

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-
ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**
**INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**Актуальні проблеми економіки
та суспільства в сучасному світі**

**Current issues of the economy
and society in the modern world**



**26 квітня 2024 р.
м. Черкаси, Україна**

**April 26, 2024
Cherkasy, Ukraine**



**EASTERN EUROPEAN
CENTER FOR SCIENTIFIC
RESEARCH**

Міжнародна науково-
практична конференція

**Актуальні проблеми
економіки та суспільства
в сучасному світі**

Матеріали

26 квітня 2024 р.

м. Черкаси, Україна



**EASTERN EUROPEAN
CENTER FOR SCIENTIFIC
RESEARCH**

International scientific
and practical conference

Current issues of the economy and society in the modern world

Proceedings

April 26, 2024

Cherkasy, Ukraine

УДК 33

Актуальні проблеми економіки та суспільства в сучасному світі : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Східноєвропейський центр наукових досліджень (Черкаси, 26 квітня 2024 р). Research Europe, 2024. 146 с.

До збірника ввійшли матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Актуальні проблеми економіки та суспільства в сучасному світі", яка відбулася 26 квітня 2024 року. Збірник розрахований на науковців, освітян, студентів, державних службовців, представників бізнесу та широку громадськість.

Робочі мови конференції: українська та англійська.

Публікується в авторській редакції

Матеріали збірника подаються в авторській редакції та публікуються мовою оригіналу. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність наведених фактів, власних імен, цитат, статистичних даних, галузевої термінології та іншої інформації.



Відповідно до Закону України "Про авторське право і суміжні права", при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

**Research
Europe.org**



© Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2024
© Research Europe, 2024

Офіційний сайт: researcheurope.org

UDC 33

Current issues of the economy and society in the modern world : proceedings of the International scientific and practical conference / Eastern European Center for Scientific Research (Cherkasy, 2024, April 26). Research Europe, 2024. 146 p.

The collection includes the proceedings of the International scientific and practical conference "Current issues of the economy and society in the modern world", which took place on 26th April 2024. The collection is aimed at scientists, educators, students, government officials, business representatives, and the wider public.

Working languages of the conference: Ukrainian and English.

Published in the author's edition

The collection's proceedings are presented in the author's edition and published in the original language. The authors of published materials hold complete responsibility for the precision of facts, proper nouns, quotes, statistical data, industry terminology, and other information presented.



According to the Ukrainian Law on Copyright and Related Rights, it is mandatory to cite the authors when using scientific ideas and materials from this collection.

**Research
Europe.org**



© Eastern European Center
for Scientific Research, 2024
© Research Europe, 2024

Official website: researcheurope.org

ЗМІСТ
TABLE OF CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

SECTION 1. ECONOMICS

Боковець В. В., Канащук М. В., Малевич Д. А.

Інноваційна активність України в сучасних умовах. 10

Вітютін В. Є.

Трансформація бізнес-процесів в умовах диджиталізації. 13

Гуменюк Є. В.

Особливості економічного розвитку національної економіки у післявоєнний період. 16

Дячок О. Р.

Методика економічного аналізу криптовалютних операцій суб'єктів господарювання. 21

Микитенко В. В.

Вимоги та умови реалізації на практиці домінант концепту системного упорядкування природно-господарських відносин. 23

Нагорний В. В.

Теоретичні аспекти соціалізації бізнесу. 28

Силенко М. Ф.

Трансформація державної регіональної політики: від субсидювання до децентралізації влади і взаємодії на основі партнерства. 33

Ткачук Х. В., Єрко І. В.

Інфраструктура підприємств готельного та ресторанного господарства. 36

Хохлова В. В., Темченко О. А.

Особливості підприємницької діяльності в умовах воєнного стану. 40

Шиманська О. П., Кіндзерський Н. Р.

Концептуалізація процесів управління конкурентоспроможністю компанії з урахуванням інноваційних підходів (на прикладі компанії Nestlé). 44

Ярмак О. В., Веріго Н. С.

Фінансова стійкість підприємства в умовах євроінтеграції. 46

СЕКЦІЯ 2. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

SECTION 2. INTERNATIONAL RELATIONS

Богородицька Г. Є., Пришедько В. О.

Зовнішня торгівля Франції: сучасний стан та торгові партнери. 49

Хоменська І. В.

Економічна дипломатія в системі міжнародних відносин. 55

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

SECTION 3. ACCOUNTING AND TAXATION

Гайдук Б. І.

Організація надходження та засади обліку медичного обладнання. 59

Лукановська І. Р.

Особливості процесу організації контролю й аудиту в комп'ютерному середовищі. 62

Негрій Н. Ю., Осадчий М. О.

Вплив війни на цінність активів українського бізнесу. 64

Онищенко О. В., Кищик Д. О.

Вплив сучасних технологій на бухгалтерський облік та фінансову звітність. 67

Сук П. Л.

Використання оберненого методу розподілу витрат майбутніх періодів на основі доходу від іншої операційної діяльності. 72

Шестерняк М. М., Волошин А. В.

Аудиторський контроль як інструмент забезпечення надійності та об'єктивності фінансової звітності підприємств. 77

СЕКЦІЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

SECTION 4. MANAGEMENT

Боса І. Ю.

Управління логістичною діяльністю підприємства в умовах війни. 81

Килин Ю. В., Вітер О. М., Килин О. В., Свелеба Н. А.

Суть та управління фінансовими ресурсами підприємства. 84

Liakh, V., Dupliak, T.

Leveraging of weighted shortest job first (WSJF)
prioritization technique in safe projects. 89

Пустовгар С. А.

Виклики та перспективи цифровізації
для компаній в Україні. 92

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ

SECTION 5. MARKETING

Кукель Г. С.

Позитивні та негативні аспекти нейромаркетингу. 96

Рожко В. І.

Аналітичний метод дослідження
маркетингової товарної політики. 100

Сичова О. Є., Герман Є. Р.

Формування стратегії міжнародного
маркетингу підприємства. 104

Хіміч А. П., Моргулець О. Б.

Ресторанний бізнес України:
функціонування в умовах кризи. 106

СЕКЦІЯ 6. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

SECTION 6. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

Коцупал Д. В.

Потреби запровадження відповідальності суб'єктів
лобістської діяльності за порушення законодавства
в Україні з урахуванням зарубіжних підходів. 110

СЕКЦІЯ 7. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

SECTION 7. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Бондар М. Є.

Формування лояльності споживачів
в готельно-ресторанному бізнесі. 113

Павленко А. С.

Дитячі свята в умовах війни:

промінчик світла в темряві..... 116

Павленко А. С.

Практика дотримання стандартів якості

і норм безпеки в епоху COVID-19..... 118

СЕКЦІЯ 8. ІНЖЕНЕРІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

SECTION 8. ENGINEERING AND TECHNOLOGY

Загороднюк К. Ю., Загороднюк Ю. В., Брук-Левінсон Е. Т., Новіков М. Г.

Технологічні основи функціонування

еко-індустріальних парків..... 122

СЕКЦІЯ 9. ПРАВО

SECTION 9. LAW

Гибало А. В.

Правове регулювання франчайзингу:

особливості та перспективи в Україні..... 127

Головко А. Ю.

До питання нагляду та контролю за додержанням

законодавства про працю в Україні..... 130

Діброва Д. І.

Окремі питання здійснення підприємницької діяльності..... 135

СЕКЦІЯ 10. ПЕДАГОГІКА

SECTION 10. PEDAGOGY

Денисенко Д. С., Коновальчук М. В.

Роль сім'ї у патріотичному вихованні дошкільнят..... 140

Подоляк М. В.

Інформаційно-комунікаційні технології

у вивченні іноземних мов..... 143

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА
SECTION 1. ECONOMICS

УДК 332.65.637

JEL Classification: O31

Боковець В. В.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри підприємництва,
логістики та менеджменту,
Вінницький національний технічний
університет, м. Вінниця
Канащук М. В.,
здобувач вищої освіти,
Вінницький фінансово-економічний
університет, м. Вінниця
Малевич Д. А.,
здобувач третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Вінницький національний технічний
університет, м. Вінниця

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ
УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Підприємства, що мають високий рівень конкурентоспроможності, активно використовують інновації, оскільки вони представляють собою ключовий ресурс для створення потенціалу для успішного, енергозберігаючого та ефективного виробництва. Провідні світові економіки спрямовують свою інвестиційну політику в напрям нематеріальних активів, ресурсів, які володіють необмеженим потенціалом та високими показниками ефективності.

Результати такої політики є комплексними та мають вплив на всі галузі національного господарства, соціальну та економічну сферу, впливаючи на ключові аспекти якості життя населення.

Для ефективного функціонування та розвитку вітчизняних підприємств важливо активізувати їх інноваційну діяльність. Підвищення продуктивності цієї діяльності передбачає інтеграцію в сучасні умови розвитку інноваційного

ринку та підтримання високого рівня конкурентоспроможності на ринку за допомогою реалізації та впровадження інноваційних технологій та методів управління. Проводячи аналіз факторів, що мають прямий вплив на інтенсивність впровадження інноваційних продуктів на підприємствах, ми прийшли до висновку, що ці фактори можна розділити на дві групи: макроекономічні та мікроекономічні [1].

Витрати на наукові дослідження та розробки в Україні за 11 останніх років скоротилися на 40%, якщо вимірювати в доларах США, частка витрат на наукові дослідження і розробки у ВВП скоротилась майже у два рази (на 46%) з 0,75% у 2010 р. до 0,41% у 2020 р.

Фінансування інноваційної діяльності може бути отримане з різних джерел, таких як кошти Державного бюджету України, кошти місцевих бюджетів, власні кошти спеціалізованих державних і комунальних фінансово-кредитних установ, власні або запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності, а також інвестиції від фізичних і юридичних осіб. Також можуть бути використані інші джерела, які не заборонені законодавством України [2].

У зарубіжних країнах, інноваційна діяльність активно підтримується державою, яка виступає основним стимулятором та інвестором. Це здійснюється через надання субсидій, пільг, "податкових канікул" та інших інструментів [3].

Війна в Україні вплинула на інноваційно-інвестиційний потенціал країни в різних аспектах. Вона спричинила значні економічні труднощі, зокрема через втрату територій та руйнування інфраструктури. Це створило нестабільність на ринках та призвело до втрат капіталу, що вплинуло на інвестиційну активність. Війна призвела до зменшення бізнес-активності в регіонах, які безпосередньо зазнали військових дій. Бізнес-середовище на цих територіях стало менш привабливим для інвесторів та підприємців через невизначеність та ризики. Також відбулись зміни в структурі наукових та дослідницьких інститутів, зокрема втрати фахівців, що може вплинути на науковий потенціал та інноваційну активність. В умовах військового конфлікту змінюються пріоритети у сфері інновацій. Збройні конфлікти можуть вплинути на ресурси, які виділяються на інноваційні програми та дослідження, зокрема пересуваючи їх на потреби оборони та безпеки. Війна може спричинити відтік кваліфікованого персоналу, особливо в галузі науки та техніки, який може шукати більш безпечні та стабільні умови за кордоном. Уже призвела до погіршення іміджу країни на міжнародному рівні, що може ускладнити приваблення

іноземних інвестицій та партнерств у сфері інновацій. Всі ці фактори створюють виклики для інноваційно-інвестиційного потенціалу України. Однак важливо відзначити, що Україна продовжує розвивати свої інноваційні ініціативи, навіть в умовах внутрішніх труднощів, та шукає способи вирішення цих проблем для підтримки сталого розвитку.

За всіма зусиллями, що вкладаються в розвиток інновацій, Україна виступає важливим гравцем на карті світового інноваційного ринку. Перед нацією стоїть завдання побудови стійкої та конкурентоспроможної інноваційної економіки, яка визначатиме її місце у світовому співтоваристві у десятиліттях, що настануть [3].

Стан розвитку інновацій в Україні визначається відсутністю узгодженого стратегічного плану та систематичної політики, спрямованої на визначення шляхів інноваційного розвитку. Відсутність національної інноваційної екосистеми, спрямованої на реалізацію та посилення інноваційної культури в країні, використовуючи різноманітні механізми, включаючи фінансові та інші, на всіх рівнях економічної системи, також впливає на дану ситуацію [4].

Інноваційна діяльність в Україні у контексті війни вимагає збалансованого підходу та стратегій, спрямованих на подолання викликів, які створює конфлікт. Важливо зосередитися на залученні міжнародних інвестицій, розвитку технологій для рішення воєнних проблем, а також підтримці інноваційного підприємництва для стимулювання економічного відновлення та розвитку.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О.Є., Алексєєв І.В., Сай Л.П., Коць О.О. Інноваційний розвиток підприємства на стадії науково-технічної підготовки виробництва: особливості планування та організування. Монографія. Львів: Видавництво "Растр-7", 2019. 256 с.

2. Боковець В.В. Шляхи підвищення інноваційної активності сучасних підприємств / В.В. Боковець // *Науковий, виробничо-практичний журнал: Регіональна бізнес-економіка та управління*. Вінниця: ВФЕУ. 2019. Вип.4(64). С.12 -19.

3. Боковець В.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності організації в сучасних умовах. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. Volume 9, No. 1/2021. P. 12-15.

4. Федулова Л. І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / Л.І. Федулова // *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 10. С. 195-205.

УДК 330

JEL Classification: M21

Вітютин В. Є.,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Університет митної справи
та фінансів, м. Дніпро

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Сьогодні практично у всі сфери суспільства активно впроваджуються цифрові та інформаційні технології. Не залишився осторонь і бізнес: кожне підприємство так чи інакше пристосовується до сучасних трендів економіки. Цифровізація впливає не тільки на взаємодію фірм із зовнішніми контрагентами, але і на внутрішні бізнес-процеси. У таких умовах організаціям важливо "йти в ногу з часом", щоб успішно конкурувати між собою на ринку.

Цифровізація поступово охоплює всі сфери життєдіяльності людей. Для бізнесу це прямий шлях до інноваційного розвитку та отримання конкурентних переваг:

- хмарні технології дозволяють працювати над одним проектом кільком командам одночасно та ефективно використовувати ресурси компанії;
- використовуючи стратегію Mobile First, компанії отримують та монетизують мобільний трафік, який за своїми показниками вже наздогнав трафік зі стаціонарних пристроїв;
- готові рішення дозволяють економити час під час вирішення завдань. Оптимізація роботи за допомогою використання різних додатків, розширень потребує мінімальних часових витрат на їх впровадження та адаптацію;
- нові бізнес-моделі з використанням цифрової техніки забезпечують персоналізацію, швидкість, дешевизну продуктів та послуг у недоступному для традиційних компаній масштабі.

Digital-трансформація бізнес-процесів найчастіше проводиться у сферах e-commerce, IT та фінтеху. Її здійснення дає компаніям можливість: підвищити продуктивність та скоротити витрати бізнесу; підвищити якість планування робіт та управління бізнесом; покращити обслуговування клієнтів та надати споживачам більш досконалих та зручних продуктів; створити позитивний імідж бренду та досягти лідерських позицій у своєму сегменті ринку.

Цифрову трансформацію бізнесу здійснюють для створення оновлених, стійких бізнес-моделей компаній, здатних вести ефективну діяльність в умовах сучасної digital-економіки та адаптуватися до їх змін.

Прикладами цифрової трансформації бізнесу можуть бути:

- стратегії комплексного інтернет-маркетингу та просування бізнесу;
- нові сайти із застосуванням сучасних технологій;
- ефективні мобільні програми під різні платформи;
- CRM-системи для керування контентом чи взаємодія з клієнтами.

Цифровізація дає якісне покращення бізнес-процесів підприємства шляхом впровадження інновацій та адаптації бізнес-моделей до умов сучасності. На рисунку 1 представлені основні елементи управління бізнес-процесами за умов цифрової економіки.

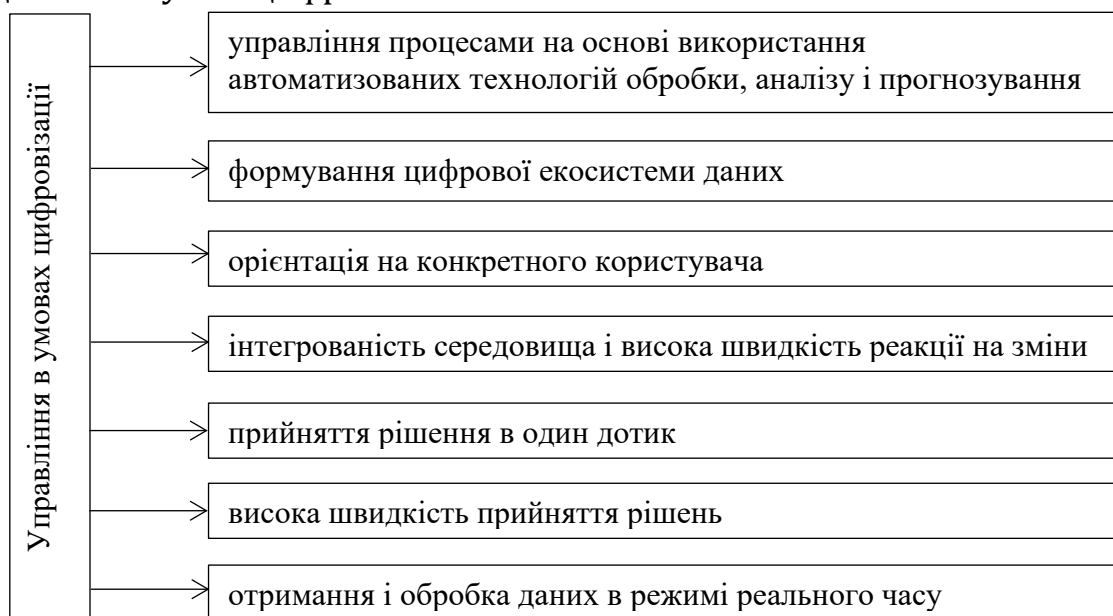


Рис. 1. Управління бізнес-процесами в умовах цифровізації [1, 2]

Отже, збільшення використання електронних платформ, цифрових технологій, штучного інтелекту допомагає скоротити час виконання будь-яких завдань, дає можливість прогнозувати поведінку споживачів і підлаштовувати продукти та послуги під їх переваги.

Існує кілька стратегічних напрямів, які допомагають реалізувати цифрову трансформацію бізнес-процесів. До них відносяться:

– цифровізація бізнес-процесів (диджиталізація бізнесу) – перехід діяльності компаній на електронні платформи. За допомогою диджиталізації бізнесу можна суттєво скоротити кількість кроків, необхідних для виконання конкретного завдання, замінивши діяльність персоналу компанії на роботу програмних рішень;

– управління даними (Big Data, Data Analytics, Data Science) – робота з великими обсягами інформації із застосуванням нейромереж, машинного навчання та інших технологій штучного інтелекту. За допомогою управління даними можливе складання моделей поведінки клієнтів, прогнозування попиту та формування переваг – це дозволяє адаптувати продукти та послуги під потреби конкретних споживачів;

– клієнтоцентричність – при розробці своїх продуктів компанії вибудовують модель бізнесу, орієнтуючись на клієнта та його потреби. При цьому клієнтоцентрична модель також враховує цінність кожного клієнта для компанії;

– цифрове партнерство – створення компанією спільно з партнерами загальної цифрової інфраструктури (комплексу технологій та обчислювальних, телекомунікаційних та мережевих потужностей) для вирішення поставлених завдань;

– впровадження інновацій – постійне вивчення та тестування нових напрямків бізнесу, продуктів та рішень. Ця стратегія передбачає активне використання сучасних цифрових каналів та систем;

– управління цінністю – за допомогою даної стратегії проводяться заходи щодо адаптації та персоналізації продуктів з урахуванням зміни вимог до них користувача. Цінністю продукту для клієнтів полягає у зручності його використання, можливість отримання необхідних послуг, постійне поліпшення товару і робота підприємства над сервісом.

Попри те, що цифровізація бізнес-процесів для фірми надає великі можливості та дозволяє прискорити її діяльність, проте є деякі складнощі з цим переходом:

– досить мало кваліфікованих фахівців, що орієнтуються в сучасних умовах цифрової економіки, тому іноді підприємствам доводиться довго шукати потрібних співробітників для виконання будь-якого завдання з цифровою трансформацією;

– миттєво змінити сформовані процеси не вийде, а значить фірми витрачають більше часу, щоб впровадити та використати новітні технології;

– необхідно навчати та підвищувати кваліфікацію кадрового складу організації, що є витратним за часом та фінансами;

– впровадження цифрових розробок у діяльність компанії потребує чималих інвестицій.

Слід врахувати, що в результаті впровадження цифрових рішень у бізнес-процеси компанії можуть виникати певні ризики. Насамперед це безпека даних; по-друге, трансформація бізнес-процесів; по-третє, надійність цифрових систем та інфраструктури.

Таким чином, за результатами дослідження слід зробити висновок, що сучасні тренди на цифровізацію підштовхують підприємства на впровадження інноваційних технологій у бізнес-процеси компанії. В умовах цифрової економіки для нормального функціонування фірми необхідно адаптувати свої бізнес-процеси під існуючі тенденції, інакше організації можуть не витримати конкуренції та зникнути з ринку.

Список використаних джерел

1. Адаптація управління бізнес-процесами в умовах цифровізації економіки: теоретичні аспекти: монографія [Уманець Т.В. та ін.] ; за ред. Уманець Т.В. ; НАН України, ДУ "Ін-т. ринку і екон.-екол. дослідж НАН України". Одеса : ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2022. – 380 с.

2. Жосан Г.В., Кириченко Н.В. Управління цифровізацією бізнес-процесів діяльності підприємства. *Economic Synergy*, 2022. Вип. 4, 82–91.

УДК 316

JEL Classification: O17

Гуменюк Є. В.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Університет митної справи
та фінансів, м. Дніпро

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Післявоєнний період в історії кожної країни визначався не лише руйнацією та відбудовою, але й складними економічними викликами. У цьому контексті особливо важливим є вивчення особливостей економічного розвитку національних економік, оскільки це сприяє розумінню причин та наслідків економічних процесів, а також допомагає розробляти ефективні стратегії розвитку. Протягом останніх десятиліть було проведено значну кількість досліджень щодо економічного розвитку національних економік у післявоєнний період. Вони охоплюють

різноманітні аспекти, включаючи політичні, соціальні, технологічні та інституціональні фактори, що впливають на економічну динаміку.

Згідно з дослідженнями, можна виділити кілька основних тенденцій у розвитку національних економік у післявоєнний період [1-2]:

- відбудова та модернізація інфраструктури;
- індустріалізація та технологічний прогрес;
- зміни у міжнародних відносинах;
- соціальні трансформації.

Після закінчення Другої світової війни багато країн по всьому світу знаходилися в руїнах, які справили серйозний вплив на їхню економіку та соціальну структуру. Великі міста, промислові центри та інфраструктура були зруйновані, потребуючи негайного відновлення, що створило великий тиск на країни, щоб швидко відновити свої національні економіки, щоб забезпечити життєво важливі функції, такі як транспорт, енергетика та комунікації. У багатьох випадках, руйнації війни вимагали не лише відновлення існуючих структур, але й впровадження нових, більш сучасних технологій та систем управління. Наприклад, в багатьох європейських країнах, велика частина інфраструктури, від транспортних мереж до міських центрів, була перебудована з урахуванням нових технологій та вимог ефективності. Післявоєнний період також відзначився збільшеним інтересом до інновацій та наукових досліджень. Багато країн, прагнучи відновити свої економіки, активно інвестували в дослідження та розвиток нових технологій у сфері промисловості, медицини, та сільського господарства, що сприяло зростанню конкурентоспроможності національних економік у глобальному контексті. Невизначеність після війни також вимагала впровадження нових форм управління та економічної політики. Багато країн переглядали свої підходи до регулювання економіки та стимулювання виробництва, шукаючи оптимальний баланс між державним втручанням та ринковою свободою. Крім внутрішніх викликів, післявоєнний період також вимагав зміни міжнародних відносин. Багато країн стали активно співпрацювати у сфері торгівлі та інвестицій, шукаючи спільні шляхи до економічного розвитку та співпраці. Протягом післявоєнного періоду відбулася значна міграція населення, що також вплинула на економічну динаміку країн. Великі маси людей, які шукали нові можливості та убезпечення, переїжджали в нові регіони, що призвело до змін у розподілі робочої сили та конкуренції на ринку праці. Важливим аспектом економічного відродження післявоєнного періоду було залучення іноземних інвестицій та технологій. Багато країн

активно приваблювали зарубіжні капітали та знання, щоб прискорити свій економічний розвиток та забезпечити конкурентоспроможність на світовому ринку [1-2].

Зростаюча конкуренція між країнами у післявоєнний період була важливим стимулом для активного впровадження новітніх технологій та підвищення ефективності виробництва. Змагання за ринкові позиції та доступ до ресурсів примушувало країни шукати інноваційні рішення для підвищення своєї конкурентоспроможності. Впровадження новітніх технологій стало пріоритетним завданням для багатьох країн, оскільки воно не лише дозволяло підвищити продуктивність та якість продукції, а й зменшувало витрати на виробництво. Результатом цього було збільшення ефективності виробництва, що сприяло зростанню економічного потенціалу країн. Процес впровадження новітніх технологій був супроводжуваний інтенсивним науковим та технічним дослідженням у різних галузях. Країни активно інвестували у наукові центри та університети, щоб створювати нові технології та інноваційні рішення для підтримки економічного зростання. Успішне впровадження новітніх технологій вимагало не лише наявності технічної інфраструктури, але й компетентних кадрів. Тому багато країн звертали особливу увагу на освіту та підготовку фахівців у галузі науки та техніки. Нові технології стимулювали зміни у виробничих процесах та структурі промисловості. Такі інновації, як автоматизація, комп'ютеризація та використання штучного інтелекту, дозволяли підвищити швидкість та точність виробництва. Впровадження новітніх технологій відкривало нові можливості для розвитку нових секторів економіки, таких як інформаційні технології, біотехнології та альтернативна енергетика, що допомагало країнам диверсифікувати свої економіки та зменшувати залежність від традиційних галузей. Підвищення ефективності виробництва за допомогою новітніх технологій сприяло зростанню експорту та залученню іноземних інвесторів, що робило країни більш привабливими для зовнішніх партнерів та сприяло розвитку міжнародних економічних відносин. Успішне впровадження новітніх технологій вимагало сприятливого економічного та правового середовища. Багато країн вдосконалювали свої законодавчі акти та інвестиційні політики, щоб створити сприятливі умови для інновацій та розвитку технологій. Впровадження новітніх технологій мала далекосяжний соціальний вплив, включаючи зміни у ринку праці та умовах праці. Багато робочих місць стали більш висококваліфікованими, вимагаючи нових навичок та знань від працівників [3].

Післявоєнний період, ознаменований закінченням Другої світової війни, став часом не лише відновлення, а й перегляду глобальних структур. Нові реалії того часу стимулювали створення нових міжнародних організацій та угод, спрямованих на забезпечення мирного співіснування та економічного розвитку. Однією з ключових ініціатив став створення Організації Об'єднаних Націй (ООН), яка мала на меті забезпечити міжнародний мир та безпеку, сприяти співпраці між країнами у різних сферах, включаючи економіку, торгівлю та інвестиції. Поряд з ООН, було створено ряд спеціалізованих міжнародних організацій, таких як Міжнародний валютний фонд (МВФ) та Всесвітній банк, які мали на меті стабілізацію світової економіки та сприяння розвитку країн-членів. Підписання ряду міжнародних угод і конвенцій також відіграло важливу роль у формуванні міжнародного економічного ландшафту. Наприклад, Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), яка згодом перетворилася на Світову Торговельну Організацію (СТО), регулювала торговельні відносини між країнами та сприяла зменшенню тарифів та інших перешкод для міжнародної торгівлі. Створення нових міжнародних організацій та укладення угод стимулювали інтеграцію на міжнародному рівні, сприяючи співробітництву між країнами та створюючи сприятливі умови для розвитку міжнародної торгівлі та інвестицій. Ці міжнародні ініціативи також відображали нові реалії геополітичного ландшафту, де співпраця та діалог стали важливими інструментами для вирішення спільних проблем та конфліктів. Міжнародні організації та угоди сприяли збільшенню обсягів міжнародної торгівлі та інвестицій, створюючи сприятливий клімат для бізнесу та підприємництва. Підписання міжнародних угод з вирішення проблем глобального значення, таких як екологічні проблеми або боротьба зі збройною загрозою, підкреслювало важливість співпраці та взаєморозуміння між країнами. Незважаючи на позитивний вплив міжнародних організацій та угод, вони також стикалися з викликами та критикою, що вимагали постійного вдосконалення та адаптації до змін у світовому порядку [4]. У підсумку, створення нових міжнародних організацій та укладення угод після Другої світової війни відіграли важливу роль у формуванні міжнародного економічного та політичного ландшафту, сприяючи співробітництву та забезпеченню миру та стабільності у світі.

Війна, як подія масштабного характеру, не лише викликає руйнування фізичних об'єктів, але й глибоко перетворює соціальну та культурну тканину суспільства. Соціальна структура багатьох країн під впливом воєнних подій зазнала значних змін, що створило нові виклики для економічного розвитку та соціальної адаптації. Однією з найочевидніших

змін у соціальній структурі було значне збільшення ролі жінок у виробництві та громадському житті. У зв'язку з тим, що багато чоловіків були мобілізовані на фронт, жінки взяли на себе важливі функції в економіці, що сприяло зміцненню їхнього статусу та ролі в суспільстві. Війна також призвела до значного зростання міграції населення, яке шукало притулку та нові можливості у безпечних регіонах. Це створило нові економічні та соціальні виклики для країн, які приймали біженців та переселенців. Зміни в соціальній структурі також відобразилися на структурі ринку праці. Воєнний час змусив багато людей перекваліфікуватися та змінити свою професійну спрямованість, що вплинуло на розподіл робочої сили та сектори економіки. Після закінчення війни важливою стала проблема реінтеграції військових та визначення їхнього місця у суспільстві. Соціальна напруженість та емоційні травми від воєнних подій також вплинули на психологічний стан суспільства та індивідуальність кожного громадянина. Боротьба з психологічними та емоційними проблемами стала важливою складовою адаптації до нових умов. Соціальна мобілізація та активізм також стали характерними рисами післявоєнного періоду. Суспільство ставало більш свідомим своїх прав та обов'язків, активно виступаючи за свої інтереси та вимагаючи змін у політичній та економічній системі. Необхідність адаптації економіки до нових умов стала ключовим завданням для багатьох країн. Нові соціальні реалії вимагали реформування економічних політик, стимулювання виробництва та підтримки соціально-економічного розвитку [4].

Особливості економічного розвитку національних економік у післявоєнний період є складними та багатограними. Для досягнення сталого та інклюзивного розвитку необхідно постійно адаптуватися до змін в економічному та соціальному середовищі, враховуючи при цьому історичний досвід та сучасні виклики.

Список використаних джерел:

1. Smith, John. Post-War Economic Development: Challenges and Strategies. *Economic Review*, vol. 25, no. 2, 2023, pp. 45-67.
2. Johnson, Emily. The Impact of War on Social Structures: A Comparative Analysis. *Journal of Social Sciences*, vol. 10, no. 3, 2022, pp. 89-104.
3. International Monetary Fund. Rebuilding Economies: Post-War Policies and Practices. *IMF Economic Outlook Report*, 2024.
4. United Nations Development Programme. Post-Conflict Reconstruction: Lessons Learned and Best Practices. *UNDP Report*, 2021.

УДК 336.74

JEL Classification: E49

Дячок О. Р.,
здобувач третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Львівський національний університет
імені Івана Франка, м. Львів

МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ КРИПТОВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Динамічний розвиток сучасної економіки, швидкість науково-технічного прогресу та поява віртуальних валют зумовлюють поглиблене дослідження методики економічного аналізу. Значний внесок у розробку методологічної бази економічного аналізу зробили видатні вчені, зокрема: Є. В. Мних, М. Г. Чумаченко, В. Є. Швець, П. Р. Пуцентейло, Л. М. Кіндрацька, В. М. Івахненко, С. І. Шкарабан, та інші. Проте, питанням аналізу операцій з криптовалютами приділено недостатньо уваги.

На думку вченого Мниха Є.В. [1] для економічного аналізу об'єкта характерне розкладання його цілісної економічної системи на функціональні складові, за якими можна визначити причинно-наслідкові зв'язки зміни й розвитку цих елементів та їх цілісної системи.

Економічний аналіз відіграє важливу роль при здійсненні операцій з криптовалютою, зокрема дозволяє дослідити ринок криптовалют і виявити тенденції, які можуть вплинути на їхню ціну. Завдяки економічному аналізу проводиться фінансове моделювання, оцінка показників прибутковості та ризиків криптовалютних операцій.

Аналіз дохідності та ризиків криптовалютних операцій зазвичай ґрунтується на кількох чинниках, таких як: ціна купівлі та продажу криптовалюти, комісії, волатильність ринку та інші фінансові показники. Формула для розрахунку прибутковості та ризиків може змінюватись в залежності від конкретного методу аналізу, але одним з найбільш поширених інструментів є розрахунок прибутковості за формулою "Return on Investment" (ROI) та оцінка ризиків за допомогою коефіцієнта Шарпа.

Розрахунок дохідності (ROI): ROI дозволяє визначити відсотковий прибуток чи збиток від інвестицій у криптовалюту. Формула для розрахунку ROI наступна:

$$ROI = ((Pf - Pi) / Pi) * 100, \quad (1)$$

де: ROI – прибутковість у відсотках, Pf – кінцева вартість інвестиції (ціна продажу), Pi – початкова вартість інвестиції (ціна покупки).

