashkiev.ua/technology/tehnologichna-ekspansiya-yak-internet-mobilnii-zvyazok-ta-onlain-banking-pidkorili-ukraintsiv> (дата звернення: 05.09.2023).
7. Жаворонок А. В., Вікнянський А. О. Нетрадиційні банківські операції та послуги: передумови виникнення та розвиток. *Гроші, фінанси і кредит*. 2018. Вип. 21. С. 257–261.



**Погорільська В. В.**  
*студентка факультету обліку і аудиту*  
*Вінницького національного аграрного університету*  
*м. Вінниця, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-35>*

## **ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ БАНКУ**

На сьогоднішній день перед сучасними банками постає низка пріоритетних завдань, серед яких ключовими є забезпечення стійкості та підвищення ефективності на фінансовому ринку, що є важливою передумовою для стабільного функціонування та подальшого розвитку банківського сектору України. Важливим аспектом є також оцінка показників ефективності управління капіталом у банківській діяльності, що представляє собою складне та багатогранне завдання. Це питання охоплює всі напрями банківського бізнесу і піддається впливу різноманітних зовнішніх та внутрішніх чинників.

Необхідно враховувати, що дослідження даного питання має важливість не тільки для окремого банку, але й для всієї банківської системи в цілому. Саме тому аналіз основних показників ефективності управління капіталом є в центрі уваги як вчених, так і практикуючих банкірів. Більшість досліджень, присвячених цій темі, фокусується на вирішенні конкретних завдань, пов'язаних із підвищенням окремих показників чи напрямів роботи банку та аналізі виробничої діяльності банків. У цьому контексті, визначення основних показників, що характеризують розвиток банківського бізнесу, та виявлення факторів, що впливають на його капітал, є вельми доцільним завданням.

Ефективність діяльності банку, як суб'єкта бізнесу, визначається у результаті порівняння показників доходів та витрат, витрачених на отримання цих доходів. Вона досягається, коли банк з наявних фінансових та інших ресурсів отримує більший результат діяльності (прибуток), окупивши витрати на надання послуг клієнтам і забезпечення належного функціонування банку [1].

Управління капіталом банку – це процес, що забезпечує оптимальне використання ресурсів банку для досягнення стратегічних цілей та забезпечення стійкості фінансового стану банку. Оцінка

ефективності управління капіталом банку, як правило, ґрунтується на дослідженні багатьох показників.

Відомий економіст Васюренко О. В. головними критеріями ефективності управлінської діяльності вважає, як мінімум, виконання обов'язкових економічних нормативів і досягнення високих поточних і глобальних оціночних показників, які багато в чому визначаються на якісному рівні («набагато перевищують», «достатній рівень» і т.п.) [2].

Серед великої кількості показників ефективності банків, які застосовуються у банках, варто звернути увагу на ті, що відображають досягнення основних стратегічних цілей банків та можуть бути розраховані з використанням статистики Національного банку України.

Традиційно основними вимірниками економічної ефективності діяльності банків виступають показники рентабельності, причому особлива увага приділяється моделі Дюпона, що відома також як методика декомпозиційного аналізу прибутковості власного капіталу [3]. Дана модель включає аналіз п'яти коефіцієнтів: рентабельність власного капіталу, прибутковість активів, мультиплікатор капіталу, чиста маржа прибутку та доходність активів. Ці критерії дають можливість досліджувати ефективність управління капіталом банку в контексті взаємозв'язку ефективності використання власного капіталу, управління активами та ризиками, пов'язаними зі структурою джерел фінансування банківських операцій. Враховуючи важливість цього підходу для аналізу ефективності банку, слід відзначити його переваги: простота розрахунків, універсальність застосування, можливість аналізу груп банківських інститутів, факторний характер для дослідження причин та характеру змін ефективності, а також можливість порівняння ефективності банку з альтернативними інвестиціями в інші галузі економіки.