Коефіцієнт Шарпа (Sharpe Ratio) дозволяє оцінити співвідношення між прибутковістю та ризиком інвестиції. Він вимірює додаткову дохідність, отриману за одиницю ризику. Формула для розрахунку коефіцієнта Шарпа наступна:

$$\text{Sharpe Ratio} = (Rp - Rf) / \sigma_r, \quad (2)$$

де: Rp – середньорічна прибутковість інвестиції, Rf – безризикова ставка дохідності, σ_r – стандартне відхилення прибутковості інвестиції.

За даними найбільшої інвестиційної компанії Goldman Sachs станом на 2023 р. Bitcoin визнано найкращим інвестиційним активом з коефіцієнтом Шарпа – 1,9 що є найбільшим значенням серед усіх традиційних активів [2]. Відтак, аналіз таких показників як ROI та коефіцієнт Шарпа дозволяють суб'єктам господарювання оцінити ефективність інвестицій у криптовалюту та порівняти їх з альтернативними активами.

При дослідженні криптовалютних операцій доцільно використовувати оперативний економічний аналіз. Оперативний аналіз є системою щоденного спостереження та оцінювання відхилень фактичного стану досліджуваного об'єкта від регламентованих показників, визначення причин і можливих наслідків таких відхилень, розроблення механізмів швидкого втручання в процеси з метою забезпечення ефективного функціонування господарюючого суб'єкта. Перевага оперативного аналізу полягає в його дієвості, тобто в можливості своєчасно втручатися в інвестиційні процеси для надання їм бажаної спрямованості [3]. Особливо актуальний оперативний аналіз в сфері обігу криптовалют, коли цінові показники можуть змінюватись щохвилини, а інвестиційна привабливість залежить від багатьох факторів, які неможливо спрогнозувати (н/д крах алгоритмічного стейблкоїна UST). Своєчасний доступ до необхідної аналітичної інформації має вирішальне значення для ефективної діяльності суб'єктів господарювання [4].

Економічний аналіз криптовалютних операцій дозволяє зробити ряд висновків. По-перше, криптовалюти відкривають нові можливості для фінансових операцій та інвестицій, обходять обмеження традиційних фінансових установ і дозволяють здійснювати швидкі та дешеві глобальні платежі. По-друге, криптовалюти є інструментом інновацій та розвитку економіки. Технологія блокчейн, на якій побудована криптовалюта, має потенціал для трансформації цілої низки галузей, включаючи фінанси, бухгалтерський облік, логістику, тощо. Вона здатна підвищити ефективність, стійкість та прозорість бізнес-процесів. Однак, незважаючи на свій потенціал

і переваги, криптовалютні операції суб'єктів господарювання також створюють низку викликів і ризиків. До них відносяться висока волатильність і коливання цін, ризики безпеки, регуляторні та правові питання, а також можливість використання криптовалют у незаконних цілях.

Для успішного функціонування криптовалют в діяльності бізнесу важливо проводити системний аналіз, зокрема: аналіз прибутковості та ризиків криптовалютних операцій, оцінку ліквідності та волатильності криптовалютних активів, аналіз впливу макроекономічних чинників на ціну криптовалют. Водночас, слід враховувати певну суб'єктивність емітентів на ринку криптовалютних операцій і його волатильність, що слід брати до уваги при організації економічного аналізу.

Список використаних джерел

1. Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – К. : Знання, 2011. – С. 9 – 12.
2. Goldman Sachs визнав біткоїн активом року. – [Електронний ресурс]: <https://minfin.com.ua/ua/2023/03/21/102717818>.
3. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навчальний посібник / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 256 с.
4. Швець В.Є. Розвиток обліково-аналітичних систем суб'єктів господарювання в Україні : монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 448 с.

УДК 338.27:519.71:330.46

JEL Classification: Q59

Микитенко В. В.,
д-р екон. наук, професор,
головний науковий співробітник,
Інститут демографії та проблем якості
життя НАН України, м. Київ

ВИМОГИ ТА УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПРАКТИЦІ ДОМІНАНТ КОНЦЕПТУ СИСТЕМНОГО УПОРЯДКУВАННЯ ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН

Враховуючи попередні авторські напрацювання, які стосуються системного упорядкування природно-господарських відносин в Україні у контексті забезпечення якості життя [1, 2], обґрунтований комплекс

теоретичних і науково-прикладних підходів, визначених елементів, а також сформованого інструментарію забезпечення якості життя населення [3, 4] маємо запропонувати до використання дефініційне визначення поняття "Концепція системного упорядкування природно-господарських відносин в Україні у контексті забезпечення якості життя" – в якості теоретично обґрунтованої та практично орієнтованої стратегічної доктрини розвитку соціо-еколого-економічних систем (СЕЕС) в державі, яка визначає принципи, цілі, завдання, пріоритети та інструменти задля розробки і впровадження у практику комплексу заходів і політик, спрямованих на оптимізацію взаємодії між природним середовищем, господарською діяльністю та суспільством із метою забезпечення якості життя населення в Україні. У цій відповідності зазначимо, що Концепт системного упорядкування природно-господарських відносин: а) ґрунтується на принципах сталого розвитку і господарювання, ефективного використання природних ресурсів, захисту довкілля, соціальної справедливості та співпраці всіх зацікавлених сторін; б) передбачає інтегрований підхід до управління природними ресурсами, розвитком новаторських технологій і методів, а також активну участь громадськості та стейкхолдерів у процесі прийняття рішень; в) спрямований на створення збалансованої системи взаємозв'язків між економікою, соціумом та природою, що дозволить досягти сталого розвитку, підвищити якість життя населення та забезпечити збереження екологічної рівноваги і в межах територіальних утворень і на території України, загалом.

Маємо акцентувати увагу на тому, що сформульовані вихідні положення авторської концепції системного упорядкування природно-господарських відносин (ПГВ) у контексті забезпечення якості життя передбачають:

а) формування чотирьох об'єкт-орієнтованих площин, розмежованих за складністю упорядкування в їхніх межах ресурсів, резервів, можливостей, активів і процесів: I рівня складності "Стратегічного управління матеріальними активами"; II рівня – "Сталості та соціетальності СЕЕС"; III рівня – "Просторової перетворювальної стратегії"; IV рівня – "Системного актив-орієнтованого розвитку СЕЕС");

б) розбудову агрегованого комплексу механізмів та композитного комплексу заходів системного упорядкування;

в) почерговість локалізації зусиль на об'єктах (ресурсах, активах, процесах) за паритетом отримання управлінського, організаційно-економічного та соціо-екологічного ефекту за результатами їхнього переформатування;

2) дозволяє згенерувати когнітивно-інформаційні ознаки та системно-процесні характеристики нового просторового формату природно-

господарського простору держави, скеровуючи її магістральну траєкторію розвитку відповідно до національних соціо-еколого-економічних інтересів задля забезпечення якості життя населення.

Структурно-функціональна модель взаємозалежності та взаємозв'язків між елементами Концепту системного упорядкування ПГВ в Україні у контексті забезпечення якості життя населення [1, 2], дозволяє синтезувати, за єдиною концептуальним її форматом, методологію системного упорядкування, систему доміант реалізації концепції за синхронного використання комплексу принципів теоретичних і науково-прикладних підходів та набір інструментарію системного упорядкування ПГВ у складі з:

а) об'єктів докладання зусиль і суб'єктів управління тощо;

б) агрегованого комплексу механізмів і композитного набору реконструктивних заходів, які є не лише важелями та регуляторами переформатування й інтелектуалізації ПГВ, а й способами збору, обробки, аналізу, контролювання та коригування просторових вимірів і даних.

Зазначені твердження базуються на розробках і напрацюваннях, за якими було розкрито, сформульовано та доведено методологічно важливі положення з обґрунтування алгоритму (послідовності) переформатування об'єкт-орієнтованих площин за рахунок визначення пріоритетності локалізації зусиль на певних об'єктах за складністю їх упорядкування [5,6]. Дотримання почерговості базується на перетворенні та реконструкції, у першу чергу, саме процесів із системного актив-орієнтованого розвитку СЕЕС. А, надалі – на процесах реалізації "Просторової перетворювальної стратегії", "Забезпечення сталості та соціетальності СЕЕС" і, на завершальному етапі, ресурсах і активах за площиною "Стратегічного управління матеріальними активами". Методологічні напрацювання й обґрунтування базуються на ідентифікації масштабів генерації та кількості мультиплікативних ефектів із набуття у національних СЕЕС резилієнтних здатностей, які з'явились та зніціювались в їхніх межах за результатами системного упорядкування ПГВ.

Визначення чіткої послідовності системного упорядкування процесів із ПГВ, спочатку за об'єкт-орієнтованою площиною "Системного актив-орієнтованого розвитку СЕЕС" є значимим і врахування суб'єктами управління – є обов'язковим для реалізації доміант оригінального Концепту у реконструктивному періоді відновлення України та її відбудови після військової агресії РФ. Поряд із цим, на етапі реконструкції природно-господарського, виробничого, ресурсного, організаційно-економічного, фінансового технологічного, когнітивно-інформаційного та соціетального

просторів функціонування СЕЕС мають бути враховані специфічні вимоги та умови для реалізації домінант Концепції системного упорядкування ПГВ в Україні у контексті забезпечення якості життя (табл. 1).

Таблиця 1

Специфічні вимоги та умови задля реалізації на практиці домінант Концепції системного упорядкування природно-господарських відносин в Україні у реконструктивному періоді

Умови реалізації Концепту	Вимоги щодо реалізації Концепту на реконструктивному етапі
Безпека та стабільність	Необхідність визнання суб'єктами управління пріоритет щодо забезпечення стабільності та безпека в регіонах, що є першочерговими вимогами для успішної реалізації будь-якої концепції відновлення та розвитку. Вирішення військово-політичних конфліктів і забезпечення мирного врегулювання воєнного конфлікту – є важливими для створення сприятливого середовища у контексті відновлення і регенерації економіки та її відбудови.
Екологічна безпека та відновлення природних ресурсів	Суб'єктам управління слід враховувати і передбачати те, що після військових дій і руйнувань територій можливим є серйозний екологічний збиток для природного середовища держави, який потребуватиме негайного втручання. Збереження та відновлення природних ресурсів, охорона довкілля та підтримка екологічної безпеки стають критично важливими завданнями у контексті реалізації Концепту.
Соціальна стабільність, регенерація та реабілітація	Виконання багатомісних завдань щодо відновлення і підтримки соціальної стабільності у постраждалих регіонах – є конститутивно-ключовим завдання, поряд із яким, нагальною стане – реабілітація та відновлення інфраструктури, а також підтримка та допомога постраждалим особам – є необхідними вимогами для успішної відбудови і реалізації Концепту.
Економічна реформа та розвиток	Після військового конфлікту маємо передбачати виникнення серйозних (критичних) економічних проблем, які потребуватимуть швидких, адекватних і ефективних реформ, а також значного масштабу вкладання інвестицій у відновлення та модернізацію національного господарства і, відповідно, інфраструктури.
Міжнародна співпраця та підтримка	Важливим стає – забезпечення широкої міжнародної підтримки та співпраці з міжнародними організаціями, донорами, іншими країнами, що значно полегшить відновлення, регенерацію та розвиток України після війни, забезпечуючи необхідні ресурси, технічну підтримку та експертні знання, які передбачено для залучення за домінантами оригінального Концепту.

Авторські напрацювання щодо формування та реалізації на практиці оригінального Концепту системного упорядкування ПГВ у контексті забезпечення якості життя, у подальшому можна збагатити й поглибити за рахунок більш повної детальної розробки і опрацювання її елементів шляхом: а) врахування сучасних трендів розвитку і вагомості впливу цифрових технологій та інновацій на ПГВ та якість життя населення,

зокрема за допомогою штучного інтелекту, Інтернету речей та блокчейн-технологій; тощо; б) посилення акценту на зеленому розвитку ПГВ, включаючи заходи щодо зменшення викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище, енергоефективності, використання ВДЕ та збереження біорізноманіття; тощо; в) удосконалення стратегій адаптації до зміни клімату та відновлення екосистем задля зменшення вразливості населення і підвищення стійкості соціо-еколого-економічних систем до кліматичних змін; г) збільшення уваги до процесів ущільнення співпраці та партнерства між урядом, громадськістю, приватним сектором і академічними установами задля спільної реалізації цілей сталого розвитку та сталого господарювання і, відповідно, суттєвого покращення якості життя населення; д) врахування принципів соціальної відповідальності бізнесу у розвитку природно-господарських відносин та покращення якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Микитенко В. В. Systematic arrangement of natural and economic relations in Ukraine in the context of ensuring the quality of life. *International scientific conference "World economy and civilizational progress amidst polystructural changes: economic-technological, resource, political-legal, security-social factors"*: conference proceedings (April 16–17, 2024, Uzhhorod, Ukraine). Riga, Latvia: "Baltija Publishing", "Izdevnieciba "Baltija Publishing". 2024. С. 143-148. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-412-2-36>.

2. Микитенко В.В. Організація природно-господарських відносин у реконструктивному розвитку територій. *Наука та наукознавство*. 2024. № 1 (123). С. 21–42. DOI <https://doi.org/10.15407/sofs2024.01.021>.

3. Микитенко В. В., Микитенко Д. О. Якість життя: бюджетний баласт чи державотворча необхідність. *Демографія та соціальна економіка*, 2024. № 1 (55). Видавець ВД "Академперіодика" НАН України, 2024. С. 22–40. DOI <https://doi.org/10.15407/dse2024.01.022/>

4. Микитенко В. В., Микитенко Д. О. Соціально-економічна безпека за урахування спадкового та життєдіяльнісного паритету якості життя. *Удосконалення напрямів розвитку України в умовах світової кон'юнктури: колективна монографія*. Харків, СГ НТМ "Новий курс", 2023. [182 с.] С. 146 – 156. DOI: 10.61718/mon-2023-5

5. Микитенко В.В. Формування інструментарію упорядкування природно-економічного простору держави. *Науковий Вісник Херсонського державного університету: серія: Економічні науки*. Херсон: ХДУ, 2012. С. 21 – 31.

6. Микитенко В. В. Системно-впорядкована комбінація ціннісно-орієнтованих домінант формування природно-господарського простору. *Економіка природокористування і сталий розвиток*. Київ: ДУ "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України", 2019. № 6 (25). С. 37 – 43. DOI: [https://doi.org/10.37100/2616-7689/2019/6\(25\)/6](https://doi.org/10.37100/2616-7689/2019/6(25)/6).

УДК 338.4:316.614

JEL Classification: M21

Нагорний В. В.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Сучасний етап розвитку соціально-економічних систем характеризується високим рівнем нестабільності та постійною динамікою. У зв'язку з цим, перед представниками бізнесу стоїть постійна необхідність запобігання можливим ризикам, які часто виникають через нестабільність економічного середовища.

У сучасній науковій літературі поняття "соціалізація" проявляється у різних контекстах, залежно від специфіки дослідника та галузі знань. В економічному контексті соціалізація асоціюється з формуванням концепцій, орієнтованих, перш за все, на соціум та індивідуально – на людину. Згідно з результатами досліджень Л. Кириленка, соціалізацію необхідно розглядати як послідовний процес, що передбачає поетапне включення особистості у різні сегменти соціально-економічного життя. Цей процес полягає у встановленні особою власної позиції у загальному соціальному просторі, яка відповідає її потребам, можливостям, культурному рівню та стратегії економічної поведінки [2]. Зі свого боку, О. Носик зазначає, що в умовах сучасності соціалізацію варто розглядати як процес, у якому соціальна складова стає центральною, а управління бізнесом та його розвиток безпосередньо залежать від врахування та взаємодії з соціальними аспектами. Тому соціальна складова стає провідною у визначенні та реалізації стратегій розвитку бізнесу, виступаючи як особливий чинник, який визначає успішність та стійкість компанії в сучасному економічному середовищі [4].

Крім того, Н. Кравченко розглядає соціалізацію бізнесу як ефективний інструмент розвитку, спрямований на активне залучення працівників до самостійної творчої діяльності та розв'язання нових завдань. Соціалізація інноваційних можливостей підприємства виступає складною системою, де всі елементи взаємодіють між собою та сприяють розвитку кожної складової [3].

Тому, ми вважаємо, що поняття "соціалізація бізнесу" відображає важливі зміни в способі функціонування сучасних компаній, які все більше

враховують соціальні аспекти своєї діяльності. Соціалізація бізнесу означає не лише забезпечення прибутковості та росту компанії, а й врахування соціальних, екологічних та етичних аспектів у всіх сферах її діяльності. Таким чином, соціалізація бізнесу сприяє не лише створенню стійких та успішних компаній, але й формуванню суспільства, яке активно підтримує етичні та соціальні цінності, розвивається на основі взаємоповаги та співпраці між бізнесом, громадою та владою. У такому контексті для забезпечення сталого розвитку бізнесу необхідно розуміти рівень соціальної відповідальності, впроваджувати різноманітні форми соціалізації (табл. 1).

Схильність до соціалізації бізнесу проявляється через різноманітні аспекти економічного життя, зокрема, за допомогою розвитку соціального підприємництва та підвищення ролі соціальної відповідальності бізнесу вона перетворюється на основоположний чинник довгострокового капіталістичного розвитку, охоплюючи етичну поведінку відносно власного персоналу і відповідальне ставлення до зовнішнього середовища. Така тенденція охоплює ряд аспектів, включаючи свідому сплату податків, захист навколишнього середовища, налагодження відносин з державою, благодійність та інші аспекти, що сприяють розвитку громади та соціальному добробуту.

Таблиця 1

Основні форми соціалізації бізнесу [5]

Форма соціалізації	Характеристика
Юридична	Юридична форма соціалізації включає дотримання законодавства, правил та норм, які регулюють діяльність бізнесу з урахуванням його відповідальності перед суспільством та державою
Моральна	Ця форма орієнтована на принципи моралі та етики у веденні бізнесу та включає дотримання принципів справедливості та чесності
Екологічна	Екологічна форма полягає у зменшенні негативного впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище та дотриманні принципів екологічної сталості
Політична	Вона передбачає участь у формуванні та підтримці політичних процесів та прийнятті рішень, спрямованих на підтримку загального добробуту та стабільності
Етична	Етична форма охоплює діяльність, що базується на відповідних етичних принципах та стандартах, спрямованих на досягнення морально-етичних цілей
Громадянська	Вона полягає у підтримці та розвитку громадських ініціатив та проектів, спрямованих на покращення соціально-економічного становища спільноти
Професійна	Ця форма зумовлена дотриманням професійних стандартів та виконанням обов'язків у рамках власної професійної діяльності з високим рівнем відповідальності

Варто зазначити, що наразі соціальна відповідальність бізнесу стає важливим стратегічним аспектом їхньої діяльності. Ставлення організації до суспільства та навколишнього середовища визначається не лише комерційними перевагами, але й моральними та етичними засадами. Реалізація соціалізації сучасного бізнесу часто обмежується стандартним підходом, тому громадська активність та приватна підприємницька ініціатива залишаються недооціненими у сфері соціальних інтервенцій. Таке обмеження призводить до недостатньої ефективності законодавчо встановлених заходів та засобів розв'язання соціальних проблем, що породжує соціальні напруження в суспільстві.

Інші характеристики соціальних підприємств, які визначені Social Enterprise в Лондоні, включають орієнтацію на підприємництво, де вони активно беруть участь у виробництві товарів або наданні послуг на ринку з метою стати життєздатною торговельною організацією з операційним профіцитом. Також вони мають чіткі соціальні цілі, такі як створення робочих місць, навчання або надання місцевих послуг, і несуть відповідальність перед своїми членами та широкою громадськістю за їх соціальний, екологічний та економічний вплив. Крім того, вони мають громадську власність, що передбачає автономність організацій зі структурами управління і власності, що базуються на участі зацікавлених сторін або піклувальників. Прибуток розподіляється як частина прибутку між зацікавленими сторонами або використовується в інтересах спільноти [6]. В Україні соціальна роль підприємництва закріплена на законодавчому рівні, зокрема, в Господарському кодексі України (ст.42) як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1].

Необхідно зазначити, що підхід Європейського Союзу до соціалізації бізнесу сприяє створенню більш прозорих та відповідальних бізнес-стандартів, що сприяє підвищенню довіри споживачів, інвесторів та громадськості до підприємств. Законодавство Європейського Союзу, зокрема Директива про корпоративну соціальну відповідальність (Corporate Social Responsibility Directive (CSRD)) ставить перед компаніями ЄС вимоги щодо розкриття інформації про їхній екологічний та соціальний вплив. Навіть кваліфіковані дочірні компанії, що належать до компаній, які не є членами ЄС, зобов'язані звітувати про свої дії у сфері екології, соціальної відповідальності та управління (ESG) та вказувати, як ці дії

впливають на їхню діяльність [7]. Натомість у Сполучених Штатах Америки (США) існує ряд законодавчих актів та положень, які стосуються соціалізації бізнесу та регулювання його соціальних аспектів, наприклад, ст. 43 Кодексу США про національну екологічну політику (National Environmental Policy Act) [11], закони про дискримінацію на робочому місці (Civil Rights Act) [9], про безпеку праці та охорону здоров'я працівників (Occupational Safety and Health Act – OSHA) [8] тощо. Проте основним законодавчим актом у сфері соціалізації бізнесу в США є ст. 47 Кодексу США про захист споживачів і обслуговування клієнтів (Consumer Protection Act) [8], що закріплює вимоги щодо відповідальної поведінки підприємств перед суспільством, включаючи екологічну, соціальну та етичну діяльність. Соціальна роль підприємництва проявляється у задоволенні потреб суспільства та вдосконаленні його стану через реалізацію ініціатив та інноваційних проектів [12]. Дослідження Ш. Террі підтверджують, що кожні 100 дол. США, витрачені в малих підприємствах роздрібною торгівлі, забезпечують повернення понад 63 дол. США в місцеву економіку, у порівнянні з 14 дол. США, що надходять від транснаціональних корпорацій. Наприклад, лише у США підприємці створюють понад 1,1 млн робочих місць у своїх громадах [10]. Теоретичні аспекти соціалізації бізнесу визначають сучасний підхід до управління діяльністю бізнесу. Він свідчить про поступову відмову від традиційних бізнес-моделей на користь урахування соціальних, екологічних та етичних чинників. У контексті розвитку бізнесу важливо розуміти, що впровадження соціальної відповідальності необхідно реалізувати через різноманітні форми соціалізації, що базуються на цінностях та моральних принципах суспільства і, таким чином, сприяє підтримці соціальної стабільності, а також сприяє вирішенню актуальних проблем і впровадженню інноваційних рішень в бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1. Господарський Кодекс України: Законодавство України від 08.03.2024 № 436-IV. Верховна Рада України, 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Кириленко Л. Необхідність, сутність та напрями соціальної орієнтації економічного розвитку. Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Економіка. 2014. № 12 (165). С. 18-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_12_6.
3. Кравченко Н. В. Соціалізація як фактор розвитку інноваційного потенціалу підприємства в умовах глобалізації. Ефективна економіка. 2016. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_5_23.

4. Носик О. М. Теоретичні підходи до визначення змісту соціально-інноваційної моделі економічного розвитку. БізнесІнформ. 2014. № 4. С. 59-63. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_10.

5. Петькун С., Гудзь О. Соціальна відповідальність бізнесу в цифровій державі: Нові ціннісні орієнтири в поствоєнних умовах. Наукові перспективи. 2023. № 7(37). С. 140-153. DOI:[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7\(37\)-140-153](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-7(37)-140-153).

6. Святенко С. В., Донських Ю. А. Нові підходи до фінансування соціальних підприємств. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2019. № 6(23). С. 393-402. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.23-59>.

7. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting (Text with EEA relevance). Eur-lex. 2023. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj>.

8. Rights and protections under Occupational Safety and Health Act of 1970; procedures for remedy of violations on April 5, 2024. Office of the Law Revision Council "United States Code", 1970. URL:<https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=Occupational+Safety+and+Health+Act&f=treesort&fq=true&num=4&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1341>.

9. Rights and protections under title VII of Civil Rights Act of 1964, Age Discrimination in Employment Act of 1967, Rehabilitation Act of 1973, and title I of Americans with Disabilities Act of 1990 on April 5, 2024. Office of the Law Revision Council "United States Code", 1964. URL:<https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=Civil+Rights+Act+1964&f=treesort&fq=true&num=2&hl=true&edition=prelim&granuleId=USC-prelim-title2-section1311>.

10. Tarry S. The Profound Effects of Losing Independent Retailers and Businesses in Canada During the Pandemic. Retail Insider Media, 2021. URL: <https://retail-insider.com/retail-insider/2021/03/the-profound-effects-of-losing-independent-retailers-and-businesses-in-canada-during-the-pandemic>.

11. U.S. Code. Legal information system. Cornell Law School, 2024. URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text>.

12. Winter D. What Is Entrepreneurship? Get Started as an Entrepreneur (2024). Shopify, 2023. URL: <https://www.shopify.com/blog/what-is-entrepreneurship>.

УДК 332.14

JEL Classification: R11

Силенко М. Ф.,
канд. екон. наук,
виконавчий директор,
Чернігівське регіональне відділення
Асоціації міст України, м. Чернігів

ТРАНСФОРМАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ: ВІД СУБСИДЮВАННЯ ДО ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ І ВЗАЄМОДІЇ НА ОСНОВІ ПАРТНЕРСТВА

Повномасштабне вторгнення російської федерації створило небачені до того виклики для України. Тому підходи до управління як на центральному так і на місцевому рівнях у умовах воєнного стану потребують перегляду та вдосконалення. Для цього доцільно здійснити аналіз становлення регіональної політики в Україні від набуття незалежності і до сьогодення. Це сприятиме глибшому розумінню проблематики та пошуку сучасної дієвої моделі відносин по лінії "центр-регіони" в умовах тривалої зовнішньої загрози.

Державна регіональна політика в Україні з самого початку здобуття незалежності пройшла тривалий та болісний період змін і вдосконалення. У спадок від Радянського Союзу молодій державі дісталася застаріла управлінська модель та регіони з дуже значними економічними, соціальними та культурними відмінностями. Пласт проблем державного становлення на початку 90-х років був здебільшого нерозв'язним в умовах наявності неефективного формату відносин центральної влади і регіонів. Тому жодної системної роботи щодо формування дієвих інструментів регіонального розвитку налагоджено не було.

Одним з перших документів у питанні стимулювання регіонального розвитку був Закон України "Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон" від жовтня 1992 року [1]. Документ визначав порядок створення і ліквідації та механізм функціонування спеціальних (вільних) економічних зон на території України, загальні правові і економічні основи їх статусу. Практика існування таких зон викликала серйозну критику серед експертного середовища, оскільки економічний ефект був сумнівним. У 2003 році Президент України (на той час) Леонід Кучма висловив невдоволення щодо діяльності

створених в Україні вільних економічних зон (ВЕЗ). Критика результатів роботи ВЕЗ виявилася настільки гострою, що голова держави назвав їх "вільними напівкримінальними зонами" і заявив про необхідність ліквідувати ці утворення [2].

Після Помаранчевої Революції і приходу до влади команди Віктора Ющенка був запит суспільства на проведення реформ. В уряді вводять посаду віцепрем'єр міністра з питань адміністративно-територіальної реформи. Ним став Роман Безсмертний, який у квітні 2005 року він представив профільному комітету Верховної ради законопроект "Про територіальний устрій". Ініціатива Безсмертного не представляла системне бачення реформування місцевого самоврядування, а тому отримала значний опір управлінців і політиків. О.Врублевський дав таку оцінку намаганням урядовця: "Головною вадою тієї спроби стала відсутність комплексного підходу до реформи і відсутність концептуального документа, в якому б кожен із зацікавлених осіб – сільський голова чи голова РДА – зміг би побачити себе і своє майбутнє"[3].

У тому ж у 2005 році з'являється важливий документ – Закон України "Про стимулювання розвитку регіонів" [4]. Його норми неодноразово піддавались критиці у дослідженнях науковців, зокрема [5]. І все таки це була вже реальна спроба пошуку механізмів розвитку територій і згладжування регіональних диспропорцій.

Реальна трансформація державної регіональної політики розпочалась у 2014 році після ухвалення урядом "Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади" [6]. Цей документ став відправною точкою для формування об'єднаних територіальних громад, впровадження бюджетної децентралізації та укрупнення районів. У процесі реформування з'являються дієві інструменти впливу на розвиток територій: Державний фонд регіонального розвитку та субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад.

Наступний важливий нормативно-правовий крок у продовженні децентралізації влади – прийняття Верховною Радою України у лютому 2015 року Закону України "Про засади державної регіональної політики" [7]. У цьому документі формалізовано мету, принципи, а також визначено об'єкти, суб'єкти і пріоритети державної регіональної політики.

Етап реформування 2014-2021 рр безумовно є суттєвим досягненням у побудові проєвропейської моделі адміністративно-територіального устрою та запровадженні сучасних механізмів розвитку територій. Але протягом

зазначеного періоду так і не вдалося внести зміни до Конституції України в частині децентралізації. Це забезпечило б трансформацію обласних і районних адміністрації у органи префектурного типу і конституційно закріпило б відхід від централізованої моделі управління в державі.

Повномасштабне вторгнення Росії у лютому 2022 року змусило центральну та місцеву владу переглянути пріоритети регіонального розвитку. Ключовим стає питання планування відновлення інфраструктури та посилення стійкості у боротьбі з російськими агресорами. У липні 2022 року Закон України "Про засади державної регіональної політики" зазнає важливих змін [7]. Вводяться чотири функціональні типи територій – території відновлення, регіональні полюси зростання, території з особливими умовами для розвитку, території сталого розвитку. Для територій, що постраждали від російської агресії, стає обов'язковим новий документ стратегічного планування – план відновлення та розвитку [8].

Через запровадження воєнного стану суттєво посилилась роль обласних та районних військових адміністрації. В окремих територіальних громадах були введені навіть міські, селищні та сільські військові адміністрації. Часто їх діяльність не обмежувалась питаннями безпеки і оборони, а ще й поширювалась на самоврядні функції. Це, у свою чергу, посилює централізаційні процеси в державному управлінні.

Сьогодні важливо знайти баланс між повноваженнями представників центральної влади на місцях та правами і спроможністю місцевого самоврядування вирішувати питання місцевого значення. Тому доцільно вже зараз розпочати пошук прийняттого формату регулювання регіональним розвитком в умовах воєнного стану та можливої довготривалої зовнішньої загрози.

Список використаних джерел

1. Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон : Закон України від 13.10.1992 р. № 2673-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2673-12> (дата звернення: 10.04.2024).
2. "Донецькі" під ударом. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2003/02/7/156697> (дата звернення: 10.04.2024).
3. Реформування територіального устрою та місцевого самоврядування в Україні: проекти нормативно-правових актів / упоряд. О. С. Врублевський. Київ : Інститут громадян. суп-ва, 2009. 80 с.
4. Про стимулювання розвитку регіонів : Закон України від 08.09.2005 р. № 2850-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2850-15> (дата звернення: 10.04.2024).

5. Силенко М. Ф., Сахаров В. Є. Державне регулювання та децентралізація в контексті розвитку депресивних територій України : наук. монографія. Київ : Нац. акад. упр., 2016. 128 с.

6. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p> (дата звернення: 10.04.2024).

7. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 05.02.2015 р. № 156-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (дата звернення: 10.04.2024).

8. Про затвердження порядків з питань відновлення та розвитку регіонів і територіальних громад : Постанова Кабінету Міністрів України від 18.07.2023 р. № 731. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/731-2023-p> (дата звернення: 10.04.2024).

УДК 338.486

JEL Classification: Z32

Ткачук Х. В.,

здобувачка вищої освіти,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк

Єрко І. В.,

канд. геогр. наук, доцент кафедри
туризму та готельного господарства,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк

ІНФРАСТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

До повномасштабного вторгнення росії готельно-ресторанне господарство було однією з найбільш динамічних та перспективних галузей національної економіки України, що потужно розвивалася останніми роками. Але протягом першого року російсько-української війни інфраструктура бізнесу гостинності усіх регіонів України зазнала значних збитків, а об'єкти південних та східних областей були взагалі втрачені.

На сьогоднішній день ситуація на ринку готельно-ресторанної справи у значній мірі залежить від регіону знаходження об'єкту інфраструктури гостинності: попри значне просідання в перші місяці війни, зараз більшість об'єктів цієї галузі економіки західних і центральних регіонів України за рівнем продажів вийшли на довоєнний рівень [1, с. 19-23].

Найвища та найбільш загально сформульована функція, яку інфраструктурні об'єкти готельного та ресторанного господарства мають виконувати, є задоволення потреб гостей, які там проживають. З розвитком цивілізації, суспільства, комунікацій, з підвищенням мобільності людини та розширенням її доступу до новітніх технологій, труднощі, пов'язані із задоволенням зазначених потреб, зростають з року в рік.

Тому моделі інфраструктурного забезпечення як готельної, так і ресторанної сфери багатогранні та багатофункціональні. Окремі об'єкти, через агресивну і численну конкуренцію на цьому ринку послуг, постійно вдосконалюються та розширюють спектр готельних і ресторанних послуг, що пропонуються.

Основною функцією інфраструктури готелю є задоволення основних потреб гостей у відпочинку. Чим вище клас готелю, тим більшу площу займають об'єкти інфраструктури. Готель задовольняє цю потребу завдяки пропозиції свого номерного фонду. Вони бувають різних типів, розраховані на різну кількість гостей, що дозволяє мати гостям широкий вибір, адаптований до індивідуальних потреб кожного гостя. Деякі готелі взагалі пропонують номерний фонд у вигляді розкішно обладнаних апартаментів, з окремою зоною для самостійного приготування їжі.

До основних чинників, які мають безпосередній вплив на структуру інфраструктурного забезпечення готельного та ресторанного господарства, відносять розташування та категорію готельного проекту. Залежно від того, бізнес-готель це, чи курортний, відрізнятиметься і структура та потужність об'єктів його інфраструктури. Так, у не курортному місті – готелі, в основному, розраховані на бізнесменів та відповідні заходи, а тому в них основний акцент зроблений на такі об'єкти, як конференц-зали і банкетні зони. В той же час, курортний готель для туристів повинен надавати більше послуг та сервісів, що передбачають комфортне цілодобове перебування відпочиваючих, щоб у них не виникало потреби залишати межі готельного комплексу [2].

Другою основною потребою клієнтів бізнесу гостинності, є задоволення їх потреб в харчуванні. Масштаби готелю прямо впливають на потужність об'єктів ресторанної інфраструктури. Очевидним є те, що кількість місць у ресторані має відповідати кількості номерів.

Сучасні українські готелі прагнуть надати своїм гостям широкий вибір інфраструктурних об'єктів, де вони можуть задовольнити цю потребу – звідси різноманітність кафе, барів і ресторанів, що працюють в готельних комплексах. Крім цього, усі готелі пропонують послуги замовлення їжі в номер та міні-бари в номерах [3].

Зі стрімким розвитком сфери інформаційно-комунікаційних технологій вагомим значенням набуває оснащення готельно-ресторанного комплексу об'єктами ІТ-інфраструктури, що широко використовуються як клієнтами сфери гостинності, так і є інструментами для управління в цій галузі. ІТ-структура включає POS-комп'ютери, сервери баз даних, фіскальні принтери, телефонні системи, камери спостереження різного рівня, кухонні монітори KDS і таке інше. Усі вони спрямовані на підвищення ефективності роботи готельно-ресторанного бізнесу, покращення швидкості обробки потоку інформації, контролю за інфраструктурними об'єктами і персоналом, швидкого усунення позаштатних ситуацій. В індустрії гостинності використовуються спеціальні POS-рішення.

ІТ-інфраструктура сучасного українського ресторану або кафе надає можливість: контролювати телефонні дзвінки; використовувати телефонні застосунки; ідентифікувати клієнта, який телефонує; контролювати процес виконання замовлення і доставки; має систему моніторингу роботи з постачальниками. Це суттєво збільшує ефективність роботи об'єкта ресторанної сфери.

Запровадження онлайн-каналу продажів призводить до застосування програмного забезпечення, що дозволяє автоматично реєструвати замовлення з цього каналу. Поява сенсорних моніторів на кухні, на кожній її виробничій ділянці, зумовлена бажанням власників закладу харчування прискорити цикл виробництва. На таких моніторах відображається інформація про ступінь готовності блюд, офіціанти автоматично інформуються про фінальний результат. Такі ж повідомлення надсилаються на смартфон чи айфон особи, яка зареєструвала замовлення. Усі перераховані вище функції, поєднані в одному програмному забезпеченні, дозволяють досягти конкурентної переваги над конкурентами, прийняти правильні рішення щодо меню ресторану чи кафе. Все це допомагає власнику об'єкта сфери харчування розширити клієнтську базу, оптимізувати роботу свого закладу, підвищити рівень організації обслуговування клієнта, збільшити ефективність роботи [4].

Важливими факторами, що впливають на вибір потенційних гостей готельних та ресторанних комплексів, також є: легкість доступу до них; невелика віддаленість від місця відпочинку чи роботи; наявність басейну, аквапарку, Spa/Wellness зони; можливість змістовно провести вільний час. Якщо мова йде про корпоративних клієнтів, то для них важливою інфраструктурною складовою при прийнятті рішення щодо вибору готельного комплексу є наявність відповідної кількості конференц-залів.

Досліджуючи певні вимоги до об'єктів інфраструктурного забезпечення в залежності від категорії готельного комплексу, слід зазначити, що єдиних світових стандартів у цій галузі не існує. Всі готельні оператори мають свої розроблені стандарти щодо інфраструктури, які, з одного боку, є чіткими та досить суворими, з іншого – припускають певну гнучкість, зумовлену індивідуальністю кожного готельного комплексу.

Усі об'єкти інфраструктурного забезпечення готельного чи ресторанного господарства повинні поєднуватися та доповнювати один одного, створюючи конкурентний і прибутковий проект. Тільки за виконання такої умови функціонування інфраструктурного механізму, можливе успішне функціонування готельно-ресторанного господарства, його значна популярність серед клієнтів, стабільна і висока прибутковість.

Список використаних джерел

1. Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022, № 6, С. 19-23. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-3> (дата звернення: 10.04.2024).

2. Інфраструктура у готельному проекті: баланс функцій. Веб-сайт. URL: <https://commercialproperty.ua/analitics/infrastruktura-v-gostinichnom-proekte-balans-funktsiy> (дата звернення: 10.04.2024).

3. Orłowski D., Woźniczko M. Organizacja gastronomii hotelowej na przykładzie hotelu Marriott w Warszawie. *Hotel i jego infrastruktura*. WSTIHG, 2011, wydanie I. S. 35-56. URL: https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-28b0a395-d16f-4c5c-8172-e4aa35bf2575/c/03-Organizacja_gastronomii.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

4. Infrastruktura informatyczna współczesnej restauracji Strona internetowa. URL: <https://akadia.pl/infrastruktura-informatyczna-wspolczesnej-restauracji/> (дата звернення: 10.04.2024).

УДК 334.72:338.245

JEL Classification: M21

Хохлова В. В.,

здобувач вищої освіти,
Державний університет економіки
і технологій, м. Кривий Ріг

Темченко О. А.,

д-р техн. наук, професор,
професор кафедри економіки
та цифрового бізнесу,
Державний університет економіки
і технологій, м. Кривий Ріг

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Підприємницька діяльність має велике значення для будь-якої країни світу, оскільки стимулює економічне зростання, впроваджує інновації, допомагає вирішувати соціальні проблеми і підтримувати розвиток громад, надає можливість людям реалізувати свої ідеї та творчий потенціал. Також підприємництво надає можливість досягти економічної незалежності. Замість того, щоб працювати на когось і отримувати зарплату, підприємець має можливість створити свій власний бізнес і контролювати свої доходи.

Для України підприємницька діяльність стоїть у пріоритеті, особливо після повномасштабного вторгнення Росії, коли реальний ВВП України за підсумками 2022 року впав на 29,1% [1]. Українська влада ввела пільги, запропонувала державні програми, що пов'язані з полегшенням з податкової сторони для бізнесу та знизила навантаження для майбутніх підприємців, які вже давно замислилися створити свій бізнес.

Війна на території України створила економічну кризу, пов'язану з постійними повітряними тривогами, ракетними загрозами, крім цього створювані штучні техногенні катастрофи окупантами та тимчасово окуповані території, всі ці чинники суттєво вплинули на успішний розвиток підприємницької діяльності. Тому держава запровадила більш вагому підтримку для бізнесу з метою його розростання та зменшення відсотку збанкрутілих підприємств.

Мета даної роботи полягає у висвітленні особливостей вітчизняної підприємницької діяльності в умовах воєнного стану та запропонувати нові ініціативи для її підтримки.

У представленому дослідженні систематизовано та проаналізовано особливості та умови функціонування бізнесу в Україні під час воєнного стану.

Перш за все необхідно розглянути найважливіші кроки держави для підтримки підприємницької діяльності. Саме тому у проекті Дія.Бізнес [2] реалізованим Міністерством цифрової трансформації та Офісом з розвитку підприємництва та експорту був введений цілий розділ під назвою "Підтримка бізнесу під час війни". На рис. 1 наведено основні ініціативи для підтримку бізнесу в Україні.

Ці ініціативи допомогли багатьом підприємцям за допомогою цифрового додатку адаптуватися до змін у швидкозмінюючому середовищі та вчасно реагувати на нові виклики у воєнний період. Крім цього, вони вказують на важливість впровадження цифрових технологій та інновацій у бізнес-процеси для забезпечення ефективності, конкурентоспроможності та оперативного прийняття стратегічних рішень. Підкреслення цього напрямку може стати ключовим чинником в успішному виживанні та розвитку підприємств у складних умовах воєнного стану, сприяючи стійкості та інноваційному зростанню бізнесу.



Рис. 1. Основні ініціативи для підтримку бізнесу в Україні [2]

За допомогою дослідження сайту Delo.ua [3] було розроблено діаграму на рис. 2, де вказано відсоткове співвідношення змін, що зазнали малий та середній бізнес України за перший та другий квартал 2023 року.

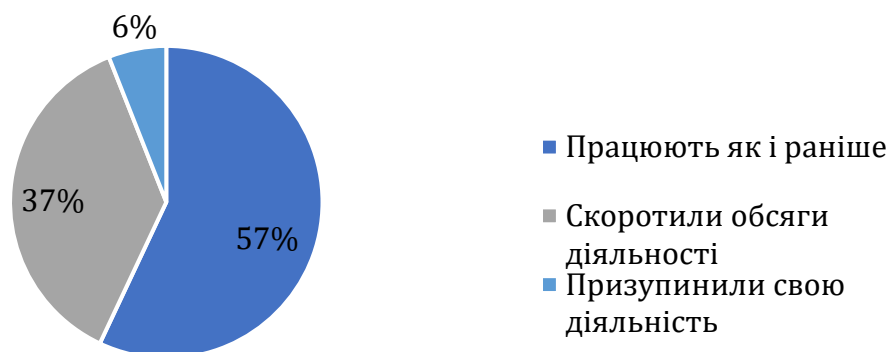


Рис. 2. Відсоткове співвідношення змін, що зазнали малий та середній бізнес України за перший та другий квартал 2023 року [3]

Отже, з цієї діаграми можна зробити певні висновки, що воєнний конфлікт в Україні вплинув на малий та середній бізнес у країні в різноманітних аспектах. Нестабільність на фінансовому ринку та зміни в ланцюгах постачання призвели до скорочення обсягів діяльності для частини підприємств. Порушення безпеки та спад споживчого попиту додали викликів для бізнесу в умовах військових дій.

Однак важливо відзначити, що деякі підприємства зберегли свою активність та продовжують працювати як і раніше, адаптуючись до нових реалій воєнного конфлікту. Важливим фактором для бізнесу стає вміння швидко реагувати на зміни, забезпечуючи безпеку підприємницької діяльності та збереження ланцюгів постачання.

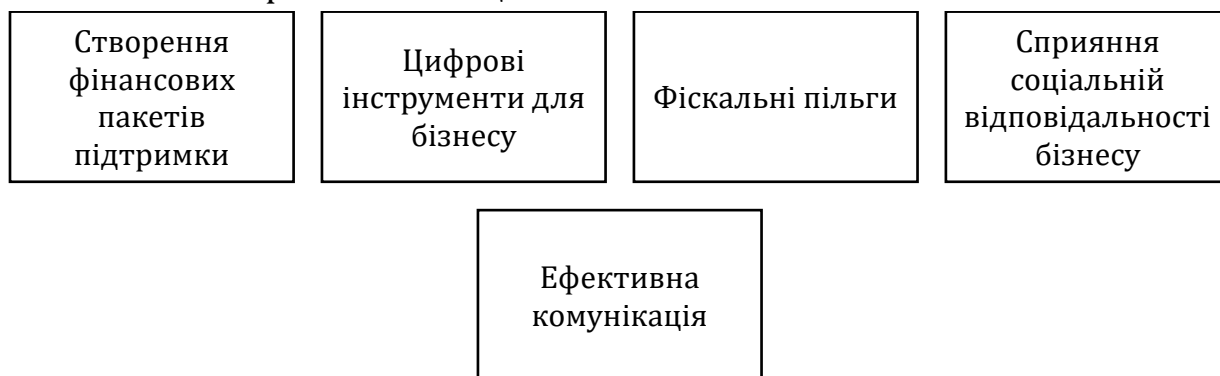


Рис. 3. Ініціативи, які могли би допомогти у підтримці підприємницької діяльності в умовах воєнного стану

Майбутні перспективи для малих та середніх підприємств в Україні в умовах воєнного стану будуть залежати від подальшого розвитку

конфлікту та ефективності управління кризовими ситуаціями. Щодо держави, важливо буде продовжувати розробку та впровадження заходів підтримки підприємців, спрямованих на збереження бізнес-середовища та стимулювання економічного відновлення.

На рис. 3 наведено запропоновані ініціативи, які могли би допомогти у підтримці підприємницької діяльності в умовах воєнного стану.

Уряд може розробити та реалізувати спеціальні програми фінансової підтримки для підприємців, що дозволить їм отримати доступ до кредитів, грантів або субсидій для відновлення та розвитку своєї діяльності в умовах воєнного конфлікту, а саме: розвиток та впровадження цифрових технологій, які дозволять підприємцям здійснювати онлайн-операції, віддалену роботу, та використовувати інші інноваційні рішення для підтримки бізнесу в умовах обмежень та нестабільності; надання підприємствам фіскальних пільг, зокрема, податкових канікул, для полегшення фінансового тиску в умовах нестабільності; сприяння підприємствам у взятті на себе соціальної відповідальності та участі в ініціативах, спрямованих на підтримку спільнот та місцевого населення в умовах воєнного конфлікту; розробка системи для ефективного обміну інформацією між владою та підприємцями, щоб швидко реагувати на зміни у воєнному стані та надавати актуальні поради.

В будь-якому сценарії важливо зберігати холодний розум і вживати нові ініціативи для підтримки підприємницької діяльності у такий важкий час для України. Проте особливостей підприємницької діяльності в умовах воєнного стану існує велика кількість. Але в будь-якому випадку війна завершиться перемогою України, і після війни настане період, коли деякі ініціативи втратять сенс, тоді вже будуть необхідні кроки для приведення бізнесу відповідно до чинного законодавства.

Список використаних джерел

1. Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.04.2024).
2. Підтримка бізнесу в умовах війни. ДіяБізнес. URL: <https://business.dii.gov.ua/wartime> (дата звернення: 19.04.2024).
3. Звикають до нової реальності. Як українські компанії та підприємці оцінюють перспективи 2023 року. Delo.ua. URL: <https://delo.ua/business/zvik-ayut-do-novoyi-realnosti-yak-ukrayinski-kompaniyi-ta-pidprijemci-ocinyuyut-perspektivi-2023-roku-412290> (дата звернення: 19.04.2024).

УДК 631.15

JEL Classification: O39

Шиманська О. П.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки
та економічної теорії,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль
Кіндзерський Н. Р.,
здобувач вищої освіти,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

**КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ КОМПАНІЇ З
УРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ
(НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NESTLÉ)**

Завдяки інноваціям, які є драйверами економічного зростання, сучасні компанії у довгостроковій перспективі можуть забезпечити стійкість та оптимальні масштаби бізнесу. Основним аргументом на користь такого припущення, на нашу думку, є те, що компанії, які генерують нові підходи до ведення бізнесу отримують конкурентні переваги у тій сфері, в якій вони функціонують. Варто зазначити, що позитивний вплив інновацій спостерігається не лише на мікро-, макро-, а й на глобальному рівні. Країни здатні досягати вищих темпів економічного зростання, сприятливих торговельних умов, спеціалізуючись на наукоємних продуктах виробництва, які характеризуються вищою доданою вартістю. Це, загалом, слугує підґрунтям для розробки економічної політики у світі, яка б стимулювала впровадження інновацій та підвищення ефективності інноваційного процесу.

Успіх компаній за умов жорсткої ринкової конкуренції залежить від їх здатності стратегічно "обійти" конкурентів шляхом пропонування якісно кращих товарів і послуг, а також розширення їх номенклатури. На відміну від великих корпорацій, які, користуючись перевагами, здатні забезпечити зростання бізнесу, більшості малих компаній не вистачає для цього належних умов, що пов'язано з їх розмірами, нестачею фінансових ресурсів та робочої сили, правовим захистом, ефективністю інновацій в аспекті диверсифікації бізнесу, адаптивністю до змін ринкового середовища,

стимулами у використанні існуючих та запровадженні новітніх технологій. Таким організаціям бракує можливостей інноваційного розвитку, що негативно позначається на їх ефективності. Спроможність до інновацій пов'язана зі знаннями та вміннями, які необхідні для вдосконалення існуючих та створення нових технологій [1].

Одним з найважливіших драйверів розвитку сучасних компаній, в аспекті концептуалізації процесів управління конкурентоспроможністю з урахуванням інноваційних підходів, є digital-трансформація. Зокрема, у випадку швейцарської компанії Nestlé (однієї з найбільших виробників споживчих товарів у світі) digital-трансформація охоплює усі аспекти бізнесу, сприяючи створенню нових платформ для зростання, підвищення ефективності діяльності та швидкості реагування на запити споживачів. Nestlé прогресує на підґрунті цифровізації та новітніх способів передачі даних. Сучасні споживачі все більшою мірою стають залежними від цифрових технологій, відповідальніше ставляться до власного здоров'я та стилю життя. Виходячи з цього, сучасні бренди намагаються якомога швидше реагувати на потреби споживачів, які бажають легко реалізувати свої запити та інтегрувати їх у повсякденному житті.

Компанія Nestlé задля посилення конкурентних позицій на ринку зосереджена, насамперед, на процесі цифровізації, який пов'язаний з:

- масштабним зростанням електронної комерції;
- використанням аналітичного інструментарію для кращого розуміння потреб споживачів;
- оцифруванням операцій з адміністрування тощо.

Зокрема, завдяки зростанню масштабів електронної комерції, обсяг продажів компанії упродовж 2022 року зріс на 8,4%, до 94,4 млрд швейцарських франків (102,31 млрд дол. США) [2].

З метою утримання конкурентних переваг компанія Nestlé постійно вдосконалює свою діяльність через запровадження цифрових інновацій, насамперед, шляхом: використання штучного інтелекту у формі чат-ботів для підвищення зацікавленості споживачів до власної продукції (наприклад, послуги помічників у приготуванні їжі); розширення та персоналізації послуг (зокрема, поради щодо здорового харчування); пропозиції послуг соціальної комерції та голосового пошуку задля зручності здійснення покупок тощо.

З метою зміни маркетингових та комерційних практик із врахуванням сучасних світових тенденцій компанія Nestlé активно залучає аналітиків у сфері цифрових інновацій. Окрім цього, Nestlé активізує зусилля в напрямку

підвищення фахових компетентностей працівників, здатних використовувати інформаційні комп'ютерні, й, насамперед, цифрові технології, з метою забезпечення вищого рівня задоволення потреб споживачів, досягнення кращих професійних результатів та підвищення ефективності бізнесу загалом.

Таким чином, інноваційна модель бізнесу та інноваційна організаційна культура компанії Nestlé є прерогативами її діяльності на шляху розвитку та поглиблення конкурентних переваг. Лише через взаємне поєднання обох підходів можливо забезпечити утримання конкурентних позицій на ринку.

Список використаних джерел

1. Guan & Ma. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*. Volume 23, Issue 9. P. 737-747. doi:10.1016/S0166-4972(02)00013-5.

2. Прасад А. Nestle планує подальше підвищення цін на продукцію через зростання витрат. URL: <https://forbes.ua/news/nestle-planue-podalshe-pidvishchennya-tsin-na-produktsiyu-cherez-zrostannya-vitrat-16022023-11766> (дата звернення 19.04.2024).

УДК 338

JEL Classification: G32

Ярмак О. В.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри економічної

теорії та міжнародної економіки,

Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків

Веріго Н. С.,

здобувачка вищої освіти,

Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків

ФІНАНСОВА СТІЙКОСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Фінансова стійкість є вирішальним фактором, який вирізняє інноваційний потенціал підприємств, а також є передумовою для їх інноваційних починань. У науковій літературі представлені різні погляди на фінансову

стабільність, але зазвичай її розуміють як здатність системи зберігати свої характеристики в мінливому середовищі, повертатися до початкового стану, коли виникають проблеми з її функціонуванням, і протистояти негативним впливам. Підприємства можуть залишатися фінансово стійкими, лише якщо вони зможуть вижити та розвиватися на швидко мінливому та конкурентному ринку, розумно використовуючи власні гроші та відповідно до вимог ринку.

Для ефективного управління фінансовою стійкістю вкрай важливо усвідомити головний аспект її забезпечення – стабільну платоспроможність, що досягається наявністю значної частини власного капіталу як джерела фінансування. Це дозволяє компанії працювати без впливу зовнішніх факторів, а також захищає її від кредиторів, що, у свою чергу, мінімізує ризик банкрутства. Фінансова стабільність компанії має вирішальне значення для її успіху на ринку, оскільки вона дозволяє інвестувати та розвиватися за рахунок нових ідей. При цьому важливо враховувати вплив як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, які прямо та опосередковано впливають на фінансову стійкість підприємства. Щоб підтримувати стабільний фінансовий стан, підприємство повинно враховувати різні фактори, які знаходяться поза його контролем, такі як загальна економіка, конкретна галузь, правова база та інші зовнішні впливи.

Визначаючи фінансову безпеку компанії, конкретний результат може бути досягнутий на основі мети оцінки:

- власники підприємства хочуть мати більше грошей у борг;
- кредитори ж хочуть, щоб у суб'єктів господарювання було більше грошей, якими вони володіють;

Встановлення меж фінансової безпеки є вирішальним економічним фактором. Недостатня фінансова стабільність може призвести до того, що бізнес збанкрутує та не матиме достатньо грошей для свого розвитку та діяльності. Коли є занадто велика фінансова стабільність, це може перешкоджати виробництву та економічному зростанню, уповільнюючи розвиток і збільшуючи витрати бізнесу через надлишкові запаси та резерви.

Фінансова стабільність – це тип грошей і бізнес-ситуація, які можна виміряти різними цифрами. Щоб оцінити фінансову безпеку компанії, нам потрібно провести дослідження в кілька етапів. Спосіб розрахунку показників поняття "фінансова стійкість" різниться в залежності від конкретних завдань аналізу та інтерпретації. Зазвичай аналіз виконується в такому порядку: спочатку збираються дані, потім обробляється і нарешті результати отримані:

- 1) загальна оцінка фінансового стану;
- 2) оцінка ступеня фінансової стійкості системи з використанням інформації з балансу системи;

3) оцінка даних балансу системи абсолютних показників, які відображають джерела формування і забезпечення резервів, і дають змогу вибрати відповідний тип фінансової стійкості підприємства;

4) використання інформації з фінансової звітності та аналіз рівня прибутковості та фінансової стійкості.

Оцінка фінансової стійкості включає виявлення:

1) узгодженості джерел формування капіталу;

2) стійкість ресурсів;

3) стабільність управління.

Дослідження методів оцінки фінансової стійкості підприємства, факторів, що сприяють його успіху, аналіз системи оцінки фінансової стійкості дозволяє зробити такі висновки:

– здатність підтримувати постійний прибуток і управляти витратами є основою для виживання компанії та стабільної роботи в бізнес-середовищі. Ця ідея, яка має видимі ознаки, створюється економічними діями і на неї впливають різні речі;

– ідея "фінансової безпеки" є складною. Автори економічної літератури мають різні точки зору та рівні аналізу фінансової стабільності. Деякі зосереджуються лише на цьому, тоді як інші також розглядають стабільність ресурсів, стабільність капіталу та стабільність управління. Щоб гарантувати фінансову стійкість, підприємство має спочатку визначити всі фактори, що впливають на його господарську діяльність, щоб запобігти негативним наслідкам для всього підприємства. Крім того, важливо оцінити незалежність підприємства від зовнішніх джерел, його здатність генерувати прибуток і ймовірність збереження цього стану. Цього можна досягти шляхом проведення комплексного аналізу фінансової стійкості за цілим рядом показників

Список використаних джерел

1. Гапак Н. М., Капштан С. А. Особливості визначення фінансової стійкості підприємства. Серія Економіка. Випуск 1 (42). С. 191–196. URL: http://www.visnyk-ekon-old.uzhnu.edu.ua/images/pubs/42/42_39.pdf (дата звернення: 20.04.2024).

2. Левкович О. В., Калашнікова Ю. М. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства. Ефективна економіка. №4. 2021. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2021/78.pdf (дата звернення: 20.04.2024).

3. Ткаченко Є. Ю., Фатюха В. В., Яришко О. В. Фінансова стійкість підприємства: сутність та основи управління. Інфраструктура ринку. Випуск 56. 2021. С. 129–134. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/56_2021/24.pdf (дата звернення: 20.04.2024).

СЕКЦІЯ 2. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ
SECTION 2. INTERNATIONAL RELATIONS

УДК 339.9(20)

JEL Classification: M16

Богородицька Г. Є.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин,
Університет митної справи
та фінансів, м. Дніпро
Пришедько В. О.,
здобувачка вищої освіти,
Університет митної справи
та фінансів, м. Дніпро

**ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ФРАНЦІЇ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТОРГОВІ ПАРТНЕРИ**

Франція є однією з найбільших економік у Європейському Союзі і глобальним гравцем на ринку міжнародної торгівлі. Основні товари, які Франція експортує, включають автомобілі, літаки та іншу транспортну техніку, хімічні продукти, косметику, ліки, модний одяг та вино. Серед основних імпортованих товарів можна відзначити нафту, газ, машини, електронні пристрої, фармацевтичні продукти, текстиль і металеві вироби.

Франція, як член Європейського Союзу (ЄС), бере участь у численних торговельних угодах на різних рівнях: багатосторонньому, регіональному та двосторонньому. Одні з найважливіших торговельних угод, в яких бере участь Франція, включають такі:

1. Європейський Союз. Франція є частиною великого внутрішнього ринку ЄС, де здійснюється вільний рух товарів, послуг, капіталу та праці між країнами-членами. Це найбільший торговий блок у світі, який створює сприятливі умови для торгівлі Франції з іншими державами-членами ЄС.

2. Угода про асоціацію ЄС-Україна. Ця угода, підписана між ЄС та Україною, включає зону вільної торгівлі, яка сприяє збільшенню обсягів торгівлі між Україною та Францією [1].

3. Торговельна угода між ЄС та Канадою. Ця угода створює один з найбільших вільних торгових зон у світі. Вона полегшує торгівлю товарами та послугами між Францією та Канадою та регулює інвестиційні відносини [2].

4. Світова Організація Торгівлі. Франція, як член СОТ, бере участь у міжнародних торговельних переговорах та дотримується правил, що регулюють світову торгівлю [3].

5. Регіональні торговельні угоди. Франція також бере участь у ряді регіональних торговельних угод через свої зв'язки з іншими регіонами, такими як Африка, Карибський басейн та Тихоокеанський регіон та інші.

Ці угоди сприяють розвитку міжнародної торгівлі, підвищенню експортних можливостей для французьких компаній та забезпеченню доступу до імпорتنих ринків для продукції з Франції.

Згідно з даними СОТ на 2021 рік, Франція є дев'ятим експортером та шостим імпортером товарів, обсяг торгівлі якої становить 60,8% ВВП країни за даними Всесвітнього банку. Станом на 2021 рік імпорт товарів становив близько 714 млрд дол, спостерігається значне збільшення обсягу імпорту товарів у період з 2017-2018 рр., та різкий спад у 2020 році. Експорт товарів займає більш-менш стабільну позицію, також зі спадом у 2020 році [4;5;6].

Щодо імпорту та експорту послуг він займає меншу частку ніж товари та також зберігає позицію на одному рівні, змінюючись на незначну кількість за проаналізований період (табл. 1).

Таблиця 1

Зовнішня торгівля Франції, 2017-2021 рр. [5]

Значення зовнішньої торгівлі	2017	2018	2019	2020	2021
Імпорт товарів, млрд дол.	618,649	676,441	654,658	582,564	714,102
Експорт товарів, млрд дол.	535,189	582,222	570,951	488,372	584,768
Імпорт послуг, млрд дол.	245,329	273,593	269,94	231,587	258,299
Експорт послуг млрд дол.	273,953	302,272	293,569	244,998	303,028

Згідно з даними Міжнародного валютного фонду, обсяг експорту товарів і послуг збільшився на 8,8% порівняно з 2020 роком, а обсяг імпорту зросли на 8%. Торговельний баланс країни станом на 2021 рік становить – 36,852 млрд дол, включаючи експорт/імпорт товарів та послуг.

Також таблиця 2 демонструє загальну частку зовнішньої торгівлі порівняно з ВВП Франції. У 2021 році даний показник становить 60,8%. Після спаду у 2020 році через пандемію COVID-19, обсяги торгівлі зросли у 2021 році і залишилися на високому рівні в 2022 році.

Таблиця 2

Частка торгівлі у економіці Франції, 2017-2021 рр. [5]

Індикатори зовнішньої торгівлі	2017	2018	2019	2020	2021
Зовнішня торгівля, % від ВВП	63	64,4	64,1	56,9	60,8
Торговельний баланс, млрд дол.	-51,541	-60,734	-52,8	-66,74	-79,542
Торговельний баланс (включаючи послуги), млрд дол.	-23,499	-32,201	-24,198	-44,969	-36,853
Імпорт товарів і послуг, % річна змінна	4,5	3,1	2,3	-12,8	8
Експорт товарів і послуг, % річна змінна	4,4	4,5	1,6	-16,8	8,8
Імпорт товарів і послуг, у % ВВП	32	32,7	32,5	29,4	31,4
Експорт товарів і послуг, у % ВВП	30,9	31,7	31,6	27,5	29,4

Рисунок 1 демонструє загальну частку імпорту та експорту країни порівняно з її ВВП в період з 2017 по 2021 роки. Отже, зовнішня торгівля Франції з країнами ЄС та іншими країнами світу становить близько 60,8% від її ВВП станом на 2021 рік.

Розглядаючи даний рисунок більш детально, можна надати висновок, що імпорт товарів та послуг займає близько 29-32% незначною мірою змінюючись кожного року у цьому діапазоні, тоді як експорт товарів та послуг становить близько 27-32% у період з 2017-2021 роках.

Найбільший приріст показників спостерігається у 2018 році, де імпорт становить 32,7% та експорт 31,7%, тоді як найменше значення демонструє 2020 рік, імпорт країни – 29,4% та експорт – 27,5%, що також пов'язано з глобальною поширеністю пандемії COVID-19.

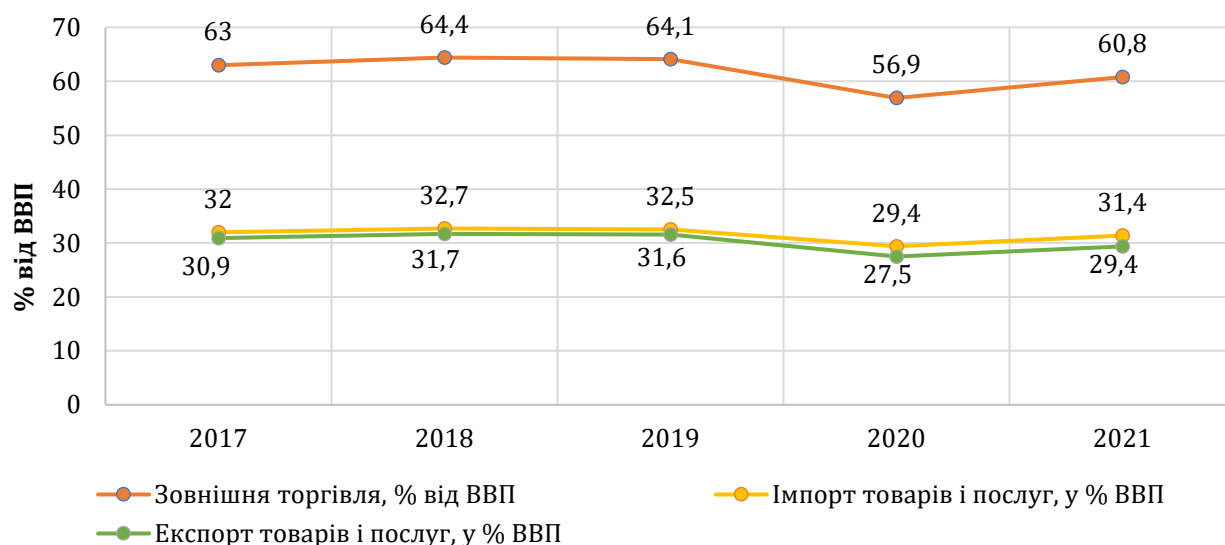


Рис. 1. Частка імпорту-експорту порівняно з ВВП Франції, 2017-2021 рр. [5]

Основними торговельними партнерами Франції є Європейський союз (головний імпортер та експортер, зокрема Німеччина), Сполучені Штати та Китай. Вихід Великої Британії з ЄС все ще супроводять багато питань і можуть призвести до переорганізації торговельних відносин. В даний час Велика Британія є 6-м клієнтом та 8-м постачальником для Франції (табл. 3).

Таблиця 3

Основні експортери та імпортери товарів з Франції, 2021 рік [6]

Основні експортери	2021 рік	Основні імпортери	2021 рік
Німеччина	13%	Німеччина	17,10%
Італія	8,08%	Італія	8,85%
Бельгія	7,70%	Бельгія	8,61%
США	7,40%	Іспанія	8,48%
Іспанія	7,31%	Нідерланди	4,21%
Велика Британія	5,61%	Китай	6,82%
Китай	4,90%	США	3,79%

Експорт товарів є важливим елементом зовнішньоекономічної діяльності багатьох країн. Він дозволяє країнам реалізовувати свою продукцію на світовому ринку, отримувати валютні надходження, сприяти економічному розвитку та стимулювати збільшення виробництва.