Проте, існує велика кількість інших різноманітних теорій, що стосуються оцінювання ефективності управління ресурсами банківських установ.

Проаналізувавши сучасну літературу в сфері банківської діяльності мною було виділено такі основні найважливіші показники ефективності управління капіталом банку:

– *Рентабельність власного капіталу (ROE)* – це відношення чистого прибутку до середньорічної величини власного капіталу. Формула ROE: Чистий прибуток / Власний капітал \* 100%. Даний показник характеризує відсоток прибутковості власного капіталу і є критерієм ефективності інвестування коштів власників у банк;

– *Рентабельність активів (ROA)* визначається як відношення чистого прибутку до середньої за період (середньорічної) вартості активів за такою формулою:  $ROA = (\text{Чистий прибуток} / \text{Загальні активи}) * 100\%$ . Даний показник вказує на ефективність використання активів для генерації прибутку. Але у зв'язку з тим, що не всі активи приносять дохід, деякі банки в процесі аналізу прибутковості своєї діяльності деталізують показник процентної прибутковості активів, для розрахунку якого беруть робочі активи:  $ROA = (\text{Чистий прибуток} / \text{Робочі активи}) * 100\%$ ;

– *Кредитний ризик* – це показник, який вказує на якість кредитного портфеля банку та ризик неповернення кредиту. Він є важливим для забезпечення стабільності кредитного портфеля та уникнення значних фінансових втрат;

– *Коефіцієнт ліквідності* – показник, який характеризує спроможність банку перетворити свої активи на наявні гроші з метою задоволення вимог власників щодо отримання вкладів і потреб клієнтів у позичках. Цей коефіцієнт залежить від розмірів, спеціалізації банків та політики центрального банку. Національний банк України (НБУ) встановлює комерційним банкам показники ліквідності у вигляді нормативного співвідношення між активами і зобов'язаннями банку з урахуванням терміну їх погашення й можливості реалізації активів [4].

Отже, ефективне управління капіталом є важливим аспектом для успішності банківської діяльності та вимагає постійної уваги від керівників установи. Для оцінки ефективності управління капіталом банку необхідно завжди глобально оцінювати фінансові показники, які є вагомою частиною аналізу і дають змогу визначати слабкі місця та знаходити джерела зростання доходів банків, а також слугувати базою для прийняття рішень щодо стратегії майбутнього розвитку.

### **Література:**

1. Пась Я. І. Основні показники ефективності управління розвитком банківського бізнесу в Україні. *Вісник ХДУ*. 2021. № 43 С. 72–80.

2. Волкова В. В. Концепція вдосконалення механізму управління капіталізацією банків у сучасних умовах. *Економічний вісник Донбасу*. 2008. № 4. С. 169–178.

3. Гуляєва Л. П., Ніколенко Ю. В. Економічна ефективність діяльності банків в Україні. *Теорії мікро-макроекономіки*. 2008. Вип. 28. С. 299–309.

4. Осауленко О. Г., Васечко О. О., Пугачова М. В. та ін. Статистичний словник / за ред. д-ра держ. упр., проф., член-кор. НАН України О. Г. Осауленка; НТК статистичних досліджень. Київ : ДП «Інформ.-аналіт. Агентство», 2012. 498 с.

## СЕКЦІЯ 10. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

**Брайко В. С.**

*аспірант кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування  
Університету митної справи та фінансів  
м. Дніпро, Україна*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-36>*

### **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АУДИТІ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Сучасне бізнес-середовище є надзвичайно складним і змінним. Підприємства стикаються з різними викликами та ризиками, такими як економічні кризи, природні катастрофи, кібератаки, зміни в законодавстві та інші непередбачені події. Для забезпечення стійкості та безперервності своєї діяльності суб'єкти господарювання повинні розробляти та впроваджувати стратегії безперервності діяльності. Однак ефективність цих стратегій може бути суттєвою порушена без належного аудиту безперервності діяльності.