У таблиці 4 наведені найбільші експортні товари Франції, а саме літаки, гелікоптери та/або космічні кораблі (\$35,2 млрд), упаковані ліки (\$27,2 млрд), автомобілі (\$20,7 млрд), моторні транспортні засоби; запчастини та аксесуари (13,5 млрд) і вино (13,2 млрд дол), які експортуються переважно до Німеччини (74,1 млрд дол), Італії (46 млрд дол), Бельгії (43,8 млрд дол), США (42,1 млрд дол) та Іспанії (41,6 млрд дол).

Таблиця 4

Частка експорту товарів з Франції, 2021 рік [6]

Найменування товару	млрд дол.	%
Літаки, гелікоптери та/або космічні кораблі	35,2	6,2
Фасовані ліки	27,2	4,78
Автомобілі	20,7	3,64
Моторні транспортні засоби; запчастини та аксесуари	13,5	2,38
Вино	13,2	2,32

Імпорт товарів відіграє важливу роль у забезпеченні потреб національного ринку товарами, яких не вистачає або не можна виробити ефективно в межах країни. Також, імпорт допомагає розширювати асортимент товарів та забезпечує споживачів доступом до різноманітних продуктів, які можуть бути вигіднішими за якість або ціну.

Щодо імпорту, Франція найбільше імпортує автомобілі (40,3 млрд дол), нафтопродукти (23,1 млрд дол), нафтовий газ (22,5 млрд дол), упаковані ліки (19,6 млрд дол) і сиру нафту (16,1 млрд дол), які імпортуються переважно з Німеччини (119 млрд дол), Італії (61,6 млрд дол), Бельгії (59,9 млрд дол), Іспанії (59 млрд дол) та Нідерландів (57,1 млрд дол) (табл. 5).

Таблиця 5

Частка імпорту товарів до Франції, 2021 рік [6]

Найменування товару	млрд дол.	%
Автомобілі	40,3	5,8
Нафтопродукти	23,1	3,31
Нафтовий газ	22,5	3,23
Фасовані ліки	19,6	2,82
Сира нафта	16,1	2,31

Експорт послуг є важливою складовою економічної діяльності багатьох країн і може становити значну частку їх зовнішньої торгівлі. Він може сприяти збалансованому розвитку економіки, залежно від типу та якості послуг, які експортуються.

У 2020 році Франція експортувала послуг на 213 мільярдів доларів, серед яких послуги: різні ділові, професійні та технічні послуги (\$75,4 млрд), особисті подорожі (\$29,3 млрд), морський транспорт (\$19,7 млрд), інший транспорт (\$16,3 млрд), а також роялті та ліцензійні збори (\$14,7 млрд) (табл. 6).

Таблиця 6

Експорт послуг, 2021 рік [6]

Найменування послуг	млрд дол.
Різні ділові, професійні та технічні послуги	75,4
Особисті подорожі	29,3
Морський транспорт	19,7
Інший транспорт	16,3
Роялті та ліцензійні збори	14,7
Фінансові послуги	10,9
Мерчантинг та інші послуги пов'язані з торгівлею	8,99
Повітряний транспорт	6,52
Страховання	4,77
телекомунікаційні послуги	4,46

Імпорт послуг є важливим елементом зовнішньоекономічної діяльності країн. Він дозволяє країнам отримувати доступ до високоякісних послуг, які можуть бути більш вигідними або ефективними, ніж власні внутрішні ресурси чи послуги.

Найбільше послуг, імпортованих Францією у 2020 році, були різні ділові, професійні та технічні послуги (\$66,5 млрд), інший транспорт (\$24,7 млрд), особисті подорожі (\$16,4 млрд), морський транспорт (\$13,5 млрд), а також роялті та ліцензійні збори (\$12,3 млрд) (табл. 7).

Таблиця 7

Імпорт послуг, 2021 рік [6]

Найменування послуг	млрд дол.
Різні ділові, професійні та технічні послуги	66,5
Інший транспорт	24,7
Особисті подорожі	16,4
Морський транспорт	13,5
Роялті та ліцензійні збори	12,3
Ділові подорожі	11,3
Повітряний транспорт	8,23
Мерчантинг та інші послуги пов'язані з торгівлею	7,53
Фінансові послуги	7,45
Послуги оперативного лізингу	6,16

Узагальнюючи, зовнішня торгівля є ключовим фактором економічного розвитку Франції, який сприяє збільшенню доходів, створенню робочих місць, покращенню конкурентоспроможності підприємств і забезпеченню стабільності. Однак, вона також може ставити перед країною виклики, пов'язані зі змінами на міжнародних ринках та геополітичними факторами.

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociaciju-mizh-ukrayinoyu-ta-yes> (дата звернення: 25.07.2023).
2. EU Trade agreements. URL: https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/negotiations-and-agreements_en (дата звернення: 21.04.2024).
3. WTO | France – Member information. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/france_e.htm (дата звернення: 25.07.2023).
4. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/country/france?view=chart> (дата звернення: 25.07.2023).
5. French foreign trade in figures. Santander Trade. URL: https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/france/foreign-trade-in-figures#classification_by_products (дата звернення: 21.04.2024).
6. France (FRA) Exports, Imports, and Trade Partners. URL: <https://oec.world/en/profile/country/fra?yearlyTradeFlowSelector=flow1> (дата звернення: 21.04.2024).

УДК 339.9

JEL Classification: O19

Хоменська І. В.,
канд. філол. наук,
директорка "Медіацентру"
ДП "Генеральної дирекції з
обслуговування іноземних
представництв"

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Згідно з 3 статтею Віденської конвенції про міжнародні зносини (1961), "Функції дипломатичного представництва складаються, зокрема: а) у представництві держави, яка акредитує, в державі перебування; б) у захисті в державі перебування інтересів держави, що акредитує, та її громадян у межах, що допускаються міжнародним правом; с) у веденні переговорів з урядом держави перебування; д) у з'ясуванні всіма законними засобами умов та подій у державі перебування та повідомленні про них уряду держави, що акредитує; е) заохочення дружніх відносин між державою, що акредитує, і державою перебування та у розвитку їхніх взаємин у сфері економіки, культури та науки" [1]. Економічна дипломатія є невід'ємною частиною обов'язків дипломатичного середовища.

Публічна дипломатія сьогодні залишається в межах визначених завдань і функцій, беручи до уваги сучасні зміни та надбання: зокрема, сучасний дипломат публічно представляє та інтерпретує позиції своєї країни через ЗМІ, соціальні мережі, публічні виступи, зустрічі з громадськістю. Дипломат у країні перебування налагоджує контакти з державними органами, громадськими організаціями, лідерами думок, представниками політичного та економічного середовища, академічних кіл тощо. Звісно, деякі з таких дій можна трактувати як лобіювання інтересів держави, як намагання сформувати завдяки неформальним методам певних мереж для впливу на прийняття потрібного для забезпечення інтересів країни, яка акредитує, рішення в тій чи тій сфері. Проте таке лобіювання не є центральним елементом в публічній дипломатії, а є частиною стратегії переконання у перевагах країни. Саме тому більш доцільним є поділяти публічну дипломатію за напрямками.

Основними напрямками публічної дипломатії, за визначенням МЗС України, описаним у відповідній Стратегії на 2021–2025 роки, є культурна, економічна, експертна, кулінарна, науково-освітня, спортивна і цифрова дипломатії.

В контексті економічної дипломатії йдеться про те, що це окремих напрям діяльності Міністерства закордонних справ України й про інформування та популяризацію інвестиційного, туристичного та експортного потенціалу України інструментами та засобами публічної дипломатії. "Вимірами роботи суб'єктів публічної дипломатії у сфері економічної дипломатії є: 1) інформування міжнародних підприємницьких кіл та потенційних іноземних партнерів про інвестиційні, експортні можливості, позитивні результати економічних реформ, поліпшення умов для ведення підприємництва в Україні; 2) проведення інформаційних кампаній та заходів, спрямованих на створення та підтримку позитивного туристичного іміджу держави, а також інших заходів, затверджених генеральними директивами відділів економічної дипломатії ЗДУ". Власне на ці напрями ми і будемо орієнтуватися під час визначення економічних чинників у публічній дипломатії. Звісно, орієнтування в цьому процесі відбувається і на профільні структурні підрозділи апарату МЗС та Ради інвесторів та експортерів при МЗС, яка є інструментом координації суб'єктів публічної дипломатії з іншими державними органами та діловими об'єднаннями – Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерством цифрової трансформації України, Офісом із залучення та підтримки інвестицій UkraineInvest, Офісом з просування експорту України та іншими [2].

Економічна дипломатія – це використання урядових ресурсів для сприяння зростанню економіки країни, шляхом збільшення обсягів торгівлі, заохочення інвестицій, співпраці над двосторонніми та багатосторонніми торговельними угодами тощо.

Це також може означає використання економіки для реалізації зовнішньополітичних цілей, наприклад, іноземна допомога та економічні санкції. У широкому сенсі, економічна дипломатія, як і будь-яка інша дипломатична активність, спрямована на досягнення економічних інтересів країни. Також – це дипломатія, яка передбачає використання економічних ресурсів для досягнення конкретної зовнішньополітичної мети.

У вузькому розумінні економічна дипломатія – це посилення можливостей експорту та залучення інвестицій. Іноді вживають термін "комерційна дипломатія" [3].

У 21 столітті економічна дипломатія спрямована на забезпечення балансу комерційної відкритості та стратегічних цілей зовнішньої політики. Політики торгівлі та інвестицій має оптимально позиціонувати країну в глобальній економіці, де торгівля послугами та даними стає все більш важливою. Зростання торгівлі послугами та цифровизація торгівлі є частиною "невидимого балансу", терміна, що вказує на міжнародну торгівлю нематеріальними благами, від бізнес-послуг до електронних книг і інших.

Особливо для економік, які ґрунтуються на послугах, важливо, щоб вільно торговельні угоди (ВТУ) охоплювали регулювання та стандарти, що є викликом, оскільки США та Китай, а також ЄС та інші мають різні правові та регуляторні системи. Це викликає можливість розриву глобальної системи торгівлі. Світ може потенційно розділитися на блоки, де різні групи країн приділяють значення різним технологічним та іншим стандартам.

У статті "Економічна дипломатія" для Оксфордської енциклопедії Донна Лі та Браян Хокінг (Donna Lee, Brian Hocking) зазначають, що новітні підходи до економічної дипломатії свідчать про те, що дипломатію недоцільно розділити на економічну і політичну складники, адже здебільшого економічна дипломатія є головним напрямком дипломатичної стратегії, а також передбачає участь багатьох суб'єктів, кількох урядових структур, включаючи Міністерство закордонних справ, а також представників приватного і громадського секторів на національному, регіональному і міжнародних рівнях [4]. Про те, що учасником дипломатичних процесів є не лише Міністерство закордонних справ та урядові структури йдеться у багатьох дослідженнях, адже глобалізація та демократизація змінили межі дипломатії, зробили їх більш доступними та пористими, тож сьогодні деякі суб'єкти дипломатичних процесів часто діють незалежно від МЗС. "Участь недержавних акторів у зовнішній політиці та міжнародних відносинах є явищем, яке більш виражене в індустріальних країнах, менш у країнах, що розвиваються" [5].

Лондонська школа економічних та політичних наук [6] у 2021 році опублікувала фінальний звіт "Економічна дипломатія Великобританії в 21 столітті" [7], у якому йдеться, зокрема, й про розвиток економічної дипломатії. Дослідники школи виділяють п'ять напрямків, до яких є дотичною або у яких реалізовано економічну дипломатію: торгівля; норми та стандарти; двосторонні, багатосторонні угоди; міжнародні організації; та економічне державотворення.

Отже, дослідження в контексті економічної дипломатії в умовах глобалізації є вкрай важливим сьогодні, адже кожен із її напрямів відповідає за посилення

та популяризацію експорту або залучення інвестицій, формування певних стандартів та регуляторних норм для спрощення міжнародної взаємодії, укладання, імплементація та забезпечення виконання міжнародних угод з різним ступенем обов'язковості, представництво в міжнародних організаціях або установах та прагнення до узгодженості між комерційними, зовнішньополітичними та іншими політичними цілями, такими як права людини, сталий розвиток і справедливість [7].

Список використаних джерел

1. Віденська конвенція про дипломатичні зносини. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU61K03U> (дата звернення: 10.04.2024).
2. Стратегія публічної дипломатії МЗС України на 2021–2025 роки. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 10.04.2024).
3. Economic diplomacy. URL: <https://www.diplomacy.edu/topics/economic-diplomacy> (дата звернення: 10.04.2024).
4. Donna Lee, Brian Hocking. Economic Diplomacy. URL: <https://oxfordre.com/internationalstudies/display/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-384?rskey=UBuioj> (дата звернення: 10.04.2024).
5. Raymond Saner, Lichia Yiu. International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20030100_cli_paper_dip_issue84.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
6. London School of Economics and Political Science. URL: <https://www.lse.ac.uk> (дата звернення: 10.04.2024).
7. UK Economic Diplomacy in the 21st Century. URL: <https://www.lse.ac.uk/ideas/Assets/Documents/reports/LSE-IDEAS-UK-Economic-Diplomacy-in-the-21st-Century.pdf> (дата звернення: 10.04.2024).

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ
SECTION 3. ACCOUNTING AND TAXATION

УДК 657.2.016:338.46

JEL Classification: M41

Гайдук Б. І.,
здобувач третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДХОДЖЕННЯ ТА ЗАСАДИ
ОБЛІКУ МЕДИЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Облік надходження обладнання закладів охорони здоров'я є складним і трудомістким процесом, який повинен об'єктивно відображати всі проведенні операції та забезпечувати необхідними даними систему управління для оперативного реагування на виклики, пов'язані з його використанням при здійсненні діяльності. З огляду на це, облікова робота потребує відповідальності, професійної кваліфікації, знання нормативно-правових законів та компетентності бухгалтера в питаннях документування й відображення обладнання на рахунках обліку та узвітності. Першочерговим завданням є дотримання порядку приймання медичного обладнання (рис. 1) та проведення перевірки його якісного стану, оскільки такі матеріальні цінності виступають важливим елементом не тільки у процесі встановлення діагнозу, а й під час здійснення лікування пацієнтів.

Слід акцентувати увагу на тому, що суб'єкти охорони здоров'я функціонують на засадах різних форм власності. Відповідно, є відмінності в організації обліку, які пов'язані з його регулюванням. В державних медичних закладах приписами служать національні положення для держсектору (НП(С)БО ДС), а до прикладу, комунальні неприбуткові медичні заклади керуються при веденні обліку положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (П(С)БО) для підприємств і організацій. Окрім того, кожна з господарюючих структур вищевказаної форми власності також використовує відповідні Плани рахунків, які суттєво відрізняються. Не вдаючись у деталізацію відмінностей, пов'язаних з системою документального й рахункового відображення операцій з надходження медичного обладнання до закладів сфери охорони здоров'я різних форм власності, слід зауважити, що всі

суб'єкти, які фінансуються з державного або місцевого бюджету, зобов'язані проводити закупівлі через систему електронних торгів Prozorro, якщо вартість закупівлі перевищує встановлені порогові значення (на сьогодні ≥ 100 тис. грн). До спільних особливостей організації обліку медичного обладнання в закладах охорони здоров'я різних форм власності також слід віднести те, що його обліковують не тільки в бухгалтерській службі, а й у місцях використання (зберігання). Останні включають в себе відділення, маніпуляційні та операційні кабінети й кімнати.

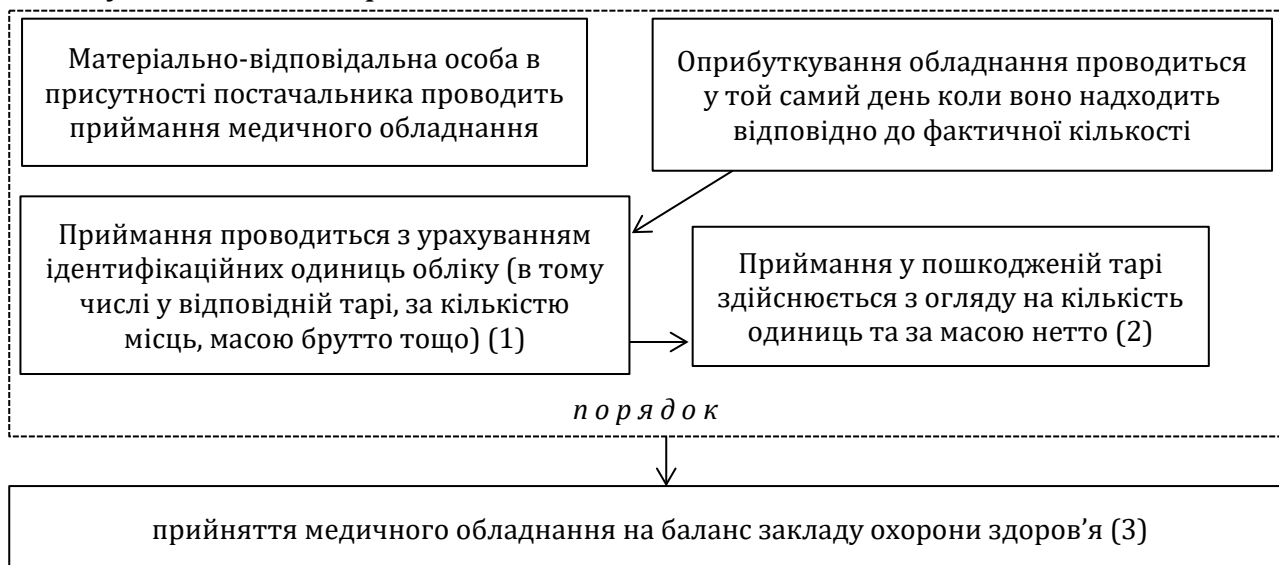


Рис. 1. Порядок прийняття медичного обладнання у закладах охорони здоров'я

Примітки: узагальнено автором на основі чинної практики; (1) – для медичних виробів, у групі яких також знаходиться і медичне обладнання – за найменуваннями; (2) – приймання пошкодженого обладнання здійснюється за рішенням набувача; (3) – обладнання зараховують на баланс за первісною вартістю.

В організаційному плані також спільними рисами є ведення обліку: в кількісному і сумовому виразі; з використанням таких одиниць обліку як найменування обладнання, або група (вид); в розрізі відповідальних осіб; залежно від місця зберігання. Загалом основні засади обліку медичного обладнання різняться між собою залежно від суб'єктів охорони здоров'я державної і комунальної форм власності, але й мають низку схожих рис (рис. 2).

Засади обліку медичного обладнання суб'єктів комунальної форми власності (КНП), таким чином, мають схожі та відмінні риси від підходів, що використовуються для бюджетних медичних установ. Основними їхніми сучасними особливостями, які визначають методологію, організацію й практику обліку є: принципи, підходи до ідентифікації, визнання та оцінки таких активів, а також питання нарахування амортизації та інші.

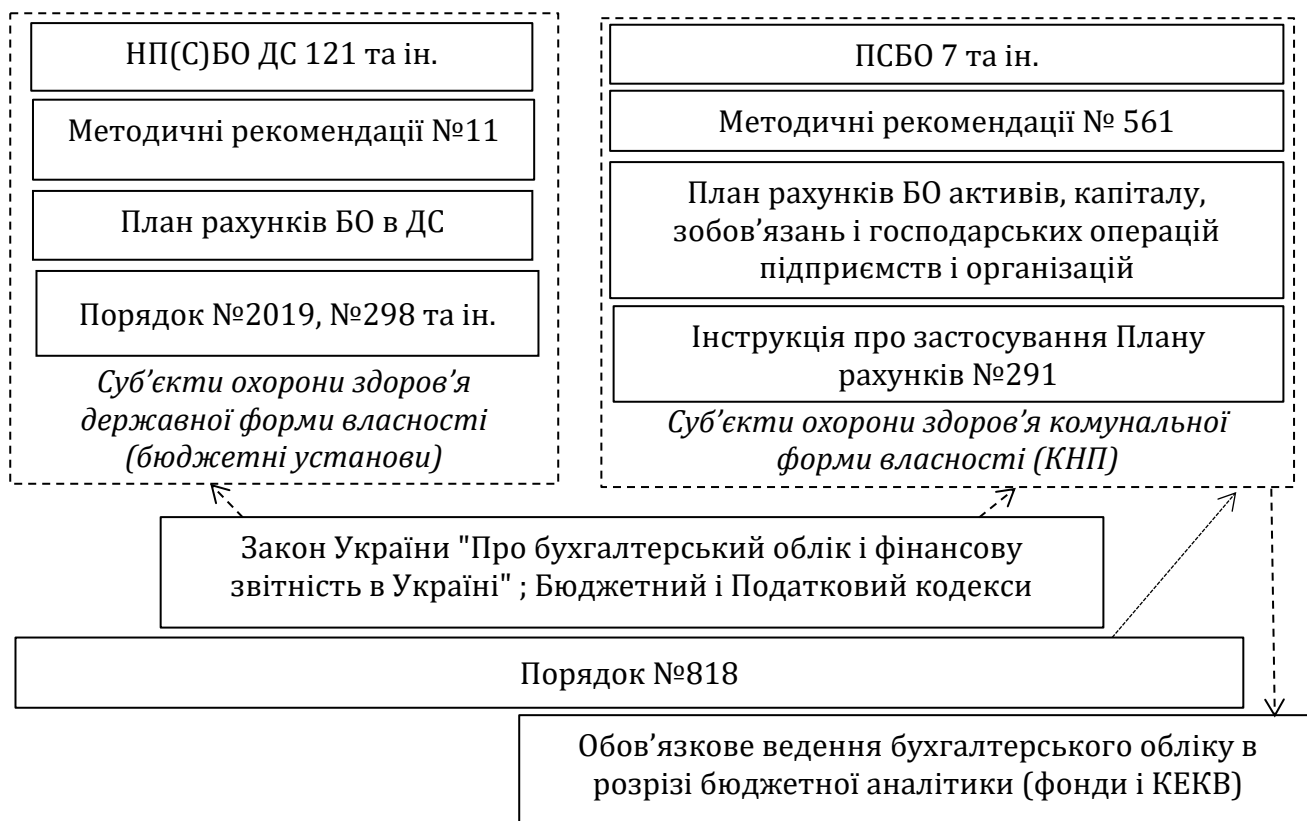


Рис. 2. Нормативно-правові основи обліку медичного обладнання суб'єктів державної та комунальної форм власності [1-6]

Список використаних джерел

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. №291 (зі змінами та доповненнями).

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору: Наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 р. №11.

3. Порядок бухгалтерського обліку гуманітарної допомоги: Наказ Міністерства фінансів України від 14.12.1999 № 298.

4. Порядок застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2015 р. №1219.

5. Порядок складання типових форм з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору: Наказ Міністерства фінансів України від 13.09.2016 р. №818.

6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV (зі змінами і доповненнями).

УДК 657.6

JEL Classification: M42

Лукановська І. Р.,
канд. екон. наук, доцент,
докторантка кафедри обліку і оподаткування,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛЮ Й АУДИТУ В КОМП'ЮТЕРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Організація контролю й аудиту в еру цифрової економіки зумовлює активне використання інформаційних технологій та новітніх комп'ютерних систем (програм). Це, в свою чергу, пов'язане з низкою сучасних викликів і можливостей, які мають великий вплив на професійну діяльність у сфері фінансового контролю та аудиту. Цифрова економіка, характеризуючись широким використанням ІТ у всіх секторах економіки, зумовлює фундаментальні зміни у підходах до ведення бізнесу, взаємодії з клієнтами та управлінні внутрішніми процесами суб'єкта господарювання [1, с.59]. Відповідно, це впливає на організацію контролю й аудиту, вимагаючи від аудиторів адаптації до нових умов роботи, заснованих на аналізі великих обсягів даних, цифровій безпеці та використанні автоматизованих систем обліку. В процесі організації контролю й аудиту в комп'ютерному середовищі важливо чітко розмежовувати ці поняття, оскільки вони відіграють різні, хоча й взаємодоповнюючі, ролі в системі управління ризиками та забезпеченні надійності здійснення господарських операцій. Основна відмінність між ними полягає в їх цілях, об'єктах вивчення, а також характері та обсязі виконуваних процедур. Так, контроль – являє собою процес, вбудований у повсякденну діяльність суб'єкта господарювання, що забезпечує досягнення цілей шляхом постійного моніторингу та перевірки правильності виконання процесів і здійснення господарських операцій. Це внутрішня функція, яка допомагає виявляти й коригувати помилки, невідповідності та шахрайства на ранніх стадіях. Контрольні процедури включають, наприклад, регулярну перевірку бухгалтерських записів, контроль доступу до активів та перевірку дотримання облікової політики суб'єкта господарювання.

Аудит, своєю чергою, є незалежною оцінкою, проведеною з метою перевірки достовірності фінансової звітності, ефективності систем

внутрішнього контролю та відповідності діяльності законодавчим вимогам. Аудит може бути зовнішнім (проведений незалежною аудиторською фірмою (компанією) чи аудитором) або внутрішнім (проведений внутрішніми аудиторами суб'єкта господарювання). Аудиторські процедури охоплюють глибокий аналіз документації, застосування різноманітного інструментарію контролю, тестування вибіркових транзакцій, інтерв'ю з персоналом та оцінку ефективності систем контролю.

Основні відмінності між контролем, зокрема внутрішнім, і аудитом, які ідентифікують їх як два різні процеси, стосуються шести важливих аспектів (табл. 1).

Таблиця 1

**Основні відмінності (характеристики)
 внутрішнього контролю й аудиту [2; 3]**

№	Характеристики	Контроль	Аудит
1	Цілі	зосереджений на забезпеченні повсякденної правильності операцій та діяльності	перевіряє достовірність фінансової звітності та оцінює системи контролю на предмет їх ефективності та відповідності вимогам
2	Частота проведення	є безперервним процесом	проводиться періодично (наприклад, раз на рік)
3	Виконавці	контрольні процедури здійснюються співробітниками (при внутрішньому контролі) або компетентними органами (при державному контролі)	аудит виконується незалежними зовнішніми або внутрішніми аудиторами
4	Інструментарій	використовуються автоматизовані системи моніторингу та виправлення	використовуються спеціалізовані аудиторські програми для аналізу даних, оцінки систем і виявлення ризиків
5	Об'єкт оцінки	охоплює широкий спектр процесів і операцій в межах суб'єкта господарювання	зазвичай фокусується на фінансовій звітності та системах внутрішнього контролю
6	Звітність	результати контрольних процедур використовуються внутрішньо для вдосконалення діяльності	Звіт про аудит готується для керівництва, акціонерів, інвесторів та інших внутрішніх користувачів

Відмінності, ідентифіковані в табл. 1, засвідчують специфіку внутрішнього контролю й аудиту, як важливих з точки зору управління джерел прийняття

рішень і процесів, завдяки яким суб'єкти господарювання можуть ефективно впливати на власну діяльність, а також планувати та інтегрувати її в ринковому середовищі завдяки наявності інформації з високим рівнем точності, прозорості та відповідності.

Список використаних джерел

1. Кулинич М. Б. Тенденції становлення цифрової економіки в глобальному економічному просторі. *Modern Economics*, 2019. № 16. С. 57–63. DOI: 10.31521/modecon.V16(2019)-08.

2. Онешко С. В., Вітер С. А. та Віремейчик А. М. Стратегія розвитку аудиту в умовах цифрової економіки. *Інвестиції: практика та досвід*, 2021. № 15. С. 64–69. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.15.64

3. Перспективи розвитку бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту в умовах інноваційних інформаційних технологій: монографія / Є. А. Карпенко, О. В. Карпенко, А. І. Мілька [та ін.]. Полтава: ПУЕТ, 2021. 410 с.

УДК 657.05:336.221

JEL Classification: M21

Негрій Н. Ю.,

здобувач вищої освіти,

Державний торговельно-економічний

університет, м. Київ

Осадчий М. О.,

здобувач вищої освіти,

Державний торговельно-економічний

університет, м. Київ

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЦІННІСТЬ АКТИВІВ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Актуальність питання впливу війни на цінність активів українського бізнесу надзвичайно велика в умовах, коли конфліктна ситуація триває або загроза війни постійно наявна. Українські компанії постійно стикаються з ризиком втрати активів через військові дії, руйнування інфраструктури, а також збільшення вартості кредитування та зниження ліквідності на ринку. Загроза війни також створює серйозний тиск на урядові структури

та бізнес-спільноту для розробки стратегій мінімізації ризиків та забезпечення бізнесу стійкості в умовах неспокою. Компанії повинні постійно аналізувати та оцінювати свої активи, розробляти плани захисту та адаптації до змінних умов, а також вести діалог з урядовими та міжнародними організаціями для забезпечення підтримки та захисту своїх інтересів.

Питання про характер, ролі і вартості активів в поточних економічних умовах виявлено в роботах вітчизняних вчених, зокрема таких, як Володимир Рихліцький, Володимир Ланда, Світлана Заражевська, Катерина Жирий, Катерина Нетименко, Анна Деревянко та інші. Проте цифри та ситуація на скільки бистро змінюється, що піднята тема буде ще довго відкритою для дослідників. "Актив – це частина бухгалтерського балансу, що відображає на певну дату всі наявні на даному підприємстві матеріальні цінності, кошти, борги різних осіб та установ у грошовому виразі", – за Казьмирович Т.Я., тому актив може відобразити загальну ситуацію підприємства [2].

Війна суттєво підірвує цінність активів українського бізнесу, залишаючи за собою безліч проблем і викликів. Численні підприємства зазнали руйнування або пошкодження, що призвело до значних втрат активів та зниження їх вартості. 77% підприємств зазнали значного зменшення цінності активів впливу війни, а загальні прямі втрати малого та середнього бізнесу склали \$83 мільярдів. Додатково, війна призвела до втрати ринків збуту через введення санкцій та переривання торгових зв'язків. Крім того, у зв'язку з воєнним конфліктом були введені санкції та завдано переривання торгових зв'язків, що призвело до втрати ринків збуту для багатьох підприємств. Ці обставини спричинили зниження цінності активів українських підприємств, оскільки зменшився обсяг продажів та прибуток, а також втрати конкурентних позицій на ринку. Такі негативні впливи змінили стратегії управління активами та вимагають від підприємств швидкого адаптування до нових умов для збереження та оптимізації своєї вартості активів.

Важливою складовою процесу адаптації є збереження та підвищення цінності активів. Це може включати в себе застосування різних стратегій, таких як реструктуризація активів, пошук нових джерел фінансування, розробка нових продуктів та послуг, а також впровадження новітніх технологій. Згідно з результатами дослідження, 57% з 166 опитаних підприємств продовжують свою діяльність у звичайному режимі, 6% тимчасово припинили роботу, а 37% зменшили обсяги своєї діяльності [3].

Згідно з даними опитування проведеного Американською торгівельною палатою в Україні та Сіті Україна, наразі найважливішими проблемами для ведення та розвитку бізнесу в Україні є [1]:

- атаки ракетами на бізнес-активи та об'єкти критичної інфраструктури;
- здоров'я та психічний стан робітників;
- зниження економічної та споживчої активності;
- доступ до електроенергії, водопостачання та тепlopостачання, а також мобільного зв'язку;
- привабливості та утримання топ-кадрів;
- проблеми з транспортом та логістикою.

Ефективне вирішення цих проблем є ключовим для збереження та збільшення цінності активів компаній в Україні.

Поточні події в Україні викликають не тільки мають вплив на цінність активів, а також можуть вплинути на оцінку їх балансової вартості. Фахівці рекомендують, згідно з МСБО 36 "Зменшення корисності активів", на кінець кожного звітного періоду суб'єктам господарювання слід оцінювати, чи існує яка-небудь ознака того, що корисність активу може зменшитися. При оцінці наявності таких ознак компанія повинна враховувати показники зовнішніх та внутрішніх джерел інформації. Крім того, ці ознаки можуть стосуватися як окремого активу, так і групи певних активів або бізнесу в цілому. Проте навіть якщо немає ознак зменшення корисності активу, суб'єктам господарювання все одно слід перевіряти цю корисність не рідше одного разу на рік. Це стосується активів з невизначеним строком корисної експлуатації або тих, що ще не використовуються, шляхом порівняння їх балансової вартості з очікуваною сумою відшкодування. Якщо виявлено знецінення, це знецінення не скасовується в подальших періодах, навіть якщо воно було визнане в проміжному періоді того ж фінансового року [4].

Війна в Україні справді суттєво вплинула на цінність активів українського бізнесу. Проте, не дивлячись на ці виклики, українські компанії продовжують працювати та шукати шляхи адаптації до нових умов. Серед стратегій, які вони використовують, – реструктуризація активів, пошук нових джерел фінансування, впровадження нових продуктів та послуг, а також застосування новітніх технологій для збереження та збільшення цінності активів.

Однак залишається відкритим питання про те, яким буде довгостроковий вплив війни на цінність активів українського бізнесу та як саме українські компанії можуть найкращим чином адаптуватися до цієї нової реальності. Важливо продовжувати дослідження та розробляти стратегії для ефективного управління активами в умовах нестабільності та конфлікту.

Список використаних джерел

1. Defying the odds: How Ukrainian businesses thrive during war. URL: <https://www1.payoneer.com/ua/resources/defying-the-odds-how-ukrainian-businesses-thrive-during-war> (дата звернення: 10.04.2024).
2. Казьмирович Т. Я. Активи як об'єкт бухгалтерського обліку. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/2922/1/Казьмирович_Таня_ОБС_31.pdf (дата звернення: 10.04.2024).
3. Клименко М. О. Бухгалтерський облік під час війни: що буде зі звітністю та як оптимізувати податки. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/podatкова-praktika/buhgalterskiy-oblik-pid-chas-viyni-shcho-bude-zi-zvitnistyu-ta-yak-optimizuvati-podatki.html> (дата звернення: 10.04.2024).
4. Куліна О. І. Облік та фінансова звітність під час війни. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2022/05/otsinka-balansovoyi-vartosti-neoborotnykh-nefinansovykh-aktyviv.pdf> (дата звернення: 20.04.2024).

УДК 657.1:004.65

JEL Classification: M41

Онищенко О. В.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри обліку і фінансів,

Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук

Кищик Д. О.,

здобувачка вищої освіти,

Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ФІНАНСОВУ ЗВІТНІСТЬ

З появою сучасних технологій у сфері бухгалтерського обліку та фінансової звітності почалася нова ера в управлінні фінансовими ресурсами підприємств. Швидкі темпи технологічного розвитку в останні десятиліття дозволили впроваджувати нові підходи та інструменти, які суттєво змінюють спосіб, яким ми сприймаємо та використовуємо інформацію про фінансові операції та результати діяльності підприємств.

Сучасні технології, такі як хмарні обчислення, штучний інтелект, блокчейн, аналітика даних та інші, впливають на всі аспекти бухгалтерського обліку та процесу складання фінансової звітності. Вони надають нові можливості для автоматизації, оптимізації та підвищення ефективності фінансових операцій та аналізу даних. Попри численні переваги, які приносять сучасні технології, вони також викликають нові виклики та проблеми для бухгалтерів та фінансових аналітиків. Наприклад, питання безпеки даних, забезпечення конфіденційності та надійності інформації, а також необхідність адаптації до швидкого темпу змін технологій та їх впливу на законодавство.

Цифрова трансформація бухгалтерського обліку – це процес впровадження технологій, цифрових інструментів та автоматизованих процесів у бухгалтерську практику для поліпшення ефективності, точності та доступності фінансової інформації. Вона передбачає використання комп'ютерних систем, програмного забезпечення та інших технологій для збору, обробки, аналізу та звітування про фінансову діяльність організації, передбачає перехід від традиційного паперового зберігання документів до електронних систем.

Цифрова трансформація бухгалтерського обліку може забезпечити багато переваг, включаючи збільшення продуктивності, скорочення часу на обробку даних, поліпшення точності фінансової звітності та зростання аналітичних можливостей. Однак, вона також вимагає внесення змін в організаційну культуру, навички персоналу та врахування правових та регуляторних вимог, пов'язаних з обробкою фінансових даних.

При цьому, необхідно розуміти, що цифрова трансформація бухгалтерського обліку має значний вплив на ефективність та якість фінансової звітності компанії. Ось деякі способи, які на це можуть вплинути:

1. Автоматизація процесів: Цифрова трансформація дозволяє автоматизувати багато рутинних та часомістких процесів бухгалтерського обліку, таких як обробка вхідних рахунків, розрахунок податків, формування звітності тощо. Це дозволяє зменшити ймовірність помилок та збільшити швидкість обробки даних.

2. Збір та аналіз даних: Цифрові інструменти дозволяють збирати та аналізувати дані швидше та ефективніше. Аналітика допомагає виявляти тенденції, прогнозувати фінансові результати та приймати кращі управлінські рішення.

3. Доступність інформації: Цифрові рішення дозволяють забезпечити доступність фінансової інформації для відповідних зацікавлених осіб в реальному часі. Це допомагає керівникам приймати швидкі та обґрунтовані рішення.

4. Мінімізація помилок: Автоматичний облік та обробка даних допомагають знизити ризик помилок, пов'язаних з ручним введенням даних. Це може позитивно позначитися на точності фінансової звітності.

5. Забезпечення відповідності: Цифрова трансформація може включати в себе впровадження програмних засобів для автоматичної перевірки відповідності фінансової звітності законодавству та стандартам. Це сприяє зменшенню ризику порушення правил та штрафів.

6. Скорочення часу на підготовку звітів: Цифрові інструменти дозволяють прискорити процес підготовки фінансових звітів. Це особливо важливо для публічних компаній, які повинні регулярно надавати звіти інвесторам та регулюючим органам.

7. Зручність та гнучкість: Цифрові рішення дають змогу вести бухгалтерський облік з будьякого місця, де є доступ до Інтернету. Це зручно для компаній з декількома відділеннями або для віддалених співробітників.

Переваги впровадження цифрового бухгалтерського обліку в організаціях превалюють над супутніми їм проблемами, проте слід усвідомлювати те, що знадобиться ряд істотних заходів, що сприяють переходу до повної цифровізації, які включають як підготовку кваліфікованих кадрів, так і впровадження самих інформаційно-комунікаційних технологій, в тому числі підготовку необхідного обладнання, ресурсів, інформаційної бази [1].

Найістотніший вплив на трансформування системи бухгалтерського обліку спричиняє розвиток таких digital-технологій: штучний інтелект (Artificial intelligence), хмарні технології і обчислення (Cloud technologies and computing), великі дані (Big Data), блокчейн (Blockchain). Штучний інтелект (Artificial intelligence) – це інтелектуальна комп'ютерна система, наділена можливостями розпізнавання мови, навчання та вирішення проблем. Artificial intelligence доцільно використовувати для вирішення завдань, які регулярно повторюються (управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, витратами, грошовими потоками тощо), та для вирішення нестандартних завдань (управління товарними потоками, створення прогнозних моделей, установа шахрайських схем).

До недоліків використання даної digital-технології можна віднести ймовірність кібератак, програмні помилки та похибки у алгоритмах. Окрім того, слід зазначити низьку правову урегульованість застосування цифрових технологій в обліку.

Хмарні технології й обчислення (Cloud technologies and computing) – "це сукупність технологій, що є пов'язаними між собою, становлять єдиний комплекс обробки даних і передбачають постійне збереження інформації на серверах у мережі Інтернет з її кешуванням на персональних комп'ютерах чи гаджетах". Тобто цю digital-технологію можна розглядати як послугу

Інтернет-сервісу. Використання Cloud technologies and computing доцільно у разі необхідності резервного копіювання інформації, контролю та розширення доступу до інформації. Застосування цієї технології має такі переваги:

- можливість мати доступ до інформації у режимі реального часу;
- дає змогу скорочувати витрати на обслуговування інформаційної технології (скорочення витрат на технічне та програмне забезпечення, утримання ІТ-спеціалістів, зменшення паперового та запровадження електронного документообігу);

- підвищує рівень доступності та безпеки, забезпечує резервне копіювання й аварійне відновлення. Слід зазначити, що сьогодні спостерігається розширення ринку online-бухгалтерії з використанням Cloud technologies and computing (Myob, Xero, FreshBooks, Liquid, QuickBooks online, Tuch.ua, "1С: Зарплата і управління персоналом" тощо).

Головним недоліком використання хмарних технологій є відсутність абсолютної конфіденційності, яку гарантують лише постачальники послуг. Доцільність розміщення апаратних потужностей та програмних засобів, що утворюють "хмару", зумовлюється виникненням тісного зв'язку суб'єкта господарювання з органами Державної фіскальної служби, органами соціального страхування, іншими контролюючими органами тощо [2].

Блокчейн ґрунтується на технології розподіленого реєстру (англ. – distributed ledger technology (DLT); вид технології розподіленої бази даних, де останні зберігаються на багатьох комп'ютерних пристроях) (копії зберігаються у всіх користувачів, записи теж вносяться одночасно у всіх користувачів, кожен користувач є гарантом достовірності інформації) на зразок бухгалтерської книги, де зберігається інформація про усі проведені операції. Ця база – децентралізована, вона не належить жодному суб'єкту господарювання чи учаснику, не контролюється і не регулюється третьою стороною (усі функції в системі розподіляються між учасниками), характеризується анонімністю й застосуванням узгодженого механізму консенсусу.

Україна не відстає від тенденцій та має досвід з впровадження Blockchain-технології у такі сфери як земельний реєстр, електронні торги, реєстр прав на нерухоме майно, відкрита платформа електронної демократії, фіксація авторських прав, електронний еквівалент гривні (e-гривня) та інші [3]. Blockchain відстежує всі фінансові операції в режимі реального часу, повідомляє про всі зміни й при цьому не допускає помилок або навмисних маніпуляцій з цифрами. Технологію вважають ідеальним бухгалтерським обліком, оскільки вона покликана розширити можливості ведення обліку та підвищити довіру суспільства до облікової інформації [3, 5].

Зазначимо, що перехід на нові технології повинен бути поступовим та передбачати взаємодію влади та бізнесу як всередині країни, так і між країнами світу, а також запобігати виникненню негативних наслідків [7].

Сучасні технології мають значний вплив на бухгалтерський облік та фінансову звітність, надаючи підприємствам нові можливості для підвищення ефективності та точності фінансового управління. Автоматизація процесів, аналіз великих обсягів даних, впровадження штучного інтелекту та блокчейн-технологій дозволяють бухгалтерам та фінансовим аналітикам зосередитися на стратегічних завданнях та приймати кращі управлінські рішення.

Отже, можна зробити висновок, що сучасні технології є необхідним інструментом для підвищення ефективності бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Проте їх успішна інтеграція вимагає від підприємств не лише інвестування в технології, але й розвитку необхідних навичок у персоналу та створення відповідного правового та організаційного середовища. Тільки таким чином підприємства зможуть використовувати потенціал сучасних технологій на повну силу та досягти успіху у конкурентному світі бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бруханський Р., Спільник І. Цифровий облік: поняття, витоки та актуальний дискурс. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Випуск 3-4. С.7–20.

2. Koponenko L., Nazarova H., Kuts V. Трансформація форм бухгалтерського обліку в умовах розвитку digital-технологій. Економічний простір. № 168, С. 20. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/869/843> (дата звернення: 15.04.2022).

3. Правдюк Н.Л., Обнявко М.В. Впровадження блокчейну в облікову систему: кроки назустріч. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2022/14.pdf (дата звернення: 18.04.2022).

4. Онищенко О.В. Технологічна трансформація в обліку і фінансах: Industry 4.0 та Industry 5.0. Innovations in the Education of the Future: Integration of Humanities, Technical and Natural Sciences : International collective monograph, FIT CTU in Prague 2023. – p.411–431.

5. Onyshchenko O., Simanaviciene Z., Semenyshena N. Industry 4.0 and Accounting: a theoretical approach. Public Policy and Accounting, 2(6), 2022. С.32–39. DOI: 10.26642/ppa-2022-2(6)-32-39.

6. Onyshchenko O., Shevchuk K., Shara Y., Koval N., Demchuk O. Industry 4.0 and accounting: directions, challenges, opportunities. Independent Journal of Management & Production (Special Edition ISE, S&P), v. 13, n. 3, May 2022, p. 161–195. DOI: 10.14807/ijmp.v13i3.1993.

7. Semenikhina, V., Pochtovyuk, A., & Onyshchenko, O. (2023). Social and environmental components of social responsibility of industrial companies in the conditions of a digital and sustainability economy. *Auspicia*, 2023(1), 18–33.

УДК 657

JEL Classification: M49

Сук П. Л.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри обліку і оподаткування,
Відокремлений підрозділ Національного університету
біоресурсів і природокористування України "Ніжинський
агротехнічний інститут", м. Ніжин

ВИКОРИСТАННЯ ОБЕРНЕНОГО МЕТОДУ РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ НА ОСНОВІ ДОХОДУ ВІД ІНШОЇ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Щоб виробляти продукцію (товари, роботи, послуги) підприємства повинні здійснювати витрати. Особливим видом витрат є витрати майбутніх періодів (далі – ВМП). Вони виникають в одному періоді, а відносяться на фінансові результати в наступних періодах. Для розподілу їх між періодами застосовують відповідні методи. Наприклад, можна використовувати обернений метод розподілу ВМП на основі доходу від іншої операційної діяльності.

Операційна діяльність – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Операційна діяльність є основна і інша.

Основна діяльність – операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Інша операційна діяльність – операційна діяльність підприємства, яка не пов'язана з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) [1; 2].

Внаслідок іншої операційної діяльності підприємства отримується інший операційний дохід.

До складу інших операційних доходів включаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від роялті, відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках в банках, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття тощо [3].

Інший операційний дохід відображається у статті "Інші операційні доходи" (код рядка 2120) Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2) [1; 2].

Підприємства обліковують інші доходи від операційної діяльності на рахунку 71 "Інший операційний дохід" і субрахунках до нього [4; 5].

За видами доходу від іншої операційної діяльності, і за субрахунками до рахунку 71 можна використовувати різні обернені методи розподілу ВМП. Такі методи, зокрема, можуть бути, сформовані на основі: 1) доходу від первісного визнання та від зміни вартості активів, які обліковуються за справедливою вартістю; 2) доходу від купівлі-продажу іноземної валюти; 3) доходу від реалізації інших оборотних активів; 4) доходу від операційної оренди активів; 5) доходу від операційної курсової різниці; 6) доходу від штрафів, пені, неустойок; 7) доходу від відшкодування раніше списаних активів; 8) доходу від списання кредиторської заборгованості; 9) доходу від безоплатно одержаних оборотних активів; 10) інших доходів від операційної діяльності тощо.

Прорахунок оберненого методу розподілу ВМП на основі доходу від іншої операційної діяльності здійснюється на базі простого методу розподілу ВМП на основі доходу від іншої операційної діяльності, і суми переставляються у протилежній черговості: перший рік – в останній, другий – у передостанній і т.д.

Річна сума розподілу ВМП за методом на основі доходу від іншої операційної діяльності обчислюється шляхом множення суми розподілу ВМП, на коефіцієнт розподілу ВМП, який обраховується діленням планового або фактичного обсягу

доходу від іншої операційної діяльності за окремі періоди на плановий обсяг доходу від іншої операційної діяльності за увесь період розподілу.

Для розподілу ВМП за методом на основі доходу від іншої операційної діяльності використовуються такі формули:

$$PCPBM\Pi = CPBM\Pi \times KPB\Pi, \quad (1)$$

де: PCPBM\Pi – річна сума розподілу ВМП; CPBM\Pi – сума розподілу ВМП; KPB\Pi – коефіцієнт розподілу ВМП.

$$KPB\Pi = \text{ДІОД} : \text{ПДІОД}, \quad (2)$$

де: ДІОД – плановий або фактичний обсяг доходу від іншої операційної діяльності за окремі періоди; ПДІОД – плановий обсяг доходу від іншої операційної діяльності за увесь період.

Можна використовувати інший варіант розрахунку методу розподілу ВМП на основі доходу від іншої операційної діяльності:

$$PCPBM\Pi = \text{ДІОД} \times KPB\Pi, \quad (3)$$

$$KA = CPBM\Pi : \text{ПДІОД}. \quad (4)$$

За допомогою прикладу розподілимо ВМП за оберненим методом на основі доходу від іншої операційної діяльності.

Приклад. Початкова (первісна) сума ВМП – 65000 грн, строк розподілу – 5 років. За цей період передбачається отримати 285000 грн доходу від іншої операційної діяльності, у тому числі: за 1-й рік – 77000 грн, за 2-й рік – 68000 грн, за 3-й рік – 57000 грн, за 4-й рік – 45000 грн, за 5-й рік – 38000 грн.

Розрахуємо коефіцієнти розподілу ВМП: за 1-й рік – 0,2702 (77000 : 285000 = 0,2702), за 2-й рік – 0,2386 (68000 : 285000 = 0,2386), за 3-й рік – 0,2000 (57000 : 285000 = 0,2000), за 4-й рік – 0,1579 (45000 : 285000 = 0,1579), за 5-й рік – 0,1333 (38000 : 285000 = 0,1333).

Включення ВМП у витрати наступних періодів за 1-м способом (від початкової (первісної) суми ВМП) простого і оберненого методів на основі доходу від іншої операційної діяльності розглянуто в таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Розподіл ВМП за 1-м способом (від початкової (первісної) суми ВМП) методу на основі доходу від іншої операційної діяльності

Рік	Сума розподілу ВМП, грн	Дохід від іншої операційної діяльності, грн	Коефіцієнти розподілу ВМП	Річна сума розподілу ВМП, грн
1	65000	77000	0,2702	17563
2	65000	68000	0,2386	15509
3	65000	57000	0,2000	13000
4	65000	45000	0,1579	10264
5	65000	38000	0,1333	8664
x	Разом	285000	1	65000

Таблиця 2

Розподіл ВМП за 1-м способом (від початкової (первісної) суми ВМП) оберненого методу на основі доходу від іншої операційної діяльності

Рік	Сума розподілу ВМП, грн	Дохід від іншої операційної діяльності, грн	Коефіцієнти розподілу ВМП	Річна сума розподілу ВМП, грн
1	65000	38000	0,1333	8664
2	65000	45000	0,1579	10264
3	65000	57000	0,2000	13000
4	65000	68000	0,2386	15509
5	65000	77000	0,2702	17563
x	Разом	285000	1	65000

При 1-му способі (від початкової (первісної) суми ВМП) методу на основі доходу від іншої операційної діяльності списання ВМП кожного року здійснюється із початкової суми, яка за 4 роки повністю розподіляється по періодах.

В таблицях 3 і 4 наведено 2-й спосіб (від залишкової (поточної) суми ВМП) списання ВМП у витрати наступних періодів за простим і оберненим методами на основі доходу від іншої операційної діяльності.

Таблиця 3

Розподіл ВМП за 2-м способом (від залишкової (поточної) суми ВМП) методу на основі доходу від іншої операційної діяльності

Рік	Сума розподілу ВМП, грн	Дохід від іншої операційної діяльності, грн	Коефіцієнти розподілу ВМП	Річна сума розподілу ВМП, грн
1	65000	77000	0,2702	17563
2	47437	68000	0,2386	11318
3	36119	57000	0,2000	7224
4	28895	45000	0,1579	4563
5	24332	38000	0,1333	24332
x	Разом	285000	1	65000

Таблиця 4

Розподіл ВМП за 2-м способом (від залишкової (поточної) суми ВМП) оберненого методу на основі доходу від іншої операційної діяльності

Рік	Сума розподілу ВМП, грн	Дохід від іншої операційної діяльності, грн	Коефіцієнти розподілу ВМП	Річна сума розподілу ВМП, грн
1	24332	38000	0,1333	24332
2	28895	45000	0,1579	4563
3	36119	57000	0,2000	7224
4	47437	68000	0,2386	11318
5	65000	77000	0,2702	17563
x	Разом	285000	1	65000

Як видно з таблиць 3 і 4, при використанні 2-го способу (від залишкової (поточної) суми ВМП) в останньому (табл. 3) і в першому (табл. 4) роках залишок ВМП не розподіляється, а списується у витрати періоду. Це можна побачити із однакової суми розподілу ВМП і річної суми розподілу ВМП (24332 грн).

Висновки. Здійснювати розподіл ВМП можна за оберненим методом на основі доходу від іншої операційної діяльності.

При розрахунку оберненого методу розподілу ВМП на основі доходу від іншої операційної діяльності, спочатку потрібно обрахувати розподіл ВМП за методом на основі доходу від іншої операційної діяльності, і суми проставити у зворотній черговості: перший рік – в останній, другий – у передостанній і т.д.

Відповідно до видів доходів від іншої операційної діяльності, а також за субрахунками до рахунку 71 можна застосовувати різні обернені методи розподілу ВМП, що формуються на основі: 1) доходу від первісного визнання та від зміни вартості активів, які обліковуються за справедливою вартістю; 2) доходу від купівлі-продажу іноземної валюти; 3) доходу від реалізації інших оборотних активів; 4) доходу від операційної оренди активів; 5) доходу від операційної курсової різниці; 6) доходу від штрафів, пені, неустойок; 7) доходу від відшкодування раніше списаних активів; 8) доходу від списання кредиторської заборгованості; 9) доходу від безоплатно одержаних оборотних активів; 10) інших доходів від операційної діяльності та інші методи.

Аллокацію (англ. *allocation* – розподіл, розміщення) ВМП за методом на основі доходу від іншої операційної діяльності можна виконувати двома способами: 1) від первісної (початкової) суми ВМП; 2) від залишкової (поточної) суми ВМП.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності": Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

2. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності (Наказ Міністерства фінансів України). № 433. (2013). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv>.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" (Наказ Міністерства фінансів України). № 290. (1999). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.

4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : затв. наказом Міністерства фінансів України 30.11.1999 р. № 291 (у редакції наказу Міністерства фінансів України 09.12.2011р. № 1591). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>.

5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : затв. наказом Міністерства фінансів України 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

УДК 657.6

JEL Classification: M42

Шестерняк М. М.,

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри фінансового
контролю та аудиту,

Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

Волошин А. В.,

здобувач другого
(магістерського) рівня вищої освіти,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

АУДИТОРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ ТА ОБ'ЄКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасний період розвиток України, яка перебуває в умовах воєнного стану, орієнтований на європейську інтеграцію та потребує забезпечення механізму незалежного контролю. З огляду на те, все більшого значення в економіці набуває аудит, що є актуальним як в нинішніх умовах функціонування, так і в післявоєнний період в умовах регенерації вітчизняного господарства. За допомогою аудиту можна контролювати різноманітні аспекти діяльності господарюючих суб'єктів, зокрема, фінансову діяльність, дотримання чинного законодавства, можливості оптимізації процесів та підвищення продуктивності праці, оцінку

ефективності внутрішнього контролю та управлінських процедур, дотримання стандартів якості тощо.

Аудиторський контроль є вагомим інструментом для захисту інвесторів, кредиторів, державних органів та інших зацікавлених сторін від недостовірної фінансової звітності та шахрайства. Саме такий вид контролю розкриває нові можливості в економічній діяльності різних сфер господарства, встановлюючи закономірність цієї діяльності з метою її удосконалення.

При цьому доцільно відзначити, що аудиторський контроль – це процес, під час якого аудитор (чи аудиторська фірма) спираючись на Міжнародні стандарти аудиту перевіряє фінансову звітність підприємства для визначення її достовірності та відповідності чинним нормативно-правовим актам та стандартам бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Аудиторський контроль вивчає продуктивні сили та виробничі відносини з метою виявлення та своєчасного регулювання протиріч зі сторони суспільства.

Мета аудиту полягає у підтвердженні достовірності показників фінансового стану та звітності, а також перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку згідно з чинними у державі нормативно-правовими документами. Практика свідчить, що є ряд чинників, які сприяють розвитку аудиту, зокрема: існує поділ інтересів інвесторів та адміністрації підприємств; відбувається ускладнення господарських операцій, що збільшує ймовірність отримання недостовірної інформації; прийняття ділових рішень на основі необ'єктивної інформації, яка може призвести до певних негативних економічних наслідків; доступ до рахунків компанії відсутній. З огляду на те, аудит є обов'язковою складовою цивілізованого функціонування ринкової економіки кожної країни. Основна суть аудиту полягає у наданні практичної допомоги керівництву та економічним службам у веденні господарського та фінансового управління підприємством, надання необхідних консультацій [1, с. 134-135].

При здійсненні аудиторської перевірки важливо правильно організувати роботу аудитора та виокремити основні етапи аудиторського контролю, а саме:

- планування аудиту (включає визначення обсягу завдань та ресурсів для проведення аудиторської перевірки);
- збір і аналіз інформації (передбачає збирання та перевірку фінансової інформації, зокрема книги обліку, фінансові звіти, бухгалтерську документацію тощо);
- оцінка внутрішнього контролю (передбачає проведення аналізу систем внутрішнього контролю підприємства для визначення ефективності його роботи та виявлення можливих ризиків);

- проведення аудиторської перевірки (включає детальний аналіз окремих фінансових операцій та процесів);
- формування аудиторського висновку та рекомендацій (передбачає підготовку звіту за результатами аудиторської перевірки, в якому висвітлюються виявлені недоліки, ризики та рекомендації щодо їх усунення);
- підписання аудиторського звіту (включає закріплення висновків аудитора з підписом та печаткою аудиторської фірми);
- спілкування з управлінським апаратом після проведення аудиторської перевірки (передбачає комунікацію між аудитором та керівництвом підприємства щодо обговорення виявлених проблем та планування заходів щодо їх вирішення).

Після завершення аудиторської перевірки аудитори можуть зробити висновки про те, чи є фінансова звітність підприємства достовірною та відповідною чинним нормативно-правовим актам.

Таким чином, аудиторський контроль є ключовим інструментом забезпечення надійності та об'єктивності фінансової звітності підприємств, що дозволяє підприємству досягнути наступного:

- 1) підвищити довіру інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених сторін до фінансової звітності підприємства;
- 2) виявляти помилки, недоліки та можливі випадки фінансового шахрайства, що допомагає запобігти небажаним фінансовим ризикам;
- 3) надавати рекомендації щодо вдосконалення внутрішнього контролю та управлінських процесів;
- 4) перевіряти дотримання законодавчих вимог, що регулюють діяльність підприємства;
- 5) сприяти підвищенню інвестиційної привабливості;
- 6) створюють переваги перед конкурентами у відносинах з клієнтами, партнерами та інвесторами.

Загалом, аудиторський контроль відіграє важливу роль у забезпеченні прозорості, довіри та надійності фінансової звітності підприємства, що є критично важливим для його стабільного функціонування та розвитку.

Список використаних джерел

1. Шестерняк М.М., Федчишин І.В. Історичні аспекти виникнення аудиту. *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Тернопіль, 28 травня 2021 р.). Тернопіль: ЗУНУ, 2021. С. 134-136. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42621>.

2. Закон України "Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність" від 21.12.2017 р. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 9, ст.50), (із змінами і доповненнями), поточна редакція від 17.04.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 27.03.2024).

3. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, № 40, ст.365), (із змінами і доповненнями), поточна редакція від 01.01.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 17.04.2024).

4. Міжнародні стандарти аудиту. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, видання 2018 року. Частина I, Частина II, Частина III. URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhnarodni-standarti-audit> (дата звернення: 17.04.2024).

5. Пашкевич М. С. Контроль: незалежний, внутрішній, державний: навч. посіб. : у 2 ч. Ч. 1. Незалежний аудиторський та внутрішньогосподарський контроль / М. С. Пашкевич, Н. Л. Шишкова. Дніпро : НГУ, 2017. 182 с. URL: <https://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/150491>.

СЕКЦІЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ
SECTION 4. MANAGEMENT

УДК 658.355.01](477)
JEL Classification: M21

Боса І. Ю.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Хмельницький національний
університет, м. Хмельницький

**УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ**

Повномасштабне вторгнення та воєнний стан в Україні стали для українців великим випробуванням та, окрім численних трагедій, спричинено безліч проблем у функціонуванні всіх галузей. Логістика не є винятком, адже ця сфера, яка перетинається з багатьма іншими, однією з перших відчула на собі нищівний вплив війни.

Спричинивши кардинальні зміни в логістичній галузі, що пов'язано з порушеннями наявних ланцюгів постачання, створення нових проблем та ризиків внаслідок бойових дій, окупації, масових обстрілів, знищення транспортної та складської інфраструктури. Тому підприємства мають не лише швидко реагувати на найближчі зміни, а й кардинально переосмислити та адаптувати свої логістичні підходи до нових непередбачуваних умов.

Процес вдосконалення й підвищення ефективності управління логістичною діяльністю на основі нових логістичних підходів та принципів управління в умовах воєнного сьогодення відбувається завдяки переходу від традиційних підходів та принципів управління логістичною діяльністю до інноваційних та досконалих.

Організація управління логістичної діяльності на підприємстві має починатись з розробки відповідної стратегії, а саме визначення місця логістичної стратегії в загальній картині управління підприємством. Підходи координування логістичної діяльності полягають в управлінні поточними процесами всередині підприємства, а також транспортного забезпечення, і організацію складів, контроль за кадрами, запасами та інформацією, ІТ розвиток і маркетинг, з урахуванням впливу зовнішньо-економічних факторів. Відновлення зв'язків із зарубіжними партнерами та залучення нових інвестицій в логістичну галузь. Відбудова пошкодженої логістичної інфраструктури, та побудова нових об'єктів [1].

Логістичне управління здійснюється на основі виконання функцій прогнозування, планування, організації, координації, обліку, аналізу, моніторингу, контролю, регулювання.

Інновації взаємодіють з наявними у підприємств технологіями (закупівельними, виробничими, збутовими, складськими, логістичними, інформаційними), створюючи підґрунтя для розвитку актуального напрямку – логістичної підтримки інноваційної діяльності. Найважливішу роль в логістичних інноваціях відіграють інформаційні технології. До найбільш відомих програмних забезпечень, які використовуються в логістиці, можна віднести: Enterprise Resource Planning (ERP) – Планування ресурсів підприємства, Warehouse Management System (WMS) – Система по управлінню складом, Transport Management System (TMS) – Система по управлінню транспортом, Customer Relationship Management (CRM) – Управління взаємовідносинами із споживачами (постачальниками), Radio Frequency Identification (RFID) – Система радіочастотної ідентифікації палет (гофрокоробов і т.д.) за допомогою радіоміток та ін. Оскільки інновації є важливим фактором конкурентоспроможності та економічного зростання країни, необхідно вдосконалювати державну інноваційну політику країни, що вимагає врахування впливу глобалізації, оскільки вона постійно змінює природу та характер інноваційної діяльності [3].

Для вирішення проблем логістики в умовах повномасштабного вторгнення потрібно знаходити нові підходи та процеси максимально швидко. Зробити це може лише досвідчений менеджмент, що має досвід у різних нішах та проектах.

Наприклад, компанія SYNEX Logistics, яка утворилась під час війни, зваживши всі ризики та розуміючи, що питання логістики дуже нагальні. Бренд входить до складу Eclectic Talents Group, глобального аутсорсинг-провайдера з 13-тирічним досвідом. Це не тільки прийняти-зберегти-доставляти, а й контрактна логістика, митно-брокерські послуги, транспортна логістика, проектна та виставкова логістика.

Саме це посприяло організувати управління логістичної діяльності та запропонувати швидкі рішення для відновлення логістики в Україні, та зберегти зв'язки у міжнародних сполученнях, збільшуючи обсяг постачань.

Рекомендації на прикладі взаємодії SYNEX Logistics та українського бізнесу:

– Знайти топменеджерів, які мають досвід у різних логістичних процесах. Що більше кейсів, то більша варіативність результатів – можливість обрати основний, запасний та аварійний варіанти дій.

– Відновити та збільшувати продуктивність. Віддати логістичні процеси на аутсорс, щоб над ними працювала вже злагоджена команда. Коли підприємство має досвід, то відразу організує роботу і людей.

– Тримати під контролем кожен кілометр. Якщо є власний персональний менеджер кожного рейсу, то будь-які нестандартні ситуації вирішуються ефективніше.

– Віддати на аутсорс оформлення. Турбуватись не лише про зберігання, обробку і доставку вантажів, але й про митно-брокерське оформлення та представлення інтересів у державних органах.

– Мобілізувати та влаштувати нові хаби для зберігання з відповідними системами захисту та контролю. Завчасно забезпечити постійних працівників, мати "на всяк випадок" додаткові приміщення для відвантаження. Чим більше функцій буде віддано на аутсорс, тим менше ентропії у логістичних процесах.

Використовувати мультимодальну логістику українського та міжнародного сполучення. Це якщо один зі шляхів стане недоступним, можна буде використати інший. Чим більше у підприємства можливостей для цього, тим вище гарантії своєчасного виконання логістичних процесів. Якщо є достатній досвід роботи із підакцизними, швидкопсувними товарами, харчовими продуктами, фармпрепаратами, негабаритним і ADR-вантажами, то підприємство впорається і зі стандартним вантажем. Для забезпечення процесів та їх організації важливе не тільки зберігання, обробка і доставляння вантажів, але й митно-брокерське оформлення, представлення інтересів клієнтів у державних органах. Це ж значною мірою економить час, витрати якого підвищуються через воєнні обмеження [4].

Війна – це не тільки поле бою, це також економічне протистояння, і тут логістична діяльність відіграє важливу роль.

Головні завдання держави зараз – спрощення процедури отримання дозвільних документів, лібералізація податкову та митну політику, реорганізація логістики під військові потреби. Ми бачимо, що перші кроки вже робляться.

Варто також звернути увагу на оптимізаційні процеси, особливо це стосується волонтерського руху та гуманітарної допомоги. Допоміг би такий собі "маркетплейс логістичних рішень", особливо для доставки гуманітарних вантажів та релокації бізнесу на безпечні території.

Наш майбутній шлях можна описати цитатою Джека Ма, засновника Alibaba Group: "Сьогодні буде не просто, завтра буде ще гірше, але післязавтра буде прекрасно". Звісно буде важко, але зрештою управління логістичною діяльністю займе своє почесне місце. І щоб це післязавтра настало, необхідно і надалі активно працювати – звернути увагу на ті напрямки логістичної діяльності, які в мирний час не були такими важливими. Зокрема, варто вдосконалювати експортні логістичні рішення, сучасні центри та електронні сервіси. Війна показала, що ці фактори є надзвичайно важливими для усіх підприємств [2].

Якими мають бути післявоєнні логістичні процеси в Україні? Війна чітко вказала на недоліки сьогоденного стану справ. В першу чергу це зберігання вантажів у великій масі лише в певних регіонах країни, використання маршрутів, які проходять поблизу небезпечних територій чи стратегічних об'єктів. Управління логістичними процесами стане більш комплексним, бо лише такий підхід, як показує досвід, дозволяє залишитися "на плаву" в реаліях сьогодення. Реорганізація системи зберігання, передбачення ризиків та розробка більшої кількості маршрутів – те, з чого почнеться відновлення логістики у післявоєнний час.

Список використаних джерел

1. Як працюють логістичні компанії під час війни в Україні. URL: <https://glc.in.ua/uk/kak-rabotayut-logisticheskie-kompanii> (дата звернення: 23.04.2024).
2. Як змінилася логістика під час війни? URL: <https://devik.com.ua/blog/yak-zminilasya-logistika-pid-cas-viini> (дата звернення: 22.04.2024).
3. Татарин Н. Інноваційний підхід у розвитку логістики. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161261231.pdf> (дата звернення: 22.04.2024).
4. Логістика під час воєнного стану – досвід SYNEX Logistics. URL: <https://trademaster.ua/articles/313567> (дата звернення: 23.04.2024).