Відповідно до положень Міжнародного стандарту аудиту «Безперервність» підприємство є безперервно діючим у разі продовження своєї діяльності у передбачуваному майбутньому, відсутності наміру ліквідації чи припинення діяльності [1].

Дослідженню оцінки принципу безперервності діяльності підприємств присвятили свої праці Петрик О. А., Редченко К. І., Рудницький В. С. та ін. [2–4].

На сьогодні проблемним питанням є визначення теоретичних підходів до впливу корпоративного управління, включаючи стратегічне прийняття рішень, структуру управління, політику ризику та відносини зі стейкхолдерами, на процеси оцінки можливості продовження діяльності суб'єктів господарювання. Дана оцінка є ключовим елементом аудиторських процедур та має суттєвий вплив на фінансову звітність підприємства, його інвестиційну привабливість, та репутацію.

Роль корпоративного управління в аудиті безперервності діяльності є надзвичайно важливою, оскільки ефективне управління корпоративними процесами може визначати успішність підприємства в умовах несприятливих подій та кризових ситуацій. Нижче розглянемо, як корпоративне управління впливає на аудит безперервності діяльності та ключові фактори, які слід враховувати:

- стратегічне планування і ризик-орієнтований підхід: корпоративне управління повинно визначати стратегії та цілі підприємства, а також ідентифікувати можливі ризики; це надасть аудиторам інформацію для оцінки ризиків та розробки адекватного плану аудиту безперервності;

- внутрішній контроль і процеси безперервності діяльності: корпоративне управління визначає політики та процедури внутрішнього контролю та безперервності діяльності; Аудитори повинні оцінювати їхню ефективність та відповідність стандартам;

- фінансова звітність та документування: корпоративне управління відповідає за підготовку фінансової звітності та зберігання важливої документації; аудитори повинні мати доступ до цієї інформації для перевірки її достовірності та вичерпності;

- захист ресурсів: корпоративне управління повинно забезпечити захист активів та даних підприємства; аудитори повинні оцінювати, як ці заходи впливають на стійкість діяльності та надійність фінансової звітності;

- підзвітність та комунікація: корпоративне управління повинно забезпечити правильне звітування перед акціонерами та іншими зацікавленими сторонами; аудитори мають оцінити, як ця комунікація впливає на адекватність відображення інформації в фінансовій звітності;

- відповідність чинному законодавству і стандартам: корпоративне управління повинно дотримуватися всіх відповідних законів та стандартів; аудитори перевіряють чи відбувається це належним чином.

Розуміння та оцінка ролі корпоративного управління є важливими для аудитора при проведенні аудиту безперервності, оскільки це допомагає визначити, наскільки ефективно підприємство готується до можливих загроз та кризових ситуацій. Аудитори повинні співпрацювати з керівництвом підприємства та іншими зацікавленими сторонами, щоб забезпечити адекватну оцінку безперервності діяльності та зробити відповідні висновки.

### **Література:**

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (частина 1), виданий Міжнародною федерацією бухгалтерів і Аудиторською палатою України (видання 2018 р.) URL: <https://www.iaasb.org/publications/2018-0> (дата звернення: 16.09.2023).

2. Петрик О. А. Аудит : методологія і організація: монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 260 с.

3. Редченко К. І. Контроль і аудит на стратегічному рівні управління підприємством : монографія. Львів : Львівська комерційна академія, 2011. 360 с.

4. Рудницький В. С. Методологія і організація аудиту : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 1998. 196 с.

# СЕКЦІЯ 11. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

**Гужва В. М.**

*кандидат економічних наук, професор кафедри  
інформаційних систем в економіці  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-37>

## **ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЗРІЛОСТІ**

Цифрова трансформація є сьогодні загальновизнаним трендом розвитку соціально-економічних систем. Відправною точкою для здійснення цифрових перетворень є оцінка реального стану речей на підприємствах та в організаціях – оцінка їх зрілості до цифрової трансформації.

Моделі оцінки зрілості дозволяють організаціям оцінити свої сильні та слабкі сторони в контексті цифрової трансформації і визначити області, в яких потрібно зробити покращення. Вони також допомагають створити стратегію цифрової трансформації та визначити пріоритетні напрямки дій.

Розглянемо деякі приклади моделей оцінки зрілості щодо здійснення цифрової трансформації.

1. *Deloitte Digital Transformation Maturity Model*. Ця модель допомагає організаціям зрозуміти, на якому етапі вони перебувають на шляху цифрової трансформації, і надає вказівки щодо прогресу та досягнення цілей цифр складається з п'яти етапів або рівнів зрілості, кожен з яких представляє різний рівень цифрової трансформації [1]:

1) *Базовий*: на цьому етапі організації мають обмежені цифрові можливості та лише почали вивчати цифрові технології. Можливо, вони запровадили деякі основні цифрові ініціативи, але їм бракує цілісної цифрової стратегії.

2) *Опортуністичний*: організації на цьому етапі визначили потенціал цифрових технологій і почали експериментувати з пілотними проектами. Можливо, вони впровадили цифрові рішення в певних сферах, але не мають всебічної дорожньої карти цифрової трансформації.

3) *Систематичний*: на цьому етапі організації мають більш структурований підхід до цифрової трансформації, мають чітку цифрову стратегію та дорожню карту реалізації і почали інтегрувати цифрові технології в різні функції та процеси.

4) *Стратегічний*: організації на цьому етапі досягли вищого рівня зрілості у своїх зусиллях щодо цифрової трансформації та мають чітко визначену цифрову стратегію, узгоджену із загальною бізнес-стратегією. Вони масштабно впровадили цифрові технології та почали помічати значний вплив на бізнес.

5) *Інноваційний*: на найвищому рівні зрілості організації повністю охопили цифрову трансформацію та стали цифровими лідерами у своїй галузі. Вони постійно впроваджують інновації та використовують новітні технології для стимулювання зростання бізнесу та конкурентної переваги.

**2. IDC Digital Transformation Maturity Model.** Модель, розроблена компанією International Data Corporation (IDC), складається з п'яти етапів або рівнів зрілості, кожен з яких представляє різний рівень цифрової трансформації [2]:

1) *Спеціальний*: на цьому етапі організації мають обмежені ініціативи цифрової трансформації або взагалі не діють. Вони можуть мати деякі базові цифрові можливості, але не інтегровані та не узгоджені із загальною бізнес-стратегією.

2) *Опортуністичний*: організації на цьому етапі почали вивчати цифрові технології та експериментувати з пілотними проектами. Можливо, вони впровадили деякі цифрові рішення, але такі рішення ще не повністю інтегровані чи масштабовані в масштабах організації.

3) *Повторюваність*: на цьому етапі організації встановили більш структурований підхід до цифрової трансформації – визначили процеси та методології впровадження цифрових ініціатив і почали бачити певні відчутні результати.

4) *Керований*: організації на цьому етапі досягли вищого рівня зрілості у своїх зусиллях з цифрової трансформації. У них є чітко визначена цифрова стратегія та структура управління. Вони активно керують і вимірюють вплив цифрових ініціатив на бізнес-результати.



5) *Оптимізований*: на найвищому рівні зрілості організації повністю інтегрували цифрові технології у свої бізнес-операції та культуру. Вони мають цілісний підхід до цифрової трансформації, зосереджуючись на постійному вдосконаленні та інноваціях. Вони використовують такі передові технології, як штучний інтелект, машинне навчання та аналітика, щоб стимулювати трансформацію бізнесу та залишатися попереду конкурентів.

3. ***Gartner Digital Transformation Maturity Model***. Модель компанії Gartner також складається з п'яти етапів або рівнів зрілості, що представляють різні рівні цифрової трансформації [3]:

1) *Етап 1: Ініціювання*. На цьому етапі організації тільки починають свій шлях цифрової трансформації. Вони визнали необхідність змін, але ще не зробили значних кроків у напрямку цифрової трансформації. Можуть бути зони експериментів або пілотних проєктів, але немає комплексної стратегії чи дорожньої карти.