УДК 336

JEL Classification: G30

Килин Ю. В.,

здобувач вищої освіти,

ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ

Вітер О. М.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту,

ПВНЗ "Європейський університет", м. Львів

Килин О. В.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри управління та експертизи товарів,

Львівський національний університет

імені Івана Франка, м. Львів

Свелеба Н. А.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту,

ПВНЗ "Європейський університет", м. Львів

СУТЬ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим завданням управління фінансових ресурсів є вирішення питання оптимального співвідношення між формуванням власного та залученого капіталу в господарських суб'єктах, а також ефективності їх використання, зокрема ціни залученого капіталу. Ефективність та обсяги виробництва підприємств обумовлюють склад та розмір фінансових ресурсів, водночас від їх величини та управління залежить зростання виробничо-економічного розвитку. Тому у сучасних умовах для господарюючих суб'єктів є актуальним питання пошуку фінансових джерел, їх управління та забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів.

Розкриття економічної сутності фінансових ресурсів на рівні держави та підприємств визначено у працях науковців за різними підходами (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення економічної сутності фінансових ресурсів [1]

Автор	Визначення поняття фінансові ресурси
О. Василик, О. Філімоненков	це грошові накопичення і доходи, що створюються у процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб
В.М. Опарін	це сума коштів, спрямованих в основні та оборотні засоби підприємства, які характеризують фінансовий потенціал, тобто можливості підприємства у проведенні витрат з метою отримання доходу. Автор акцентує на тому, що фінансові ресурси включають не тільки кошти, що є основою виробничого процесу, а також й ті кошти, які забезпечують безпосередньо виробничий процес
А.М. Поддєрьогін	грошові засоби, що є в розпорядженні підприємства. До них належать грошові фонди та частина грошових коштів, які використовуються у нефондовій формі
Н.О. Рибалко	сукупність активів підприємства, сформованих із зовнішніх та внутрішніх джерел, що знаходяться в розпорядженні підприємства на правах власності або тимчасового володіння і які використовуються для погашення фінансових зобов'язань та забезпечення безперервності функціонування підприємства

На процес формування фінансових ресурсів підприємства впливають фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. До внутрішніх факторів відносять:

– рівень доскональності структури фінансової системи підприємства (деталізація фінансових завдань);

– проведення аналізу поточного ринку продукції;

– покращення роботи з посередниками, забезпечення взаємодії збутової стратегії із виробничою;

– якість організації керування фінансовими ресурсами;

– моніторинг існуючого ринку продукції;

– якість податкового та управлінського обліку;

– здійснення цінової політики, виходячи із затрат на виробництва, пошук шляхів їх зниження, аналіз цін конкурентів;

– розробка критеріїв відповідності кваліфікації робітників займаним посадам відповідно до організаційної структури, передання повноважень та визначення меж відповідальності.

Зовнішніми факторами, які впливають на використання та формування ресурсів підприємств є інфляція, зміна ціни на ресурси, становище фінансового ринку та стан економіки країни в цілому. Всі ці чинники мають

вплив на формування та використання ресурсів фінансів шляхом регулювання структури різних фінансових джерел [3].

Фінансові ресурси підприємств групують за різними ознаками, проте найбільш поширеною є класифікація фінансових ресурсів за джерелами формування на власні та залучені (позиковий капітал та кредиторська заборгованість або сталі пасиви).

У процесі формування фінансових ресурсів підприємств важливу роль відіграють їх збалансованість і визначення оптимальної структури їхніх джерел. Як свідчить практика, їх структура постійно змінюється під впливом різноманітних факторів, а саме:

- зростання питомої ваги коштів, залучених із зовнішніх джерел (частки кредиторської заборгованості, яка спричиняє систему не платежів та приводить до зниження інвестиційних можливостей підприємницьких структур).

- не контрольованість кредиторської заборгованості, що призводить до погіршення платоспроможності підприємства надлишкових власних фінансових ресурсів, що можуть сповільнювати виробничий розвиток через надмірне резервування накопичень і відволікання їх із виробничого процесу [4].

У сучасних умовах великий негативний вплив на ефективність використання фінансових ресурсів мають фактори кризового стану економіки, що існують незалежно від дій підприємства. Водночас підприємства мають внутрішні резерви підвищення ефективності їх використання: використання тривалих господарських зв'язків, удосконалення системи розрахунків, раціональна організація продажу, систематичний контроль за оборотністю коштів у розрахунках [2].

У сучасних умовах господарювання використання фінансових ресурсів може здійснюватися підприємством за такими напрямками:

- платежі організаціям фінансово-банківської системи, обумовлені виконанням фінансових зобов'язань (податкові платежі до бюджету, страхові платежі, виплата відсотків за користування банківськими кредитами, погашення раніше отриманих позик);

- інвестування власних коштів в капітальні затрати (реінвестування), пов'язане з розширенням та технічним оновленням виробництва, переходом на нові прогресивні технології, використання "ноу-хау");

- інвестування фінансових ресурсів у цінні папери інших суб'єктів господарювання: акції, облігації, які є об'єктом купівлі-продажу на ринку;

- використання фінансових ресурсів на забезпечення потреб соціального характеру, на благодійні цілі, спонсорство.

Стратегічним завданням є вдосконалення системи фінансового забезпечення підприємств через поліпшення його структури, в якій повинні переважати власні джерела формування фінансових ресурсів [5].

Використання внутрішніх джерел формування власних фінансових ресурсів передбачає максимальне використання внутрішніх можливостей для забезпечення потреб у фінансуванні перед тим, як звертатися до зовнішніх джерел. Це може включати такі джерела, як:

1. Акумуляція прибутку – збереження та реінвестиція прибутку, що генерується в результаті діяльності підприємств.

2. Оптимізація оборотного капіталу – ефективне управління запасами, дебіторською та кредиторською заборгованістю може звільнити додаткові фінансові ресурси.

3. Ефективне управління активами – максимізація виручки від реалізації активів, таких як нерухомість чи обладнання, може стати джерелом додаткових фінансових ресурсів.

4. Оптимізація капітальних вкладень – ефективне управління капітальними вкладеннями може забезпечити оптимальне використання внутрішніх ресурсів.

Важливе значення в управлінні позиковими фінансовими ресурсами підприємство має підвищення платоспроможності за рахунок:

- мінімізації запасів, оптимізації умов оплати постачальникам та ефективного врегулювання вимог до заборгованості;

- підтримки достатнього рівня ліквідних активів;

- підвищення рентабельності, зменшення витрат та підтримка збалансованого фінансового стану;

- розподіл ризиків шляхом залучення різних джерел фінансування;

- формування фінансових резервів для покриття непередбачених витрат або фінансових труднощів.

Ці заходи спрямовані на забезпечення ефективного та економного використання фінансових ресурсів підприємства в умовах фінансових труднощів, щоб забезпечити його платоспроможність та відновити стабільність. Однак важливо аналізувати ризики та вигоди кожного заходу, а також його вплив на довгострокову стратегію підприємства.

Висновок. Ефективне управління його фінансовими ресурсами є однією з найважливіших передумов для підвищення ефективності діяльності підприємств оскільки:

- дозволяє підприємству знаходити способи зменшення непродуктивних витрат та оптимізації використання ресурсів;

- може максимізувати свій прибуток, забезпечуючи оптимальне використання фінансових ресурсів та інвестування у вигідні проекти;
- допомагає підприємству зменшити ризики фінансових утрат, оптимізувати кредитні ресурси та забезпечити стабільність у фінансових операціях;
- дозволяє підприємству бути більш гнучким і адаптивним у відповідь на зміни в ринкових умовах, що в свою чергу сприяє збільшенню його конкурентоспроможності;
- робить підприємство більш привабливим для потенційних інвесторів та кредиторів, що відкриває нові можливості для залучення фінансування для подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Бражник Л.В. Фінансові ресурси підприємства: їх формування та використання. Економіка і суспільство. – Випуск 14 / 2018 с. 778-792. https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/111.pdf.
2. Колотуха С. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: формування та використання в умовах економічної нестабільності. Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2016. Вип. 1. С. 29–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib_2016_1_8.
3. Нечипоренко А. В. Теоретичні аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємства. Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" [Електронний ресурс]. – URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/87.pdf.
4. Стеценко Я. Фінансові ресурси підприємства: джерела формування та ефективність їх використання. URL: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Economics/30110.doc.htm.
5. Стецюк П. Формування фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств. Економіка АПК. 2005. – № 11. С. 111–116.



UDC 005.8:004.4=111

JEL Classification: M21

Liakh, V.,

Master's degree candidate,
State University of Trade
and Economics, Kyiv

Supervisor:

Dupliak, T.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Tourism
and Recreation Department,
State University of Trade
and Economics, Kyiv

LEVERAGING OF WEIGHTED SHORTEST JOB FIRST (WSJF) PRIORITIZATION TECHNIQUE IN SAFE PROJECTS

Problem definition. In today's dynamic and competitive business environment, organizations are increasingly adopting Agile methodologies to enhance their project management and product development processes. Among these methodologies, the Scaled Agile Framework (SAFe) has gained substantial popularity for its ability to facilitate large-scale Agile transformations. However, despite the advantages of SAFe, there exists a significant challenge that troubles many organizations: the efficient prioritization of work items within SAFe projects. Efficient prioritization is a fundamental aspect of Agile project management, as it directly impacts a project's ability to deliver value quickly and effectively. Existing prioritization techniques may lack the precision and adaptability required in complex, large-scale projects. This pressing issue underscores the need for a robust, data-driven prioritization technique that can accommodate the unique demands of SAFe projects. This thesis aims to address this challenge by exploring and leveraging the Weighted Shortest Job First (WSJF) prioritization technique within the context of SAFe, with a focus on improving project prioritization, optimizing resource allocation, and enhancing overall project success in the Agile landscape.

Results. In the context of project management within the Scaled Agile Framework (SAFe), the Weighted Shortest Job First (WSJF) prioritization technique emerges as a valuable asset. This technique addresses the longstanding challenge of effectively prioritizing work items within SAFe projects, thereby ensuring the delivery of the most valuable features in a timely manner.

The WSJF formula calculates the Weighted Shortest Job First for each work item. It is expressed as follows:

$$\text{WSJF} = \frac{\text{Cost of Delay}}{\text{Job Size}} = \frac{(\text{Business Value} + \text{Time Criticality} + \text{Risk Reduction})}{\text{Job Size}} \quad (1)$$

where:

– Business Value – a quantitative measure of the potential value a work item will deliver;

– Time Criticality – the urgency or time-critical nature of the work item;

– Risk Reduction – the potential reduction in risk associated with the work item;

– Cost of Delay – the financial impact and potential costs incurred due to the delay in implementing the work item, which includes factors such as business value, time criticality, and risk reduction;

– Job Size – a measure of the size or effort required to complete the work item [1].

The technique offers several benefits, including value-driven prioritization, the minimization of the cost of delay (minimizing financial losses and maximizing opportunities), and flexibility to meet project-specific requirements. However, it can be complex to implement requiring access to precise data regarding the cost of delay and might demand significant time and effort to gather data and calculate the value for each job.

WSJF is well-suited for projects that require rapid and value-driven delivery. It is particularly effective in large-scale, complex projects where numerous work items must be prioritized to ensure efficient delivery. It is not recommended for projects with straightforward prioritization requirements or where the cost of delay is minimal [2].

To illustrate the practical application of the Weighted Shortest Job First (WSJF) prioritization technique within SAFe projects, let us delve into a real-life example. In this scenario, we encounter a software development project operating within the SAFe framework, tasked with the development of a new e-commerce platform. The project's objective is to prioritize a set of work items, and it decides to use the WSJF prioritization technique due to the high importance of time-to-market and the need to ensure that work items with the greatest potential impact are given top priority. Each work item represents a specific feature or functionality essential for the success of the e-commerce platform, and their prioritization plays a critical role in achieving the project's goals.

Let's explore how the WSJF technique is applied to these work items, calculate their WSJF scores, and gain insights into why the project chose WSJF prioritization technique.

Table 1

WSJF Score calculations

Work item	Business Value		Time Criticality		Risk Reduction		Cost of Delay		Job Size		WSJF
Make secure payments online	13	+	8	+	9	=	30	/	3	=	10
Track the delivery status of orders	10	+	7	+	7	=	24	/	5	=	4.80
Add items to my cart	9	+	6	+	8	=	23	/	5	=	4.60
List products on the platform	7	+	5	+	6	=	18	/	8	=	2.25
Leave product reviews	5	+	4	+	4	=	13	/	5	=	2.60

Interpreting Results. Let's now proceed with an analysis of the results to discover the business insights provided by the WSJF scores for each work item within the software development project.

– Among the work items, “Make Secure Payments Online” stands out with the highest WSJF score of 10. This score indicates its critical importance to the project. The high WSJF score is primarily driven by its remarkable Business Value of 13, significant Time Criticality of 8, and substantial Risk Reduction of 9. The project team recognizes that enabling secure online payments is a top priority due to its potential to generate revenue, its time-sensitive nature, and its ability to mitigate project risks. The WSJF score of 10 underscores the project's commitment to addressing this work item promptly.

– In contrast, “Track the Delivery Status of Orders” and “Add Items to My Cart” receive moderate WSJF scores of 4.80 and 4.60, respectively. While both work items have considerable Business Value, their Time Criticality and Risk Reduction values are slightly lower. The project acknowledges the importance of tracking order delivery and enabling customers to add items to their cart. However, it perceives these features as somewhat less time-sensitive or critical than making secure payments online.

– “List Products on the Platform” and “Leave Product Reviews” receive lower WSJF scores of 2.25 and 2.60, respectively. These work items have lower Business Value, Time Criticality, and Risk Reduction values compared to the higher-priority features. The project recognizes the importance of listing products and allowing customers to leave product reviews but deems these features as less critical and time-sensitive in the current context.

Conclusion. In conclusion, the adoption of the Weighted Shortest Job First (WSJF) prioritization technique in the context of projects using the Scaled Agile Framework (SAFe) proves to be a highly effective solution. This technique successfully addresses the longstanding challenge of efficiently prioritizing work items within SAFe projects, leading to the timely delivery of the most valuable features. As a result, the WSJF prioritization technique aids in optimizing resource allocation and significantly improving the prioritization of work items. Its focus on maximizing the value of work items ensures that those with the greatest potential impact on revenue, time-to-market, and risk mitigation are addressed first. In essence, the WSJF prioritization technique enhances the overall success of projects operating within the SAFe framework, providing a data-driven and adaptable approach to Agile project management.

References

1. Leffingwell D. Agile Software Requirements: Lean Requirements Practices for Teams, Programs, and the Enterprise. Addison-Wesley Professional, 2011. 624 p.
2. Leffingwell D., Knaster R. SAFe 5.0 Distilled: Achieving Business Agility with the Scaled Agile Framework. Addison-Wesley Professional, 2020. 320 p.
3. WSJF Guide: Weighted Shortest Job First Agile Framework. – 2022. URL: <https://medium.com/ducalis-blog/wsjf-guide-weighted-shortest-job-first-agile-framework-173c6f553f27> (accessed on: 18.04.2024).

УДК 330.3

JEL Classification: M21

Пустовгар С. А.,
канд. екон. наук, доцент
кафедри управління та адміністрування,
ННІ "Каразінська школа бізнесу" Харківського
національного університету імені
В. Н. Каразіна, м. Харків

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Цифрова трансформація є однією з найважливіших тем у сучасному бізнес-середовищі, оскільки технологічний прогрес здатний кардинально

змінювати підходи до ведення бізнесу. Завдяки впровадженню передових технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, великі дані, та автоматизація, компанії можуть значно підвищити свою продуктивність, оптимізувати операційну діяльність і покращити взаємодію з клієнтами. Це створює суттєві конкурентні переваги, дозволяючи компаніям не тільки залишатися в ногу з часом, але й випереджати конкурентів [1, 2].

Окрім того, у відповідь на зміни у споживацькій поведінці, де люди все більше покладаються на цифрові технології у своєму повсякденному житті, компанії мають змогу глибше аналізувати потреби та вподобання своїх клієнтів. Це відкриває можливості для створення більш особистісних та ефективних маркетингових стратегій, що підсилює лояльність клієнтів і підвищує продажі [3].

На ряду із беззаперечними перевагами, використання цифрових технологій у бізнесі супроводжується рядом викликів та проблем, основними з яких є необхідність забезпечення безпеки даних, витрати на імплементацію, ризик втрати конфіденційності інформації, асиметрія в доступі до технологій, швидке застарівання технологій [4].

Метою цього дослідження є інтегральна оцінка ефективності використання цифрових технологій в українських компаніях з урахуванням викликів та перспектив, зумовлених їх використанням.

Методологія дослідження передбачала проведення анкетування, яке проходило в дистанційному форматі з використанням електронної пошти та соціальних мереж. В анкетуванні взяли участь 317 менеджерів українських компаній різного розміру, географічного розташування, напрямку діяльності. Анкетування проходило в два етапи. На першому учасники анкетування самостійно запропонували виклики та перспективи цифровізації для свого бізнесу. На другому етапі було узагальнено цей перелік викликів та перспектив і запропоновано учасникам анкетування оцінити по 7-ми бальній шкалі Лайкерта актуальність кожного виклику та перспективи для свого бізнесу. Результати анкетування оприлюднено за згодою учасників.

На основі отриманих результатів виявлено, що більш суттєві перспективи та менш відчутні виклики у використанні цифрових технологій для великих компаній. Менш суттєві перспективи та більш відчутні виклики у використанні цифрових технологій для малих та середніх компаній. Відмінності в ефективності використання цифрових технологій між компаніями різних масштабів діяльності є статистично значимими, що підтверджено t-критерієм Стьюдента для незалежних

вибірок. В процесі анкетування визначено, що причинами цього є різниця у ресурсах, доступних для інвестицій в цифрові технології, та обмеженості у внутрішніх кваліфікаціях.

Великі компанії зазвичай мають більше фінансових та технічних ресурсів для інвестування в новітні цифрові технології. Це дозволяє їм не тільки купувати передове обладнання та програмне забезпечення, але й залучати висококваліфікованих спеціалістів, які можуть ефективно імплементувати та управляти цими технологіями. Такий підхід забезпечує глибоку інтеграцію цифрових інновацій у всі бізнес-процеси, знижуючи операційні витрати та підвищуючи загальну ефективність.

Малі та середні компанії, в свою чергу, часто стикаються з обмеженими бюджетами, що змушує їх обирати між різними напрямками інвестицій. Це може призвести до вибору менш передових технологій або обмеження їх впровадження лише в окремих аспектах бізнесу. Крім того, менші компанії часто не мають доступу до висококваліфікованих спеціалістів у сфері цифрових технологій через високу конкуренцію на ринку праці, що може призводити до проблем із правильним впровадженням і управлінням цими технологіями.

Малі та середні компанії часто виявляються більш вразливими до кіберзагроз, оскільки не мають достатньо ресурсів для інвестування в комплексні системи кібербезпеки, що підвищує ризики порушення даних та інших кібератак. Це може призвести до серйозних фінансових та репутаційних втрат.

За сферою діяльності більше перспектив та менше викликів в цифровізації вбачають менеджери ІТ компаній та фінансового сектору. Менш цифрово інтегрованими є компанії реального сектору економіки.

ІТ та фінансові компанії базуються на інформації та даних як ключових ресурсах своєї діяльності. Цифрові технології дозволяють ефективно управляти цими ресурсами, оптимізувати обробку даних, покращити аналітичні здібності та прискорити обробку транзакцій. Це прямо корелює з основними потребами і цілями діяльності цих секторів. Компанії у сфері ІТ і фінансів часто є піонерами у впровадженні новітніх технологічних рішень. Цифровізація не тільки допомагає їм підтримувати конкурентні переваги, але й є частиною їх бізнес-моделі. Вони мають більше ресурсів, знань та вмотивованості для інтеграції цифрових технологій у свою діяльність. Для компаній реального сектору, які часто залежать від фізичних активів і процесів, цифровізація може вимагати значних початкових інвестицій без гарантії швидкої окупності. Такі компанії можуть стикатися з технічними та фінансовими бар'єрами, які уповільнюють процес цифрової трансформації.

За критерієм географічного розташування статистично значимих відмінностей в оцінці переваг та ризиків цифровізації бізнесу не виявлено.

Основними перспективами цифровізації бізнесу є: підвищення продуктивності, зниження операційних витрат, покращення якості обслуговування клієнтів, оптимізація управління даними, збільшення досяжності ринку, поліпшення координації та комунікації, підвищення гнучкості та швидкості реагування на зміни. Основними викликами є: вразливість до кібератак, залежність від технологічних постачальників, високі витрати на впровадження та обслуговування, проблеми з інтеграцією у внутрішні бізнес-процеси, залежність від цифрової інфраструктури, соціальні виклики та етика, психологічний опір інноваціям, ризик витоку інтелектуальної власності, відсутність кваліфікованих кадрів, ризик несанкціонованого доступу до конфіденційних даних.

Незважаючи на виклики, загальний висновок менеджменту українських компаній підтверджує позитивний вплив цифровізації на бізнес. Це спонукає до подальшого розвитку та впровадження цифрових технологій, а також підготовки персоналу і вдосконалення систем безпеки. Розвиток цифрових навичок та інвестиції в передові технології стають пріоритетними завданнями для компаній, які прагнуть зберігати конкурентоспроможність і адаптивність у динамічному цифровому світі.

Список використаних джерел

1. Нескородєва І., Ян Буюнь. Інтегративний погляд на поняття підприємства: суміжні концепції та їх еволюція. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. №4. С. 225–233.
2. Megits N., Aliyev S.T., Pustovhar S., Bielialov T., Prokopenko O. The "Five-Helix" Model as an effective way to develop business in Industry 4.0 of selected countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2022. №9(2). P. 357-368.
3. Нескородєва І.І., Ян Буюнь, Щербань О.Д. Підприємництво в контексті реалізації концепції забезпечення стійкого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1051>.
4. Пустовгар, С. Тенденції розвитку підприємництва в Україні в умовах Індустрії 4.0. *Економіка та суспільство*. 2022. №39. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-15>.

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ
SECTION 5. MARKETING

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Кукель Г. С.,

канд. екон. наук, доцент кафедри
менеджменту, маркетингу та економіки,
Вінницький національний технічний
університет, м. Вінниця

**ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ
АСПЕКТИ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ**

Існує величезна кількість прийомів і методів просування та реалізації товарів і послуг в сучасному маркетингу. В умовах сьогодення усе більшої популярності набуває нейромаркетинг. Метою нейромаркетингових досліджень є об'єктивна оцінка нейрофізіологічних проявів реакцій респондентів. Отримана інформація допомагає суттєво розширити уявлення про те як споживач приймає рішення і краще зрозуміти його потреби. Дослідження нейромаркетингу є важливим науковим напрямом на стику маркетингу, поведінкової економіки, нейробіології і психології, яке ставить за мету дослідження і розуміння поведінки споживачів в сучасному світі. Дослідження допоможуть зрозуміти поведінку споживачів і знизити негативні впливи на них, запропонувати нові та нестандартні шляхи для вирішення цієї проблеми.

Маркетологи вже давно знають, що не корисність продукту чи раціональні міркування змушують споживачів приймати рішення про купівлю (товару чи послуги), а потенційні мотивації, які неможливо виміряти. Їх можна зрозуміти лише через вивчення активності людського мозку, неконтрольованих бажань і реакцій. Це стає можливим завдяки нейромаркетингу – міждисциплінарній галузі на перетині нейронауки, психології, поведінкової економіки та теорії мотиваційного вибору.

Вчені виявили, що наша свідомість контролюється лімбічною системою мозку. Це означає, що зовнішні подразники спочатку відображаються в наших емоціях, потім у підсвідомості і лише потім у свідомості. Незважаючи на відмінності та особливості нервової системи, виховання та способу життя, існують спільні риси, які об'єднують людей незалежно від цих відмінностей.

У деяких випадках кожна людина має певну емоцію, яка ініціює так звану нейронну активність при впливі на органи чуття. Великі емоційно виразні картинки, спеціальне освітлення, зручне розташування полиць і проходів, айподи, логотипи – є багато речей, які можуть працювати на імідж торгового залу.

Хоча використання результатів нейромаркетингу не дуже широко висвітлюється, безперечно, все більше і більше рекламних агентств використовують наукові лабораторії для виявлення факторів, які стимулюють бажання клієнтів купувати певні товари.

Сьогодні нейромаркетинг використовує надзвичайно широкий і різноманітний спектр інструментів. До нейровізуалізаційних інструментів належать електроенцефалографія (ЕЕГ), топографічне картування електричної активності мозку (ТКЕАМ), магнітно-резонансна томографія (МРТ), фотонно-емісійна позитронно-емісійна томографія (ОФЕКТ), транскраніальна магнітна стимуляція (ТМС), функціональна магнітно-резонансна томографія (ФМРТ), магнітоенцефалографія (МЕГ) тощо, які дозволяють отримувати інформацію в режимі реального часу. Існують неінвазивні діагностичні інструменти, які можуть візуалізувати активність мозку в режимі реального часу.

Наразі активно розвиваються методи нейровізуалізації, які створили інструментарій нейромаркетингу. Серед найбільш поширених є наступні:

1. ZMET-виявлення впливу на підсвідомість людини спеціально відібраних зображень (реклама, бренди, кліпи), які викликають позитивні емоціональні відгуки і приховані образи-метафори (т.з. ефект подолання шести психологічних екранів).

2. Соматичні маркери – використання набору зображень, запахів, аудіосупроводження для спонукання споживача до купівлі певних брендів і товарів.

3. Зеркальні нейрони – включення механізму несвідомого для наслідування дій інших покупців та виклику почуття співпереживання.

Для вирішення різноманітних бізнес-задач використовується також наступний функціонал даного інструментарію:

1. Спостереження за серцево-судинною системою з відстеженням частоти серцебиття, тону судин і змінами в артеріальному тиску.

2. Використання камер інфрачервоного спектру для відстеження притоку крові до певних ділянок тіла, а також зміни у потовиділенні об'єктів, за якими ведеться спостереження.

3. Реєстрація змін міміки піддослідних надчутливою камерою для точного розуміння його емоцій.

4. Стеження за пересуванням і зупинками точки концентрації погляду за допомогою айтрекера.

5. Дослідження змін у корі головного мозку та у "рептильному" мозку за допомогою ЕЕґ і фМРТ [1].

Останнім часом онлайн-нейромаркетинг стає все більш популярним напрямком нейромаркетингу, що пропонує рішення для підвищення конверсії веб-сайтів, банерів, додатків та інших онлайн-продуктів. Важливим аспектом нейромаркетингу є правильна побудова семантичних баз даних, які визначають психологічні типи суб'єктів. Онлайн-нейромаркетинг характеризується низькою вартістю, мінімальними витратами часу, відсутністю потреби в складній технічній інфраструктурі, можливістю дистанційного тестування, необмеженою масовістю та масштабом проведення опитувань, високою достовірністю результатів та можливістю швидкої сегментації потенційних споживачів за різними критеріями, що неможливо за допомогою інших технологій.

Тому ми вивчаємо нейромаркетинг з точки зору маркетингу. Якщо вивчати нейромаркетинг з точки зору маркетингу доцільно зосередитися на найбільш перспективних можливостях отримання позитивних емоцій від споживачів.

Такими можливостями є наступні:

- об'єктивна оцінка зовнішнього вигляду продукту (дизайн упаковки, вид кінцевого продукту);
- тестування поведінки споживачів на сайті, досліджуючи увагу та кількість кліків;
- психографічні інструменти для оцінки впізнаваності бренду та продукту;
- формування та артикуляція маркетингових концепцій на основі отриманих даних.

Сьогодні вже відомі фірми, які використовували прийоми нейромаркетингу для досягнення своїх цілей, серед яких – Coca-Cola, General Motors, Hyundai, PayPal, Netflix, Nestle та ін. Доцільно відзначити, що витрати на нейромаркетинг є досить високими. Так, у 2015 році тільки у США на нейромаркетингові дослідження витратили \$25 млрд [2].

Нейромаркетинг має значний вплив на рекламну індустрію, надаючи глибоке розуміння потенційної реакції споживачів на рекламні повідомлення. Ці знання дозволяють створювати більш ефективні та персоналізовані рекламні кампанії, що призводить до підвищення рівня залученості, впізнаваності бренду та, зрештою, продажів.

Нейромаркетинг виявляє підсвідомі вподобання та мотивації споживачів, які важко виявити за допомогою традиційних методів дослідження. Це дозволяє рекламодавцям більш точно створювати кампанії, які мотивують споживачів до покупки.

Споживча психологія відіграє провідну роль у нейромаркетингу, надаючи цінну інформацію про те, як і чому люди приймають рішення про покупку. Ця дисципліна відкриває нові можливості для кращого розуміння емоційних та когнітивних процесів, які впливають на вибір та вподобання споживачів, а також для створення більш ефективних маркетингових стратегій.

Одним із важливих аспектів споживчої психології є вплив брендів та реклами на емоційне сприйняття продуктів. Нейромаркетингові дослідження показали, що певні бренди та рекламні повідомлення активують певні ділянки мозку, пов'язані з позитивними емоціями, задоволенням та винагородою. Це дозволяє компаніям формувати більш глибокий емоційний зв'язок зі споживачами, підвищувати лояльність до бренду та стимулювати купівельну активність.

Варто відзначити, як позитивний аспект, що нейромаркетинг можна використовувати для аналізу різних бізнес-процесів та споживчого досвіду, а також для пошуку шляхів покращення якості контакту зі споживачами, підвищення їх ефективності та залучення більшої кількості споживачів.

Незважаючи на те, що швидкий розвиток нейромаркетингу відкрив нові можливості, він також викликав суперечливі етичні проблеми. Деякі критики стверджують, що нейромаркетинг може бути використаний для позбавлення клієнтів їхньої свободи шляхом збору, обміну та маніпулювання інформацією, отриманою за допомогою сканування та тестування активності людського мозку. Таким чином, нейромаркетинг піднімає питання щодо прав людини, а саме права на когнітивну свободу, психічну приватність, психічну цілісність і психологічну безперервність.

Багато хто вважає, що нейромаркетинг неетичний, оскільки він посягає на приватне життя людей. Таким чином, різні організації можуть маніпулювати бажаннями споживачів і змушувати їх купувати непотрібні речі [3]. Компанії не повинні отримувати доступ до інформації про думки та почуття потенційних клієнтів без їх явної повної згоди. Крім того, використання такого роду інформації може бути неетичним через створення того факту, що люди не можуть залишатися наодинці з собою навіть у думках. Нейромаркетинг також не є достатньо точним методом вимірювання бажань клієнтів, оскільки процеси мислення людини можуть значно відрізнятись, що ускладнює інтерпретацію та не призводить до результату. Використання цього методу має певні переваги, але компанії також повинні враховувати компонент конфіденційності, в якому люди вимагають конфіденційності.

Нейромаркетинг надає нові підходи до розуміння поведінки клієнтів, він розглядає такі питання, як реакція споживача на продукти, рекламу та спеціальні пропозиції, а також способи купівлі товарів і послуг. Ці знання дозволяють маркетологам планувати маркетингову діяльність і випускати нові продукти більш ефективними способами.

Важливо відзначити, що використання нейромаркетингу може надати цінну інформацію про поведінку споживачів і покращити рекламні стратегії. Однак використання таких технологій має бути обмежено законом. Через значне втручання в приватне життя людей, нейромаркетинг повинен жорстко регулюватися і не здійснюватися без повної згоди споживачів. Таким чином можна буде досягти позитивного впливу технологій на ринок товарів.

Список використаних джерел

1. Соловійов І.О., Шашкова Н.І. Нейромаркетинг як складова комплексу маркетингових досліджень. *Вісник ХДУ Серія Економічні науки*. 2019. № 36. С. 97-101.
2. Інновації. Нейромаркетинг. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26781> (дата звернення 23.04.2024).
3. Isa, S. M., Mansor, A. A., & Razali, K. Ethics in neuromarketing and its implications on business to stay vigilant. *KnE Social Sciences*. 2019. P. 687-711.

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Рожко В. І.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, м. Харків

АНАЛІТИЧНИЙ МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Організаційна структура управління маркетингом на промисловому підприємстві повинна будуватися та реалізовуватися у такій формі, яка дасть змогу якомога ефективніше досягнути поставлених цілей. Крім того, система управління маркетингом повинна у стисненому вигляді повторювати загальну організаційну структуру промислового підприємства, щоб маркетингова

концепція управління підпорядкувала собі увесь управлінський процес на підприємстві та цим самим сприяла підвищенню ефективності комерційної діяльності підприємства в цілому[3].

Забезпечення стійких конкурентних переваг, завоювання міцних ринкових позицій, збільшення обсягів реалізованої продукції та чистого прибутку являються основними завданнями для сучасних підприємств, які прагнуть отримати ефективний та довгостроковий розвиток. Для виконання цих завдань підприємствам необхідно чітко сформулювати маркетингову товарну політику.

Товар відіграє головну роль в маркетинговій товарній політиці, тому що, скільки б підприємство не змінювало ціну, місце розташування товару, його просування, якщо попит на цей товар невеликий і його характеристика програє товарам конкурентів, то отримати успіх на ринку неможливо.

Товарна політика передбачає визначення виробничої програми підприємства, яка враховує інтереси споживачів, рівень впливу конкурентів, виробничі та інші ресурси підприємства. До основних завдань товарної політики відносять управління якістю, конкурентоспроможністю, життєвим циклом товарів, товарним асортиментом та номенклатурою.