2) *Етап 2: Експеримент*. Організації на цьому етапі почали експериментувати з цифровими технологіями та ініціативами, досліджують потенціал цифрової трансформації та, можливо, запровадили деякі цифрові рішення в певних сферах. Однак ці ініціативи часто є ізольованими та не мають єдиної стратегії.

3) *Етап 3: Масштабування та вдосконалення*. На цьому етапі організації вийшли за рамки експериментів і зосередилися на масштабуванні та вдосконаленні своїх цифрових ініціатив. Вони мають більш структурований підхід до цифрової трансформації та починають помічати певний вимірний вплив на бізнес. Також може бути розпочате інвестування в розвиток цифрових можливостей і навичок всередині організації.

4) *Етап 4: Інтеграція та оптимізація*. Організації на цьому етапі досягли вищого рівня зрілості у своїх зусиллях з цифрової трансформації та успішно інтегрували цифрові технології у свої основні бізнес-операції та процеси. Вони використовують дані та аналітику, щоб отримати інформацію та оптимізувати ефективність бізнесу.

5) *Етап 5: Трансформація та руйнування*. На найвищому рівні зрілості організації повністю перейняли цифрову трансформацію та використовують її для суттєвої трансформації та руйнування бізнесу. Вони мають культуру інновацій та гнучкості, а цифрові технології глибоко впроваджені в їхню бізнес-стратегію та діяльність. Вони постійно досліджують нові технології та бізнес-моделі, щоб випередити конкурентів.

4. *MIT Digital Transformation Maturity Model* – ця модель розроблена Школою менеджмента Слоуна Массачусетського технологічного інституту [4]. Модель має чотири рівні зрілості – початковий, експериментальний, систематичний та стратегічний. Вона оцінює зрілість організації в таких аспектах, як лідерство, організаційна культура, технології та процеси.

5. *Capgemini Digital Transformation Maturity Model*. Ця модель розроблена міжнародною консалтинговою компанією Capgemini [5]. Вона допомагає організаціям зрозуміти їхній поточний стан цифрової зрілості та надає вказівки щодо прогресу та досягнення цілей цифрової трансформації. Модель зрілості цифрової трансформації Capgemini складається з п'яти етапів:

1) *Ініціація*: на цьому етапі організації перебувають на ранніх стадіях цифрової трансформації. Вони усвідомили необхідність змін і почали досліджувати цифрові технології та їхній потенційний вплив на бізнес. Однак цифрові ініціативи часто є випадковими і ще не повністю інтегровані в загальну бізнес-стратегію.

2) *Експеримент*: на цьому етапі організації активно експериментують із цифровими технологіями та рішеннями. Вони проводять пілотні проекти та перевіряють концепцію, щоб перевірити доцільність і цінність цифрових ініціатив. Однак ці ініціативи часто обмежені за обсягом і не можуть бути повністю масштабованими чи інтегрованими в ширші бізнес-операції.

3) *Масштабування та інтеграція*: на цьому етапі організації успішно масштабують та інтегрують цифрові ініціативи у свої бізнес-операції. Вони розробили чітку цифрову стратегію та дорожню карту та впроваджують цифрові технології в різні функції та процеси. Проте все ще можуть існувати певні розбіжності та неузгодженості в реалізації, і організація може зіткнутися з проблемами повного усвідомлення цінності цифрової трансформації.

4) *Оптимізація*: на цьому етапі організації досягли високого рівня цифрової зрілості та зосереджені на оптимізації своїх цифрових операцій. Вони створили структури та процеси цифрового управління та постійно вдосконалюють та оптимізують свої цифрові ініціативи. Вони використовують дані та аналітику, щоб приймати обґрунтовані рішення та покращувати ефективність бізнесу.