Структура маркетингової товарної політики досить розгалужена. Вона включає розробку товару (планування нового товару чи удосконалення вже існуючого), обслуговування товару та елімінування (зняття товару з виробництва) [5].

Також важливу роль у товарній політиці відіграє оптимальна номенклатура, яка в свою чергу є індивідуальною для кожного підприємства і складається з таких товарів, які мають попит і успішно реалізуються, які потребують модифікування відповідно до вимог споживачів, які потрібно вилучити з виробництва через невідповідність вимогам покупців.

Існує різноманітна кількість методів аналізу за допомогою яких здійснюється процес модифікації товарної номенклатури. Основними з них являються ABC-аналіз, SWOT – аналіз, GAP – аналіз, STP – аналіз, стратегічна модель Портера, матриця Мак Кінсі і Дженерал Елекрик і матриця Бостонської консультативної групи.

Головним індикатором ефективності різних складових асортименту вважають показники збуту. Вони можуть вказати на ті продукти, котрі належить виключити з виробничої програми. З цією метою застосовують спеціальний аналіз, варіантом якого є так званий ABC-аналіз.

ABC-аналіз (Activity Based Costing) (метод поопераційного калькулювання) – функціонально-організаційна форма оптимізації абсолютної величини та структури затрат підприємства, що являє собою технологію обґрунтування та прийняття управлінських фінансових рішень щодо цільової локалізації затрат суб'єкта господарювання по центрах затрат з метою оцінювання

обґрунтованості їх величини та виявлення резервів їх зменшення за мінімальних додаткових затрат. АВС-аналіз – це метод структурного аналізу, заснований на ранжируванні об'єктів дослідження з обраних показників [1].

АВС-аналіз ґрунтується на принципі дисбалансу, при проведенні якого будується графік залежності сукупного ефекту від кількості елементів. Такий графік називається кривою Парето, кривою Лоренца або АВС-кривою. За результатами аналізу асортиментні позиції ранжируються і групуються в залежності від розміру їхнього вкладу в сукупний ефект. У логістиці АВС-аналіз зазвичай застосовують з метою відстеження обсягів відвантаження певних одиниць і частоти звернень до тієї чи іншої позиції асортименту, а також для ранжирування клієнтів за кількістю або обсягом зроблених ними замовлень. Завдяки цьому АВС-аналіз дозволяє виявити та оцінити незначне число кількісних величин, які є найціннішими та мають найбільшу питому вагу у загальній сукупності вартісних показників.

Об'єктом дослідження можуть бути: окремі товари або асортиментні групи, регіони й канали збуту.

Як показники можуть використовуватися: обсяг збуту, прибуток і покриття витрат.

Покриття витрат – це частина виручки виробника, що залишається після виключення прямих витрат на виробництво продукції й може бути використана для покриття непрямих витрат і формування прибутку підприємства [2].

Результатом АВС аналізу є групування об'єктів за ступенем впливу на загальний результат. Згідно з цим методом ресурси ділять на три категорії:

А – запаси, які є найціннішими з погляду їх вартості, однак можуть використовуватися підприємством у незначній кількості в натуральному виразі; характеризується значним внеском в аналізований показник;

В – середні за величиною запаси як у кількісному, так і в грошовому виразі; робить середній внесок;

С – запаси з найбільшою часткою в натуральному виразі, однак незначні з погляду їх вартості; незначний внесок.

По суті, АВС-аналіз – це ранжування асортименту за різними параметрами. Ранжувати таким чином можна і постачальників, і складські запаси, і покупців, і тривалі періоди продажів – все, що має достатню кількість статистичних даних.

Економічний зміст досліджень у рамках АВС-аналізу зводиться до того, що максимальний ефект досягається при вирішенні завдань, що відносяться до групи А.

При цьому клас А може складати близько 20% загальної кількості асортиментних позицій, на які приходить 80% товарообігу. Клас В – це майже 30% позицій, що забезпечують майже 10% об'єму реалізованого товару. Решта

одиниць найменувань з низьким товарообігом формує клас С. Він складає не менше 10% обороту і 50% від сукупності аналізованих позицій [4].

На основі проведеного аналізу товарного асортименту підприємства приймаються рішення про його зміну й розвиток.

Оптимізація асортименту – це безперервний процес реалізації товарної політики. Товарний асортимент не може бути оптимізований один раз на весь період присутності підприємства на ринку. Оптимальний асортимент, як правило, містить товари, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу товару: стратегічні товари (фаза впровадження), найбільш прибуткові (фаза зростання), ті, що підтримують (фаза зрілості-насичення товарного ринку), тактичні (для стимулювання продажів нового товару), ті, що плануються до зняття з виробництва (фаза спаду), і ті, що розробляються (стадія НДДКР) [6].

У процесі оптимізації управлінські впливи спрямовуються на головні характеристики номенклатури (асортименту).

Однак, виробництво нової продукції не завжди забезпечує успіх, зокрема тоді, коли не враховано специфічних вимог ринку або нових науково-технічних досягнень. Треба пам'ятати також, що випуск нової продукції може помітно зменшити продаж інших вигідних для фірми товарів.

Визначення місця товару на ринку серед аналогічних (позиціонування товару) передбачає оцінювання потенційних можливостей його комерційного успіху. Останній залежить від своєчасної появи товару на ринку саме там і в такій кількості, яка дає змогу максимально задовольнити потреби споживачів.

Таким чином, фірмі необхідно мати й постійно вдосконалювати товарну стратегію, що дозволить їй забезпечити стійку структуру асортименту, постійний збут і стабільний прибуток. Необхідно вибирати такий асортимент товарів і так регулювати товарну політику, щоб це сприяло збільшенню продажу та прибутків фірми.

Список використаних джерел

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 100 с.
2. Гаркавенко В.С. Маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Просвіта, 2003. – 540 с.
3. Економіка підприємств: Навчальний посібник/А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. – 2-ге вид., – К.:Знання-Прес", 2002. – 335 с.
4. Економічний аналіз: Навчальний посібник / За ред. М.Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.
5. Ілляшенко С.М. Маркетингова торгова політика: підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми : "Університетська книга", 2005. – 234 с.
6. Кальченко А.Г. Логістика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 148 с.

УДК 339.138:316

JEL Classification: M31

Сичова О. Є.,

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет
"Харківський політехнічний
інститут", м. Харків

Герман Є. Р.,

здобувач вищої освіти,
Національний технічний університет
"Харківський політехнічний
інститут", м. Харків

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі висока конкуренція, перенасичення внутрішнього ринку, однотипність продукції, можливість отримати доступ до нових технологій та бажання розширити потенційний круг клієнтів вимагає від вітчизняних підприємств розроблення стратегії міжнародного маркетингу, що у свою чергу потребує значних зусиль щодо аналізу глобального ринку та міжкультурних відмінностей.

Теоретичною платформою досліджуваної проблематики є фундаментальні праці науковців, зокрема таких як: Гаркавенко С. [1], Балабанової Л. [2], Судомир С. [5], Ціх Г. [6]. Водночас кількість досліджень з названої проблематики у вітчизняній науковій літературі є доволі обмеженою. Цінність вказаної проблематики, необхідність її вирішення обумовили вибір теми дослідження та його напрями.

В останній час активно почали розвиватися штучний інтелект та соціальні мережі, тому стратегії почали змінюватися, й здивувати багатим функціоналом, асортиментом продукції компанії та інноваційними рішеннями потенційних клієнтів вже не виходить. Для досягнення глобального успіху компаніям прийдеться перейти на більш високі рівні реалізації стратегій, інакше – компанії ризикують втратити значну частину зарубіжної клієнтури.

Розробляючи маркетингову стратегію, з одного боку, компанії стикаються із такими негативними аспектами як: ризики економічної нестабільності країни, на яку буде націлений комплекс маркетингових заходів; високі бар'єри входження у галузь; юридичні та культурні ризики; мовні бар'єри; складність знайти зарубіжних висококваліфікованих працівників; потреба

обійти тарифні перешкоди через експорт/імпорт товарів та великі фінансові витрати. З іншого боку, розробка стратегії надає такі можливості: розвиток впізнаваності бренду; розширення ринків; отримання доступу до нових технологій, ресурсів та знань та збільшення конкурентоспроможності.

Важливим завданням маркетингового дослідження споживчої поведінки на міжнародному ринку є виявлення стратегічного поля діяльності підприємства, тобто сукупності цільового ринку і призначеного для нього товару підприємства. Виявлення стратегічного поля діяльності підприємства також включає пошук ринків, що придатні для досягнення цілей підприємства та забезпечення необхідної адаптивності його товару. Від правильності вибору залежить ефективність всіх наступних маркетингових заходів і діяльності підприємства в напрямку задоволення споживчих вподобань. Компанії по всьому світу вживають заходів щодо захисту від майбутніх ризиків, приділяючи особливу увагу віддаленій роботі, впровадженню цифрових технологій і комунікації. Половина опитаних компаній планують оцінити різні сценарії для прогнозування економічних ризиків, пов'язаних з майбутніми кризами, і управління ними. Розуміючи, на чому зосереджені колеги з різних галузей в частині майбутніх інвестицій і довгострокових стратегій, компанії можуть використовувати нові можливості для поліпшення якості обслуговування клієнтів (як в магазині, так і в інтернеті).

Формування маркетингової стратегії передбачає проведення порівняльного аналізу ресурсів підприємства (фінансових, технічних та управлінських) з аналогічними ресурсами головних конкурентів; аналіз усіх підконтрольних аспектів виходу підприємства на ринок (продукція/послуги підприємства, елементи маркетинг-міксу, створення цінності для покупця); визначення цільових ринків, при зверненні до яких вигода для покупця повинна отримати форму; формування у рамках певного горизонту планування.

Таким чином, формування стратегії міжнародного маркетингу полягає в правильному використанні існуючих інструментів задля отримання конкурентних переваг на зарубіжних ринках. Причиною використання цієї стратегії полягає у незадовільному становищі справ підприємства на внутрішньому ринку, перенасиченості галузі та бажанні збільшити прибуток. 40% українських підприємств, які займаються експортом продукції на зарубіжні ринки, взагалі не використовуює міжнародної маркетингової стратегії, що говорить про низький рівень розуміння важливості використання відповідних маркетингових заходів й говорить про обмежений потенціал розвитку та росту таких компаній. Успішність використання відповідних стратегій базується на ідеї вдалої адаптації бізнесу до культурних, економічних та політичних особливостей іншої країни.

Список використаних джерел

1. Гаркавенко С. С. Політика комунікацій. Лібра, 2014. 187с., С. 298.
2. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручк.: Центр учбової літератури, 2012. 630с., С.78.
3. Джонсон М., Кристенсен К., Кагерманн Х. Изобретая новую бизнесмодель. Стратегии. № 1–2. 2009. С. 12.
4. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник / Н.В. Куденко. К.: КНЕУ, 1998. 152 с., С.75.
5. Судомир С. М. Стратегія розвитку підприємств та її цільова спрямованість. Інноваційна економіка : науковий журнал. 2011. № 21. С. 67-69.
6. Ціх Г. Особливості вибору маркетингової стратегії. Галицький економічний вісник. 2018. №2(27). С.79-83.

УДК 338.640

JEL Classification: Z32

Хіміч А. П.,

здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ

Моргулець О. Б.,

д-р екон. наук, професор, науковий керівник,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ: ФУНКЦІОНУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ

Ресторанний бізнес, що завжди вважався одним із символів гостинності та культурного життя суспільства, сьогодні зазнає значних викликів і перетворень. Сучасні події в Україні призвели до загальнонаціональної кризи, яка торкнулася усіх сфер діяльності та галузей економіки. Так підприємства готельно-ресторанної індустрії зіштовхнулися з серйозними випробуваннями. В сучасних реаліях, заклади ресторанного бізнесу були змушені змінювати свій сервіс, побудову комунікацій з клієнтами та порядок роботи. Війна, пандемія, блекаути, масовані обстріли, локдауни, зниження туристичного потоку та нестабільні курси валют, ускладнили зовнішньо-політичні відносини та призвели до зменшення рівня

завантаження готелів і відвідування ресторанів, що позначилося на їх прибутковості. Крім того, зростання цін і необхідність індексації зарплат у зв'язку зі зростанням інфляції ще більше знизили рентабельність підприємств готельно-ресторанної галузі [1].

З початку 2022 року припинили функціонування близько 7000 закладів ресторанного господарства. Серед них здебільшого ті, що не змогли продовжити роботу під час окупації або на початку вторгнення [2]. Одним з основних чинників, який визначає, чи буде працювати заклад, залишається його безпека. У містах, які перебували під окупацією, більшість закладів припинили свою роботу. Там, де було й залишається небезпечно, на початку війни працювали лише заклади, які можна було використовувати як укриття, зокрема, в підвалах.

Також необхідно відзначити, що багато закладів, які були успішними перед війною та не були знищені під час вторгнення, продовжили працювати й нині. Деякі з них навіть зазнали приросту аудиторії. Така тенденція спостерігалась у великих містах (Києві, Львові, Дніпрі), де також спостерігається значне зростання тенденції відкриття невеликих кафе та ресторанів. Так з початку війни було відкрито понад 2000 кафе [2]. Це можна пояснити тим, що з початку повномасштабного вторгнення небагато інвесторів бажали вкладати значні кошти у великий і ризикований ресторанний бізнес. Тому зараз на піку популярності маленькі кав'ярні, а також заклади швидкого харчування, такі як кав'ярні або пекарні.

Розвиток ресторанного бізнесу приваблює туристів та сприяє зростанню туристичного потоку в конкретні регіони, що в свою чергу сприяє комплексному територіальному розвитку за рахунок ефекту мультиплікатора та підвищення ділової активності регіону та його інвестиційної привабливості, що є важливим фактором під час кризи. Шляхом створення нових робочих місць, розширення туристичної інфраструктури та підвищення її ефективності, ресторанний бізнес вирішує як економічні, так і соціальні завдання сьогодення.

Також варто зазначити, що сфера ресторанного бізнесу відіграє важливу роль у пом'якшенні проблем зайнятості населення, що є однією з її ключових соціальних функцій. Оскільки у цій сфері значна частина праці є ручною, спостерігається стійка тенденція зростання зайнятості у сфері ресторанного бізнесу, що впливає на рівень та структуру безробіття, а також на вакантні позиції на ринку праці для різних спеціальностей та на його структурні зміни. Отже, в загальному, підприємства ресторанного бізнесу активно вирішують глобальні соціальні завдання на всіх рівнях управління економікою, включаючи мега-, макро-, мезо- та мікрорівні [3].

На основі аналізу діяльності ресторанних закладів, яким вдалося вижити в кризових умовах, було виявлено наступні проблеми, з якими найчастіше зіштовхуються підприємства:

- нестача персоналу внаслідок міграції або мобілізації;
- зменшення обігу через скорочення кількості клієнтів, у середньому на 50% від попереднього рівня;
- підвищення цін або недоступність деяких продуктів, що відобразилося у скороченні різноманітності страв у меню;
- втрата актуальності деяких форматів подій, таких як корпоративні заходи, дні народження, святкування дитячих свят тощо;
- значне зменшення попиту на послуги кейтерингу;
- скорочення часу роботи ресторанів через введення комендантської години, що призвело до значних втрат у найприбутковішій час роботи закладів.

Сучасні ресторатори заявляють з впевненістю, що більшість ресторанів витримають удар кризи, навіть за умов безпрецедентної ситуації. Підуть з ринку лише ті заклади, які мають проросійську спрямованість або мають серед власників громадян росії. Згідно з дослідженням, проведеним Програмою USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО) та ГО "Національна асоціація громадського харчування", в якому взяли участь 30 практикуючих експертів з галузі HoReCa, 39% підприємців вважають, що повне відновлення ресторанних потужностей можливе не раніше, ніж за 1-2 роки після завершення конфлікту, а 64% респондентів продовжують поєднувати благодійну діяльність з комерційною [4].

У кризових умов важливим чинником розвитку ресторанного бізнесу є його адаптивність, що означає здатність ресторану оперативно та успішно реагувати на зміни у зовнішніх умовах, конкурувати, знаходити та утримувати свою нішу на регіональному ринку [5]. Це вимагає гнучкої зміни структури ресторану та вдосконалення принципів роботи персоналу для успішного пристосування до нових викликів.

Тож, підбиваючи підсумки, потрібно підкреслити важливу роль сфери ресторанного бізнесу у вирішенні різних глобальних соціально-економічних викликів, що стоять перед країною та конкретними регіонами. Вона сприяє створенню робочих місць, підвищенню рівня зайнятості, розвитку туризму та підтримці місцевої економіки. Крім того, ресторанний бізнес сприяє соціальній інтеграції, розвитку культурного життя та формуванню громадських зв'язків. Успішність діяльності залежить від ефективного та креативного менеджменту та власників ресторанного бізнесу готових приймати та втілювати ризиковані управлінські рішення в умовах стратегічної невизначеності.

Список використаних джерел

1. Моргулець, О. Б., Нищенко, О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023. (8). 88-96.
2. Прасад А. В Україні з початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе. Forbes. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-z-pochatku-viyni-zakrilosya-blizko-7000-restoraniv-ta-kafe-asotsiatsiya-06092022-8120> (дата звернення: 11.04.2024).
3. П'ятницька Г. Стратегія розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/900/853> (дата звернення 12.04.2024).
4. How the Ukrainian restaurant business adapts to the challenges of war: a study. Retrieved from <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes-adaptuetsya-do-viklikiv-viyni-doslidzhennya> [in Ukrainian] (дата звернення: 12.04.2024).
5. Ресторанний бізнес в кризу. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/02/17/671122/> (дата звернення 12.04.2024).

СЕКЦІЯ 6. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
SECTION 6. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

УДК 328.184:354

JEL Classification: K39

Коцупал Д. В.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Таврійський національний університет
імені В. І. Вернадського, м. Київ

**ПОТРЕБИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
СУБ'ЄКТІВ ЛОБІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ
ЗАКОНОДАВСТВА В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ
ЗАРУБІЖНИХ ПІДХОДІВ**

На виконання вимог, що встановлені для вступу України в ЄС, в нашій державі офіційно легалізовано інститут лобізму шляхом прийняття Закону України "Про лобювання". Його положення значною мірою базуються на міжнародних стандартах та належній практиці в сфері регулювання лобістської діяльності, проте потребують розвитку з урахуванням відповідного зарубіжного досвіду в низці аспектів.

Одним з таких аспектів є відповідальність суб'єктів лобізму за порушення законодавства. Закон України "Про лобювання", фактично, лише декларує притягнення винних суб'єктів лобізму до відповідальності, встановленої законом [1]. Кримінальне та адміністративне законодавство не містить жодних статей щодо відповідальності за порушення вимог лобістського законодавства. Навіть застосування адміністративного стягнення у вигляді заборони здійснення лобювання, про яке йдеться в законі, не передбачене в Кодексі України про адміністративні правопорушення.

При усуненні описаної прогалини доречно врахувати досвід низки країн. Наприклад, у Канаді особи, винні у порушеннях лобістського законодавства, підлягають значним штрафам та, в певних випадках, тюремному ув'язненню. Так, відсутність у суб'єктів лобістської діяльності офіційної реєстрації, ненадання ними встановленої звітності, свідоме подання Комісару з лобювання фальшивих документів або неправдивої інформації розглядаються, в залежності від тяжкості порушення, або як злочини, за які встановлена відповідальність у вигляді позбавлення волі

строком до 2 років та/або штрафу в розмірі до 200 тис. доларів, або як серйозні кримінальні проступки, що тягнуть за собою позбавлення волі строком до 6 місяців та/або штраф у розмірі до 50 тис. доларів. Інші порушення Закону про лобіювання або постанов Генерал-губернатора в Раді з відповідних питань вважаються проступками, за які встановлений штраф у розмірі до 50 тис. доларів. Додатково до вказаних санкцій особі може бути заборонено займатися лобістською діяльністю на строк до 2 років [4].

У США за свідоме порушення вимог Закону про відкритість лобіювання, зокрема, щодо надсилання необхідної інформації уповноваженим державним структурам, передбачений штраф у розмірі до 200 тис. доларів. Більш того, за вказані порушення, пов'язані з корупційними діями, може застосовуватися, крім штрафів, позбавлення волі строком до 5 років [3]. Окрема відповідальність встановлена за порушення обмежень для колишніх виборних і призначених посадових осіб законодавчої й виконавчої гілок влади: тюремне ув'язнення строком до 1 року (при умисному порушенні – до 5 років) та/або штраф у розмірі до 50 тис. доларів [2].

В Австрії передбачено три види відповідальності за порушення вимог закону про лобіювання. Так, за провадження лобістської діяльності без реєстрації початково накладається штраф у розмірі до 20 тис. євро, а при повторних порушеннях – до 60 тис. євро. За серйозні й регулярні порушення правил реєстрації та вимог щодо діяльності суб'єкт лобізму може бути виключений з Реєстру лобістів і представників інтересів на строк до 3 років. За продовження лобістської діяльності, незважаючи на виключення із зазначеного реєстру, передбачений штраф у розмірі до 20 тис. євро. Крім того, в разі порушень вимог щодо лобістської діяльності відповідний контракт визнається недійсним, а оплата за таким контрактом, якщо при її здійсненні клієнт знав про порушення лобістом законодавчих вимог, конфіскується на користь держави [6].

В Ірландії зареєстрований суб'єкт лобістської діяльності, який із запізненням подав встановлений законодавством періодичний звіт, повинен сплатити штраф у розмірі 200 євро. За інші види порушень, перелік яких наведений в Законі про регулювання лобізму, можливими видами відповідальності є штрафи різного розміру та, в певних випадках, тюремне ув'язнення строком до 2 років [5].

Враховуючи розглянуті зарубіжні підходи, до важливих напрямів розвитку лобістського законодавства в Україні доцільно віднести запровадження диференційованої кримінальної й адміністративної відповідальності за порушення законодавчих вимог. Основними видами такої відповідальності можуть бути штрафи, заборони лобіювання на певний строк та, в деяких випадках,

позбавлення волі. Відповідні статті мають бути включені до Кримінального кодексу України та Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Список використаних джерел

1. Про лобіювання: Закон України від 23 лютого 2024 р. № 3606-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3606-IX> (дата звернення: 5.04.2024).

2. 18 U.S. Code Chapter 11 – Bribery, Graft, and Conflicts of Interest, § 216. Penalties and injunctions. URL: <https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=granuleid:USC-prelim-title18-section216&num=0&edition=prelim> (дата звернення: 8.04.2024).

3. Honest Leadership and Open Government Act USA, 4 January 2007, 2 U.S.C. ch. 26 § 1601. URL: <https://www.congress.gov/bill/110th-congress/house-bill/2316> (дата звернення: 2.04.2024).

4. Lobbying Act Canada, current to 6 March 2024, R.S.C. 1985, c. 44. URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/l-12.4> (дата звернення: 13.04.2024).

5. Regulation of Lobbying Act 2015 Ireland, 11 March 2015, № 5. URL: <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2015/act/5/enacted/en/html> (дата звернення: 12.04.2024).

6. The Austrian Transparency Act 2013 for Lobbying and Interest Representation. URL: https://www.bmj.gv.at/dam/jcr:99f2bda7-4e79-4e7d-8b10-975c64cf0374/report_on_the_austrian_transparency_act2013.pdf (дата звернення: 3.04.2024).

СЕКЦІЯ 7. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
SECTION 7. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 338.640

JEL Classification: Z32

Бондар М. Є.,
здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ

**ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Актуальність дослідження програм лояльності в готельно-ресторанному бізнесі не може бути недооцінена, особливо в контексті сучасних умов конкурентної боротьби та змін у споживчій поведінці клієнтів. Зростання конкуренції у цій галузі, а також зміни в перевагах та очікуваннях споживачів створюють потребу для готелів та ресторанів у розробці та впровадженні ефективних стратегій залучення та утримання клієнтів.

Дослідження програм лояльності дозволяють зрозуміти, які саме інструменти та заохочення працюють найефективніше для залучення та утримання клієнтів, а також визначити фактори, що впливають на їхню ефективність. Це може включати аналіз типів нагород, умов участі, розміщення програми, персоналізацію пропозицій та багато іншого.

Крім того, розуміння механізму формування лояльності споживачів сприяє пошуку шляхів підвищення ефективності впровадження нововведень та вдосконалення програми на основі отриманих даних та зворотного зв'язку від клієнтів. Це дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та адаптивними до змін в умовах ринку та вимог клієнтів.

Впровадження програм лояльності в готельно-ресторанному бізнесі є важливим елементом стратегії маркетингу та управління взаєминами з клієнтами. Ці програми створюються для стимулювання повторних відвідувань клієнтів, збільшення їхньої лояльності та залучення нових клієнтів.

Лояльність споживачів – це стан, коли клієнти виявляють постійний і стійкий інтерес до продукту, бренду або підприємства, віддають перевагу йому над конкурентами і залишаються йому вірними протягом тривалого періоду часу. Це більше, ніж просто покупка товару або послуги, це певний

рівень довіри та емоційного зв'язку між клієнтом і брендом. Крім того, лояльні клієнти часто стають активними пропагандистами бренду, рекомендуючи його своїм знайомим та родичам [1].

Основною метою формування лояльності споживачів є збереження і зміцнення відносин з клієнтами, збільшення обсягів продажів, зниження витрат на приваблення нових клієнтів та підвищення рівня задоволення клієнтів. Завданням стратегій лояльності є створення ефективних механізмів стимулювання та утримання клієнтів, виявлення та задоволення їхніх потреб, збільшення впізнаваності бренду та створення позитивного сприйняття його іміджу [2].

Досліджуючи процес формування лояльності споживачів в літературі можна зустріти різні підходи до виокремлення його етапів. Проте можна узагальнити існуючі наукові погляди [1-5] щодо цього питання та виокремити такі ключові етапи і аспекти:

Розуміння потреб і очікувань споживачів є першим кроком, що полягає в детальному вивченні потреб, бажань та очікувань цільової аудиторії. Це може бути здійснено шляхом проведення ринкових досліджень, аналізу зворотного зв'язку від клієнтів, а також моніторингу тенденцій у галузі.

Розробка привабливих пропозицій – на основі отриманої інформації виробник або продавець розробляє привабливі пропозиції, які відповідають потребам та бажанням клієнтів. Це може включати якість продукту або послуги, цінову політику, програми лояльності, інновації тощо.

Створення позитивного враження – важливо створювати позитивне враження від бренду або компанії через якість обслуговування, ефективність комунікації, відповідальну поведінку та інші аспекти.

Стимулювання повторних покупок через програми лояльності, знижки, бонуси або спеціальні пропозиції стимулюються повторні покупки та активна участь клієнтів у програмах вірності.

Створення відчуття належності – емоційний зв'язок між клієнтом і брендом грає важливу роль у формуванні лояльності. Заклади повинні створювати сприятливу атмосферу, в якій клієнти відчуваються цінними та важливими.

Підтримка взаємодії та зв'язку – постійний контакт із клієнтами через різноманітні канали комунікації (соціальні мережі, електронна пошта, телефонна підтримка тощо) дозволяє підтримувати взаємодію та позитивний зв'язок.

Оцінка результатів і вдосконалення стратегій – важливо постійно відстежувати результати програм лояльності, аналізувати їх ефективність та вносити відповідні зміни та вдосконалення для досягнення кращих результатів.

Таким чином, послідовне виконання усіх вище зазначених етапів процесу формування лояльності споживачів в готельно-ресторанному бізнесі дозволяє закладам побудувати стабільні та довгострокові відносини з клієнтами, що є важливим елементом успішного бізнесу.

Отже, лояльність споживачів відіграє важливу роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, оскільки забезпечує стабільність продажів, збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності та створення позитивного іміджу закладу. Для клієнтів готельно-ресторанного підприємства програми лояльності можуть включати такі елементи, як накопичення балів або бонусів за кожен витрачений грошову одиницю в закладі, спеціальні знижки або привілеї для постійних клієнтів, безкоштовні подарунки чи послуги після досягнення певних показників витрат під час візитів, персоналізовані пропозиції та інше.

Програми лояльності сприяють зміцненню зв'язку між закладом і його клієнтами, забезпечуючи взаємовигідні умови для обох сторін. Вони допомагають готелям та ресторонам залучати та утримувати клієнтів у конкурентному середовищі, а також збільшують суму середнього чеку і частоту відвідувань. Крім того, програми лояльності дозволяють збирати дані про поведінку клієнтів, що може бути використано для подальшого удосконалення послуг та адаптації маркетингових стратегій.

Список використаних джерел

1. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
2. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
3. Жегус О. В., Ілляшенко О. В. Управління лояльністю клієнтів у закладах готельно-ресторанного господарства в умовах нових викликів. Проблеми економіки. 2020. №3 (45). С. 118-125.
4. Однолко В. Управління споживчою лояльністю у сфері готельних послуг. Розвиток методів управління та господарювання. 2023. №1(82). С. 150-161.
5. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства. Ефективна економіка. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

УДК 394.2

JEL Classification: Z32

Павленко А. С.,
здобувачка вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ

ДИТЯЧІ СВЯТА В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОМІНЧИК СВІТЛА В ТЕМРЯВІ

Війна – це жахлива трагедія, яка забирає життя, руйнує домівки та калічить долі. Вона не щадить нікого, навіть найменших. Діти, які пережили жахливі події війни, потребують особливої підтримки та захисту.

Одним із способів допомогти їм впоратися зі стресом та травмою є організація дитячих свят, яка в період війни виходить за межі звичайної розваги. Це потужний інструмент психологічної підтримки дітей, соціалізації, їх зміцнення та виявлення допомоги. Саме тому ця тема є надзвичайно актуальною сьогодні.

Але як же організувати свято, коли кожна мить може стати тривожною?

Ключовими факторами для організації дитячого свята є безпека, психологічний комфорт та інклюзивність.

Війна вносить корективи у всі сфери життя, і проведення свят не є винятком. Однак, навіть за таких обставин можливі різні формати дитячих святкування:

– Онлайн-свята: за допомогою інтернет-платформ можна проводити онлайн-концерти, вистави, майстер-класи, віртуальні ігри та квести.

– Офлайн-свята: у відносно безпечних місцях, таких як бомбосховища, підвали житлових будинків, подвір'я тощо, можна організувати тематичні свята, конкурси, рухливі ігри тощо.

– Індивідуальні свята: для дітей, які знаходяться в лікарнях, притулках, інтернатах, волонтери та організації можуть влаштувати персональні свята, привітати дітей з днем народження або іншими особистими святами.

Безпека є першочерговим фактором під час проведення дитячих свят в умовах війни. Місце проведення має бути облаштоване таким чином, щоб у разі повітряної тривоги діти могли швидко перейти до укриття.

Крім того, важливо враховувати емоційний стан дітей. Не варто перевантажувати їх занадто активними чи гучними заходами. Краще запропонувати їм спокійні ігри, творчі майстерні, казкові вистави або

перегляд мультфільмів. Організатори свят повинні бути уважними до настрою дітей та готові підтримати їх у разі появи тривоги чи негативних емоцій.

Важливою є присутність психологів на святкуваннях. Вони можуть провести ігри та вправи, які допоможуть дітям розслабитися, висловити свої емоції та впоратися зі стресом.

В умовах війни зростає потреба в організації безпечних та емоційно позитивних заходів для дітей. Святкування днів народжень та інших важливих дат допомагає дітям відволіктися від негативних подій, відчутти радість та заряд позитиву.

Окрім психологічної підтримки, дитячі свята можуть мати й інші позитивні впливи, наприклад, збереження культурної спадщини. Свята можуть бути чудовою можливістю познайомити дітей з українськими традиціями, народними піснями, танцями та історіями. Це допоможе їм відчутти зв'язок із своєю культурною спадщиною, яка є джерелом сили та єдності під час війни.

Також невід'ємною частиною свята є розвиток соціальних зв'язків. Святкування сприяють спілкуванню та взаємодії дітей між собою. Вони відчують себе частиною спільноти, вчать співпрацювати, ділитися та підтримувати один одного. Це особливо важливо в умовах війни, коли діти могли втратити звичне коло спілкування.

Під час святкування діти на деякий час забувають про жахливі реалії війни. Вони занурюються в атмосферу радості та безтурботності, де можна сміятися, танцювати, грати та просто бути щасливими.

Важливо пам'ятати, що навіть у найважчі часи діти потребують щастя та любові.

На щастя, існує безліч ініціатив, спрямованих на підтримку дитячих свят в умовах війни. Як наприклад:

– Волонтерські організації. Багато волонтерських організацій проводять дитячі свята в притулках, лікарнях, інтернатах та бомбосховищах. Вони збирають кошти на подарунки, організують виступи аніматорів, проводять майстер-класи та ігри.

– Культурні заклади. Театри, музеї, бібліотеки та інші культурні заклади проводять безкоштовні дитячі заходи онлайн або в захищених місцях. Вони адаптують свої програми до віку дітей та тематики війни, роблячи їх пізнавальними та розважальними одночасно.

– Міжнародні організації. ЮНІСЕФ, Save the Children та інші міжнародні організації надають фінансову та матеріальну підтримку для проведення дитячих свят в Україні. Вони також проводять тренінги для педагогів та психологів щодо організації психологічно безпечних святкувань.

Дитячі свята в умовах війни перетворюються на щось більше, ніж просто розвага. Вони стають маяком надії та інструментом одужання для українських дітей. Ці святкування допомагають їм зцілитися від психологічних ран, відчутти себе знову в безпеці, налагодити зв'язки з однолітками та зберегти віру в світле майбутнє. Крім того, дитячі свята – це потужний символ єдності та незламності українського народу. Вони демонструють силу українського духу, здатного зберігати культурні традиції навіть у найтяжчі часи.