5) *Трансформація*: на найвищому рівні зрілості організації повністю трансформували свої бізнес-моделі та операції за допомогою

цифрових технологій. Вони мають культуру інновацій та спритності та постійно досліджують нові цифрові можливості.

6. *McKinsey Digital Transformation Maturity Model* – ця модель розроблена глобальною консалтинговою компанією з менеджменту McKinsey [6], Ключовими моментами моделі цифрової зрілості McKinsey є:

1) *Цифровий коефіцієнт*. Це власний показник McKinsey для оцінки цифрової зрілості. Він надає об'єктивний орієнтир, який організації можуть використовувати для оцінки своїх цифрових можливостей.

2) *Об'єктивна оцінка*. Цифровий коефіцієнт базується на об'єктивних критеріях, що дозволяє організаціям отримати точну оцінку їх цифрової готовності.

3) *Фінансова кореляція*. Дослідження McKinsey показують, що існує кореляція між показником цифрового коефіцієнту компанії та її фінансовими показниками. Вища цифрова зрілість, як правило, призводить до кращих фінансових результатів.

4) *Рекомендації щодо вдосконалення*. Оцінюючи свій цифровий коефіцієнт, організації можуть визначити сфери, де вони можуть покращити свої цифрові стратегії, процеси та технології.

5) *Комплексне вимірювання*. Цифровий коефіцієнт враховує різні аспекти цифрової зрілості, зокрема впровадження технологій, цифрову стратегію та цифрову культуру.

6) *Допомога організаціям у процвітанні*. Модель цифрової зрілості McKinsey має на меті допомогти організаціям процвітати в епоху цифрових технологій, допомагаючи їм стати більш гнучкими, інноваційними та конкурентоспроможними.

7) *Запатентований інструмент*. Хоча точні деталі цифрового коефіцієнту є власністю McKinsey, це цінний ресурс для компаній, які прагнуть ефективно здійснювати цифрову трансформацію.

Розглянуті моделі є лише кількома прикладами, існує багато інших моделей оцінки зрілості організацій до цифрової трансформації, які можуть бути використані в залежності від конкретних умов.

### **Література:**

1. Digital Maturity Model Achieving digital maturity to drive growth.  
URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/deloitte-digital-maturity-model.pdf>

2. IDC Future IT Maturity Assessment. URL: <https://www.idc.com/itexecutive/planning-guides/maturity-assessment>

3. Use Gartner's Digital Business Maturity Model to Plan Your Digital Business Acceleration. URL: <https://www.gartner.com/en/documents/3996808>

4. Digital Maturity, Not Digital Transformation. URL: <https://sloanreview.mit.edu/article/digital-maturity-not-digital-transformation>

5. Digital maturity. URL: <https://www.capgemini.com/no-no/insights/research-library/digital-maturity>

6. Three snapshots of digital transformation. URL: [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Three%20snapshots%20of%20digital%20transformation/Three\\_snapshots\\_of\\_digital\\_transformation.pdf](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Three%20snapshots%20of%20digital%20transformation/Three_snapshots_of_digital_transformation.pdf)

## НОТАТКИ

## **НОТАТКИ**

## НОТАТКИ

Наукове видання

# **Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку в контексті євроінтеграції України**

**ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**22 вересня 2023 року**

*Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей. Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакції.*

Матеріали друкуються за авторською редакцією.

Адреса редакції:  
Французький бульвар 24/26, к. 38А, м. Одеса, Україна, 65082.  
Кафедра світового господарства і міжнародних економічних відносин,  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова.

Підписано до друку 29.09.2023. Формат 60×84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times. Цифровий друк.  
Ум.-друк. арк. 9,3. Тираж 100. Замовлення № 1023-041.  
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано: ТОВ "Liha-Pres"  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 6423 від 04.10.2018 р.  
Україна, м. Львів, 79012, вул. Кастелівка, 9  
Польща, м. Торунь, 87-100, вул. Лубіцка, 44  
Тел. +38 (050) 758 14 36