УДК 578.834

JEL Classification: F59

Павленко А. С.,
здобувачка вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ

ПРАКТИКА ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ І НОРМ БЕЗПЕКИ В ЕПОХУ COVID-19

Дотримання норм безпеки в епоху Covid-19 є обов'язковим за для сповільнення розвитку хвороби. Особливо це стосується сфери готельного бізнесу, де скупчення людей є неминучим. Тому готелям слід піклуватися про захист. А саме про дотримання всіх норм та рекомендацій відповідно до статті 40 Закону України "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", на виконання пункту 22 постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 року № 211 "Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2" [1]. У ньому йдеться про те, що:

1. Необхідно визначити відповідальну особу, яка проводитиме температурний скрінінг безконтактним методом усім працівникам перед початком робочої зміни.
2. На вході до закладу та до окремих його приміщень необхідно:
 - Розмістити інформаційні матеріали щодо профілактики коронавірусної хвороби Covid-19.
 - Організувати місця для обробки рук спиртовмісними антисептиками з концентрацією активно діючої речовини понад 60% для ізопропілового

спирту та понад 70% для етилового спирту. Доцільно розмістити яскравий вказівник про необхідність дезінфекції рук (банер, наклейка, вказівник тощо).

3. Допуск відвідувачів та перебування в приміщенні у місцях спільного користування (поза номером) дозволяється лише у респіраторі або захисній масці (у тому числі саморобній), так, щоб нею були покриті ніс і рот.

4. Адміністрація закладу повинна недопускати черг в місцях можливого скупчення відвідувачів. В місцях потенційного скупчення відвідувачів повинно бути нанесене відповідне тимчасове маркування для забезпечення дотримання дистанції не менше 1,5 метри.

5. З метою уникнення черг при реєстрації поселення рекомендується передбачити онлайн-реєстрацію відвідувачів.

6. У випадку наявності в закладі пляжної зони необхідно провести розміщення пляжного обладнання (шезлонгів, роздягалень, ногомийок тощо) з дотриманням принципу соціального дистанціонування.

Також якщо у когось, хто проживає у готелі, виявляють підвищену температуру, таку особу мають ізолювати в окремій кімнаті до приїзду карети "швидкої допомоги".

Дотримання стандартів якості є беззаперечним для готелю будь-якого класу не залежно від ситуації. Адже, якщо готель не пропонуватиме гостям відповідні послуги, то втратить свій авторитет, а в подальшому і клієнтів.

Між якістю і успішною реалізацією готельних послуг існує прямо пропорційна залежність, тому погіршення якості зумовлює втрату клієнта. [2]. А в епоху Covid-19 втриматись на плаву в рази важче, тож готелі стараються пропонувати гостям послуги з дотримання всіх умов безпеки, та в той же час не відхиляючись від стандартів.

Епоха коронавірусу вдарила по підприємствах готельного господарства досить сильно. Бо карантинні обмеження накладають певні рамки на роботу готелів. А в період жорсткого карантину і зовсім припиняється їх робота. Однак з іншого боку це можливість допрацювати якісь неполадки. Наприклад, якщо сайт готелю потребує змін та редагування, то це прекрасна можливість виправити всі недоліки. Теж саме стосується номерів та послуг. І після закінчення локдауну готель буде як ніколи готовий приймати нових клієнтів та постійних гостей.

Звичайно, що карантин це не добре для бізнесу, далеко не у всіх підприємств є кошти, щоб навести порядок у справах, особливо якщо готель новий. Тому, щоб продовжити своє існування на ринку представники готельної сфери розробляють антикризовий план. Адже з жорстким карантинном прийшли не тільки можливість налагодження роботи, а і збитки.

Понад 77% опитуваних представників 5-ти зіркових готелів відзначають, що вже будують стратегії виходу з кризи по завершенню епідемії. Представники найвищого класу готелів в якості стратегій переважно зазначають вихід на нові ринки та впровадження нових послуг. Майже половина (49%) опитуваних, що представляють 4-х та 3-х зіркові готелі, ще не мають сформованого action-плану з стратегіями виходу із кризи. Інша половина обирає задля виходу з кризи впровадження більше інноваційних технологій та нових послуг. 41% представників готелів, що мають 2 зірки чи менше також не мають або ще працюють над своїми стратегіями виходу з кризи. Інші – вже визначились: впроваджуватимуть нові послуги, інноваційні технології чи виходитимуть на нові ринки, задля того, щоб лишитись конкурентноздатним гравцем [3].

Якщо говорити про наслідки хвороби для економіки та сфери туризму країни в цілому, можна спостерігати чималий розвиток порівнюючи з минулими роками. Аналізуючи дані різних організацій, а зокрема ООН, я прийшла до висновку, що Україна знаходиться не в найгіршій ситуації. Це зумовлено тим, що за останній час частка виїзного туризму перевищує число прибулих у країну. В'їзний туризм для України, не зважаючи на нестабільну економічну ситуацію є досить прибутковим, а значить і перспективним.

Частка туризму в загальній економіці України є темою поглиблених дискусій і складає, згідно з офіційною статистикою, близько 3–4% ВВП, що значно нижче міжнародного середнього показника (який дорівнює 10%). Відтак туризм практично не береться до уваги при формуванні економічної політики на національному рівні. Однак останні дані від міжнародних структур (перш за все Всесвітньої туристичної організації ООН, ЮНВТО) підтверджують власні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше [4].

В Україні для обслуговування туристичних потоків задіяно 3162 підприємств готельного господарства різних форм власності з загальною одноразовою місткістю 567,3 тис. місць, які виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів, забезпечуючи їх сучасним житлом і необхідними супутніми послугами. Згідно з даними компанії "Colliers International", у 2017 році в Києві працювало 28 готелів категорії 4-5 зірок, 51 готель – категорії 2-3 зірки і близько 21 готелів категорії 1 зірка. Порівняно з 2017 роком спостерігається збільшення темпів росту підприємств готельного господарства в середньому на 44,5%,

що свідчить про розвиток галузі [3]. У 2019 році загальна пропозиція готелів різних категорій становила 10900 номерів, з яких 3927 трьох зіркових, 36224 чотирьох зіркових, 1518 п'яти зіркових. В середньому турист сплачує за готель в межах 50-150 євро залежно від класу готелю [5].

Тож готельна сфера пропонуючи своїм клієнтам все нові, і нові послуги поступово відходить після жорстких карантинних обмежень.

Зараз важко сказати скільки часу займе період відновлення, однак будемо сподіватися, що це відбудеться якнайшвидше.

Список використаних джерел:

1. <https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%80/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%2017.pdf>.

2. Якість обслуговування у готельній сфері. URL: https://pidru4niki.com/10611207/turizm/yakist_obsługovuvannya_gotelniy_sferi.

3. Готелі на карантині: працюємо до останнього клієнта та впроваджуємо інновації. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/goteli_na_karantini_pratsyuemo_do_ostannogo_klienta_ta_vprovadzhuemo_innovatsiyi.

4. Документ "Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні". Звіт складено аналітично-дослідницькою організацією Hotel & Destination Consulting (HDC) за підтримки ЄБРР і профінансовано в рамках ініціативи Європейського Союзу EU4Business. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

5. Берещак В. Огляд ринку готелів. Ексклюзив. 19.01.2000. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyadrinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini>.

СЕКЦІЯ 8. ІНЖЕНЕРІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ
SECTION 8. ENGINEERING AND TECHNOLOGY

УДК 624+626/627+628

JEL Classification: M21

Загороднюк К. Ю.,

канд. мед. наук, магістр екології,
завідувач кафедри водних екосистем і біоресурсів,
Державний заклад "Державна екологічна академія
післядипломної освіти та управління", м. Київ

Загороднюк Ю. В.,

Голова правління,
ГО "Фонд розвитку водоочисних
технологій", м. Київ

Брук-Левінсон Е. Т.,

д-р фіз.-мат. наук, професор,
науковий консультант,
ГО "Фонд розвитку водоочисних
технологій", м. Петах-Тіква

Новіков М. Г.,

д-р техн. наук, професор,
Голова Експертної (наукової) Ради,
ГО "Фонд розвитку водоочисних
технологій", м. Бостон

**ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ЕКО-ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ**

Одним із пріоритетних напрямків міжнародного співробітництва України є участь у проєктах, які дозволяють господарюючим суб'єктам досягти кліматичної нейтральності за рахунок впровадження технологій, що дозволяють зменшити викиди речовин із високим ризиком глобального потепління [1, 2].

Як інструмент впровадження інновацій для вирішення існуючих перед Україною викликів запропоновано застосувати Інтегровану систему ЕКО-Індустріальних парків.

В основу концепції створення та стратегії розвитку ЕКО-Індустріальних парків на півдні України автори пропонують покласти один із найбільш

економічно ефективних інноваційних проєктів повної переробки біомаси олійних культур в товарну продукцію та альтернативну теплову і електричну енергію.

В основі проєкту лежить реалізація впровадження інноваційних технологій на засадах моделі зеленої економіки у сфері водопостачання та водовідведення.

Враховуючи сезонний характер водопостачання та водовідведення з метою забезпечення екологічної безпеки та посилення спроможності територіальних громад планується застосувати технології сезонних водопровідних споруд (далі SWT – "Seasonal water treatment") та каналізаційних очисних споруд (далі SST – "Seasonal sewage treatment") на основі гнучких резервуарів та технологічних модулів повного заводського виготовлення.

Технологія SWT включає повний цикл очищення природних вод із мінералізацією від 50 до 15000 мг/дм³ до вимог діючого законодавства. Технологія SWT реалізується на основі "НЕОТРОн" із застосуванням освітлювачів-рециркуляторів із рециркуляцією осаду по "внутрішньому контуру", що дозволить із мінімальними витратами:

- відмовитися від первинного хлорування, зменшити на 80% витрати хлору або гіпохлориту натрію та на 50-90% витрати коагулянту в технологічних циклах водопідготовки;

- ліквідувати скиди промивних вод швидких фільтрів, забруднених хлорорганічними сполуками, в місцеві водойми;

- отримувати питну воду, яка відповідає вимогам стандартів ЄС та ДСанПіН 2.2.4-171-10 вже після першого ступеня очищення;

- економити 20-30% витрат на підготовку питної води.

Технологія SST включає повний цикл очищення стічних вод із ХСК від 400 до 350000 мг/дм³ до ХСК 0,3 мг/дм³: анаеробну очистку в метантенках (SEFITMI – "Smart environmental friendly integrated technology of methanogenesis intensification and biofuel generation from organic fraction of municipal and industrial wastes"), аеробну очистку в аеротенках (технологія глибинно-напірної аерації), переробку дигестату та надлишкового активного мулу в ґрунтосуміші, органічні та/або органо-біомінеральні добрива (пакетовані, насипом), або в додатковий біогаз шляхом магнітного зневоднення та грануляції з наступною газифікацією методом піролізу та біоконверсією отриманого сингазу в метан.

Споруди займають мінімальну територію, з урахуванням відсутності запаху не потребують значної зони санітарної охорони. Основні технологічні процеси на спорудах автоматизовані і не потребують постійної присутності обслуговуючого персоналу. В міжсезоння можливе зберігання гнучких резервуарів у згорнутому вигляді в складських приміщеннях або на відкритих площадках.

Технологія SEFITMI дозволяє повністю утилізувати шлами жироловок, флотаторів, систем промивки технологічного обладнання, відходів очистки стічних вод (первинний осад, анаеробний та аеробний надлишковий активний мул) шляхом перетворення їх органічних компонентів в біогаз, що дозволяє отримувати близько 380 кВт-годин на 100 кг ХСК (звичайний метаногенез дає приблизно 190 кВт-годин на 100 кг ХСК), зменшувати ХСК стічних вод перед аеротенком з 400-350000 мг/дм³ до 50-80 мг/дм³, що, в свою чергу, дозволяє підприємству досягти кліматичної нейтральності за рахунок переробки органічних відходів без викидів речовин із високим потенціалом глобального потепління (вартість скорочення викидів парникових газів в Європі складає 54 Євро за тону в перерахунку на CO₂), та отримувати дохід за рахунок використання біогазу для технологічних потреб [3].

Отриману після очистки воду можна накопичувати в ставках та використовувати на полив.

Витрати на зведення водоочисних споруд (ВОС) та каналізаційних очисних споруд (КОС) на основі гнучких резервуарів та технологічних модулів повного заводського виготовлення в цілому менші на 30-80% за витрати на будівництво традиційних ВОС та КОС (за рахунок зменшення капітальних витрат).

Експлуатаційні витрати менші на 20-30%.

До КОС ЕКО-Індустріального парку планується приймати господарсько-побутові стічні води (вигрібні ями) та підключити до централізованої каналізації прилеглі населенні пункти.

В процесах водопідготовки, дезінфекції та промивки технологічного обладнання ВОС та КОС планується використовувати розчини діоксиду хлору та поліалкіленгуанідинів, при застосуванні яких для знезараження технологічної та питної води; дезінфекції стін, полів, стель, поверхонь обладнання та інвентаря, рук, робочого одягу, повітря (створення холодного або гарячого "туману"); заключної дезінфекції технологічного обладнання сезонних ВОС та КОС перед консервацією в міжсезоння; екологічної дезінфекції незалежно від якості вихідної води в джерелах водопостачання, оброблена вода відповідає вимогам до питної води вже після першого ступеня очищення, гарантовано ліквідуються органічні, бактеріальні та вірусні забруднення, ліквідується та попереджується утворення біоплівки [4,5].

Для організації збору, сортування та переробки твердих побутових відходів (ТПВ) планується застосувати технологію Remediation and Oder Control Technology (ROCT). Запахи та сморід, що утворюються в місцях збору

та на полігонах ТПВ є важливою проблемою, яка впливає на екологічну ситуацію в районах їх розміщення та викликає скарги населення. Технологія РОСТ дозволяє гарантовано видаляти органічні забруднення та контролювати запахи шляхом обробки місць збору ТПВ та полігонів ТПВ спеціально розробленою біоорганічною каталітичною композицією на основі біоорганічних каталізаторів та біорегенераторів.

Технологія РОСТ забезпечує одночасну ліквідацію запахів і біологічну переробку відходів, джерел утворення запахів (синергічний ефект), так що процес ліквідації смороду і рекультивація полігонів проходять при набагато менших витратах у порівнянні із традиційними технологіями.

Консорціум "Innovative Technologies European Center ITEC" забезпечує повну технічну підтримку впровадження технологій SWT, НЕОТРОн, SST, SEFITMI та РОСТ: розробку технологічних рекомендацій та регламентів, проектування, виготовлення та постачання необхідного обладнання та препаратів, монтаж або шеф-монтаж, авторське супроводження, гарантійне обслуговування, безперебійну експлуатацію, надає науково-консультативний супровід та методичну підтримку.

КОС за технологією SST із доочищенням стоків вищими водними рослинами на біоплато-фільтрах планується будувати в єдиному комплексі із закритою екологічно чистою рибною фермою із замкненою системою водопостачання (технологія УЗВ) з конвеєрного вирощування кларієвого сома продуктивністю 500 т товарної риби на рік. Окрім того можливо вирощувати інші види товарної риби (осетр, в тому числі і для отримання ікри, форель, телapia, вугор), мальки риби кларієвого сома для їх комерційної реалізації, молюски, раки, креветки (прісноводні королівські креветки) та здійснювати локальний синтез біоорганічних каталізаторів та біорегенераторів.

Ефективність, потужність, а також можливості відновлювальної енергетики побудованих ВОС і КОС дозволяють розмістити на території ЕКО-Індустріального парку підприємства з повного циклу переробки олійних культур:

- маслобійку;
- цех з виробництва із шроту (відходів маслобійки) комбікормів для вирощування риби;
- цех з виробництва із відходів вирощування льону, гірчиці (костриці) та стебла коноплі товарної целюлози;
- цех хімічної модифікації целюлози (виробництво емульгаторів, пластифікаторів, регуляторів полімеризації бетону на основі товарних похідних целюлози: карбоксиметилцелюлози, метилцелюлози, нітроцелюлози тощо) потужністю до 100 т товарної продукції на місяць.

Список використаних джерел

1. Про індустриальні парки : Закон України від 21.06.2012 р. № 5018-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5018-17> (дата звернення: 22.04.2024).
2. Про схвалення Стратегії розвитку індустриальних парків на 2023-2030 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.02.2023 р. № 176-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-2023-p> (дата звернення: 22.04.2024).
3. Роль та місце методу магнітної сепарації в інтегрованій системі утилізації відходів солодовень пивоварених заводів (на прикладі ПРАТ "ОБОЛОНЬ") / О. І. Бондар та ін. *Науково-практичний журнал "Екологічні науки"*. Київ, 2024. № 1 (52), Т. 1. С. 77–83.
4. Бондар О. І., Галушкіна Т. П., Загороднюк К. Ю. Водна безпека та особливості проведення біологогеохімічних досліджень в умовах загрози розвитку водної епідемії вірусного гепатиту. *Вода для миру* : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої Всесвітньому дню водних ресурсів. Київ : ІВПіМ, 2024. С. 48–50.
5. Бондар О. І., Загороднюк К. Ю. Стосовно формування вторинних вогнищ біологічного забруднення – резервуарів збудників інфекційних хвороб. *Екологічні та гігієнічні проблеми сфери життєдіяльності людини* : Матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю. Київ : МВЦ "Медінформ", 2024. С. 59–60.

СЕКЦІЯ 9. ПРАВО
SECTION 9. LAW

УДК 346.3

JEL Classification: K19

Гибало А. В.,

здобувач вищої освіти,

Державний торговельно-економічний

університет, м. Київ

Науковий керівник:

Погарченко Т. В.,

канд. юрид. наук, доцент кафедри

міжнародного, цивільного та комерційного права,

Державний торговельно-економічний

університет, м. Київ

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ:
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНИ**

Представництво України у ролі вагомого зовнішньоторговельного суб'єкта на європейському просторі – це невід'ємний компонент у формуванні нової європейської системи міжнародних зв'язків та відносин, істотним результатом якої є сприятливе розміщення – у самому серці Європи. На сьогоднішній день умови воєнного стану на території нашої держави загострюють масштабне питання конкурентоспроможності підприємств, як гарантії підтримки національної економіки.

Франчайзинг – це інноваційна форма розвитку підприємницького сектору, що сприяє відновленню життєвого циклу компаній, мінімізуючи операційні та фінансові ризики. Перш за все, позитивним результатом системи постають створення сприятливих умов для процвітання малого бізнесу та здійснений перший крок до усунення інвестиційної кризи в Україні. Практичним доказом зазначених привілей постає звіт останньої статистики Міжнародної асоціації франчайзингу. Деталі дослідження ринку демонструють незмінний факт: середня рентабельність інвестицій перших 10 років для самостійних підприємств становить 300%, у порівнянні з якими постають компанії у рамках діючої франшизи із показником близько 600% [1].

Переходячи до аналізу аспекту регулювання нової бізнес-моделі, повинні відмітити синергію економічної та правової складової. Зазначені

гілки встановлюють пряму залежність один від одного: можливість ведення підприємницької діяльності, що базується на придбанні франшизи, доступна лише за умов укладання цивільно-правового договору стосовно передачі окремих прав між суб'єктами. Таким чином, зі сторони юридичного підходу ми можемо зробити висновок: франчайзинг – певний вид цивільно-правових договорів, при якому одна сторона (франчайзер) зобов'язується надати іншій стороні (франчайзі) дозвіл на комерційне використання необхідних прав.



Рис. 1. Схема організації франчайзингу [2, с. 51]

Рисунок 1 – візуалізована схема для більш ширшого розуміння здійснення інноваційної системи. Між головними сторонами у ролі франчайзера та франчайзі постає безпосередньо договір про франшизу, який являє собою ключовий інструмент у встановленні умов та взаємодії зазначених представників.

Розглядаючи питання функціонування франшизи як форми співпраці, не можемо не акцентувати увагу на головній її відмінності від ліцензійного договору. Адже особливість другої угоди постає у рамках можливості забезпечення дозволу на окремі об'єкти інтелектуальної власності, зберігаючи умови повної самостійності сторін в другорядних сферах.

Цікавим нюансом досліджуваної теми є відсутність в Україні правового визначення поняття "франчайзинг". Наразі альтернативним варіантом постає договір комерційної концесії, що віддзеркалюється у главі 76 Цивільного кодексу України та главі 36 Господарського кодексу України. Відповідно до статті 1115 Цивільного кодексу України (435-15) (далі – Кодекс) за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [3-4]. Також повинні зазначити, що оформлення бажаних відносин відбувається письмовим договором комерційної концесії,

сторонами якого є юридичні особи або ФОП – фізична особа підприємець (ст. 1117 Цивільного кодексу України).

На сьогоднішній день відповіддю на питання актуальності щодо підтримки франшизи у нашій країні постають 5 найкращих франшиз 2022 року. Компанії знайшли власне віддзеркалення у сфері громадського харчування: Джігіт – ресторан грузинської кухні, термін окупності якого становить від 9 до 12 місяців; Good Beer – міжнародна гілка магазинів розливного пива – від 3 місяців окупності; Aroma Kava – кав'ярня від 6 місяців; Lviv Croissants – від 12 до 24 місяців та Grill Pub із 6 місяцями [5]. Варто відмітити, що зростаючі результати вказаної статистики являють собою гідну можливість майбутнього представництва України в іноземних ринках, що сприятимуть розвитку зовнішньоекономічної складової нашої держави.

Також слід зазначити, що не менш важливими постають перспективи насамперед для вітчизняної економіки. Серед ключових привілеїв хочемо виокремити наступні:

- франчайзинг як спосіб інноваційного масштабування бізнесу. Власник орієнтується на особисте зростання, що сприяє підтримці малих та середніх бізнесів;
- застосування новітньої бізнес-моделі вдосконалює системність управління підприємством;
- наявність широких франшиз – гарантія економічної стабілізації України;
- зростання конкурентоспроможності із підсиленням існуючого бренду, подальшим пріоритетом якого є іноземний ринок;
- розвиток міжнародних франчайзингових договорів зменшує валютні ризики.

Підсумовуючи позитивні тенденції франшизи, можемо дійти до визначення, що розглянута інноваційна складова – це рятувальний круг для економіки нашої держави та світу. Сумісний розвиток у рамках національного ринку та співробітництва із країнами ЄС слугуватиме пришвидшеній інтеграції України у склад членів Євросоюзу. Роблячи перший крок на користь власного майбутнього, ми повинні акцентувати увагу на низку поточних проблем, що стосуються сфери підприємництва.

Вважаємо, що першою сходинкою повинні бути зміни системи кредитування малого та середнього бізнесу. Державні нововведення сприятимуть залученню більшої частини підприємців до виходу на зовнішній ринок із власним брендом. Також не менш важливим буде запровадження окремого законодавства для франчайзингу в нашій державі, що впливатиме на обізнаність громадян у бізнес-середовищі. Остання пропозиція – контроль за прозорістю та демонстрацію успішних проектів, які зможуть стати мотивацією для нового покоління. Доходячи до висновків, хочемо сказати, що тільки в синергії усіх

складових частин (стабільна сучасна законодавча база, соціально-політична стабільність, розгалужена інноваційна інфраструктура, розвиток всіх сфер економічної діяльності та людського капіталу) можливе підвищення конкурентоспроможності України.

Список використаних джерел

1. Франшиза в туризмі. URL: <http://www.business-investor.info/journal/article67.htm> (дата звернення: 12.04.2024).
2. Огінок С.В. Франчайзинг як чинник міжнародного науково-технічного обміну. Бізнес-навігатор. 2018. Вип. 1–1(44). С. 50–52.
3. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 12.04.2024).
4. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003. № 435-IV. URL: <http://www.rada.gov.ua>. (дата звернення: 12.04.2024).
5. Офіційний сайт Міжнародної асоціації франчайзингу. URL: <http://worldfranchiseassociates.com>.
6. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України URL: <http://www.franchising.org.ua> (дата звернення: 12.04.2024).
7. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу в Україні, В. Б. Мішура, кандидат економічних наук. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2019/2\(56\)/08-Mishura.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2019/2(56)/08-Mishura.pdf) (дата звернення: 12.04.2024).
8. Пивоваров М.Г., Саблін О.О. Франчайзинг та перспективи його розвитку // Держава та регіони: серія Економіка та підприємництво – 2006. – № 2 – С. 192-195.

УДК 346.3

JEL Classification: K29

Головко А. Ю.,
здобувачка вищої освіти,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

ДО ПИТАННЯ НАГЛЯДУ ТА КОНТРОЛЮ ЗА ДОДЕРЖАННЯМ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ПРАЦЮ В УКРАЇНІ

В контексті переходу України до ринкових відносин та посилення захисту прав та інтересів найманих працівників і роботодавців, інтерес до

проблем державного нагляду і контролю за дотриманням трудового законодавства набуває особливого значення. Постановою Кабінету Міністрів України від 26 квітня 2017 р. № 295 "Деякі питання реалізації ст. 259 Кодексу законів про працю України та ст.34 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні" визначено нові форми контролю за дотриманням законодавства про працю [1].

Серед науковців не сформувалося єдиного підходу до критеріїв об'єднання та переліку заходів контролю й нагляду. На думку Ю. Л. Більбіт, ревізію, інспектування разом із аудитом та інвентаризацією слід розглядати, як загальні форми державного контролю [2]. В контексті дотримання трудового законодавства, погоджуємося із доповненням переліку аудитом, оскільки він гарантуватиме захист матеріального забезпечення працівників. Проте, інвентаризація хоча і є заходом контролю, проте не застосовується саме у трудовій сфері, оскільки в більшій мірі пов'язана із загальним функціонуванням підприємства, а не трудовими правами й обов'язками. Най-більш спірним є використання терміну "форма" для позначення усіх наведених видів. Звертаючись до Словника сучасної української мови під формою пропонується розуміти "обриси, зовнішній межі, контури предмета; пристрій чи шаблон за допомогою надають певних обрисів; зовнішній вияв певного явища; спосіб існування змісту" [3]. Тобто, визначення ревізії чи аудиту, як форми вказуватиме, що такі явища є однаковими за своїм змістом, а відрізнятиметься лише їх зовнішній вияв, що визначається нормами адміністративного права. Таке твердження є лише частково вірним, адже окрім способу вияву, різниться й сутність завдань, суб'єктів проведення чи то для перевірки, чи для ревізії та інспектування. Відповідно, використання терміну "форма" буде дещо звужувати їх сутність. Найперше, це стосується динамічності проведення контролю й нагляду за дотриманням трудового законодавства. Як вірно визначено, форма має певні стандарти та шаблони втілення явища. Водночас, контроль та нагляд потребують активних дій та пристосування під умови конкретного підприємства та їх виду трудової діяльності. Згідно зі Словником сучасної української мови, захід – це "сукупність дій чи засобів, які застосовуються для здійснення чи досягнення чогось" [4]. Таким чином, проведення заходу контролю та нагляду завжди передбачає проходження тривалого процесу із чітко визначеною метою. Саме мета є об'єднуючою для кожної форми та дозволяє її одночасно розглядати, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

На нашу думку, поняття "форма" й "захід" в контексті контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства співвідносяться, як матеріальне й процесуальне. При цьому, поняття "заходи контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства" є ширшим та виражатися у різних формах. Відповідно, захід контролю й нагляду за дотриманням трудового законодавства – це законодавчо й логічно визначена система послідовних дій вповноважених на контроль та нагляд суб'єктів права направлених на підтримання правопорядку в трудовій сфері, захист прав й інтересів суб'єктів трудових відносин. В даному контексті, форма контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства буде вказувати на необхідну послідовність дій залежно від конкретних завдань та особливостей повноважень суб'єкта контролю й нагляду, тобто визначатиме різноманітність прояву заходів.

Так, серед форм контролю та нагляду за діяльністю на підприємстві М. М. Шестерняк виділяє: ревізію, аудит, внутрішній аудит, будь-які форми перевірки, державний фінансовий аудит [5]. Аналіз чинного законодавства свідчить, що, як і перевірки, так й аудит має різні варіанти прояву, що, однак, вони не впливають на їх сутність. Відповідно, розподіляти аудит на зовнішній, державний та внутрішній, як окремі заходи контролю та нагляду буде недоречним.

Дещо більший перелік наводить С. Є. Гребень та виділяє наступні форми контролю: ревізія, аудит, тематична перевірка, камеральна перевірка, фінансова експертиза, службове розслідування, слідство [6]. Варто зазначити, що службове розслідування та слідство містять у собі елементи контролю та нагляду, однак їх проведення має цілі відмінні від цілей й завдань контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства, як то підтвердження факту правопорушення, збір доказів, гарантування проведення судового розгляду та досягнення правосуддя, а тому їх розглядати як заходи буде недоцільним. Дискусійним вважаємо розподіл перевірок та камеральні та тематичні, адже тематична перевірка може бути й камеральною та навпаки, а отже вони не володіють самостійними особливостями.

Серед форм державного контролю та нагляду В. Ф. Піхоцький, окрім уже перерахованих, називає: експертизу, аналіз та моніторинг [7]. Аналіз проводиться в ході будь-якого заходу контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства, оскільки є методом опрацювання отриманої інформації та її здобуття. Щодо експертизи, то її проведення може переслідувати цілі контролю та нагляду, однак не є обов'язковою його частиною. Зі свого боку, моніторинг є одним із найбільш популярних та необхідних заходів з нагляду, адже допомагає постійно спостерігати за дотриманням трудового законодавства без втручання в саму трудову діяльність.

У науковій площині найбільш широкий перелік форм контролю та нагляду наводить І. С. Орехова, відносячи до них перевірку, як основну форму контролю та допоміжні форми: ревізію, інвентаризацію, аудит, бухгалтерський облік, атестацію, сертифікацію, огляд, обстеження, вивчення документації, ліцензування, експертизи, депутатський запит [8]. Такий перелік свідчить про розширене тлумачення самого контролю та нагляду, який охоплює будь-яку діяльність, що дозволяє отримати відомості про трудові відносини на конкретному підприємстві, однак тоді зникає різниця із процесами забезпечення та захисту. Так, ліцензування чи сертифікація націлені на забезпечення відповідності умов праці встановленим стандартам та нормативам й не мають регулярного характеру. Депутатський запит здійснюється з цілю отримання певної інформації і лише на основі неї прийняти рішення про ініціювання контролю та нагляду або ж навпаки прийняття заохочувальних заходів.

На основі проведеного дослідження, на нашу думку, можливо виділити такі заходи контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства, як:

1. Перевірка, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

2. Інспекційне відвідування, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

3. Ревізія, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

4. Аудит, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

5. Моніторинг, як захід контролю та нагляду за дотриманням трудового законодавства.

Підставами для здійснення таких заходів може бути:

1) звернення працівника про порушення стосовно нього законодавства про працю;

2) звернення фізичної особи, стосовно якої порушено правила оформлення трудових відносин;

3) рішення керівника органу контролю про проведення інспекційних відвідувань, прийняте за результатами аналізу інформації, отриманої із засобів масової інформації, інших джерел, доступ до яких не обмежений законодавством, та джерел, зазначених у підпунктах 1, 2, 4-7 цього пункту;

4) рішення суду;

5) повідомлення посадових осіб органів державного нагляду (контролю), правоохоронних органів про виявлені в ході виконання ними повноважень ознак порушення законодавства про працю щодо не оформлення та/або порушення порядку оформлення трудових відносин;

б) інформація:

ДПС та її територіальних органів про:

– невідповідність кількості працівників роботодавця обсягам виробництва (виконаних робіт, наданих послуг) до середніх показників за відповідним видом економічної діяльності;

– факти порушення законодавства про працю, виявлені в ході здійснення повноважень;

– факти провадження господарської діяльності без державної реєстрації у порядку, встановленому законом, як суб'єкта господарювання;

7) інформація профспілкових органів про порушення прав працівників, які є членами профспілки, виявлені у ході здійснення громадського контролю за додержанням законодавства про працю;

8) доручення Прем'єр-міністра України;

9) звернення Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини;

10) запит народного депутата України;

11) невиконання вимог припису інспектора праці.

Аналізуючи вищезазначене, слід зробити висновок, що у разі створення об'єктом відвідування перешкод у діяльності інспектора праці (відмова у допуску до проведення відвідування, зокрема ненадання на письмову вимогу інспектора праці інформації, необхідної для проведення інспекційного відвідування; перешкода в реалізації інших прав, передбачених пунктом 10 цього Порядку [9]), відсутності об'єкта відвідування або уповноваженої ним особи за місцезнаходженням (адресою, зазначеною в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, інших документах, що стали підставою для проведення відвідування), відсутності документів, ведення яких передбачено законодавством про працю, перевищення строків проведення інспекційного відвідування, складається акт про неможливість проведення інспекційного відвідування із зазначенням відповідних підстав, який у разі можливості підписується об'єктом відвідування або іншою уповноваженою ним особою.

Список використаних джерел

1. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр> (дата звернення: 12.05.2021).

2. Більбіт Ю. Л. Форми та методи державного контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів. *Наше право*. 2017. № 1. С. 72–77.

3. Сучасний словник української мови в 11 томах. URL: <https://cutt.ly/1bF8ITe> (дата звернення: 12.05.2021).

4. Сучасний словник української мови в 11 томах. URL: <https://cutt.ly/lbF8FB8> (дата звернення: 12.05.2021).
5. Шестерняк М. М. Методи і форми контролю: проблеми визначення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2017. Вип. 26 (2). С. 154–156.
6. Гребень С. Є. Види, форми та методи державного фінансового контролю: сутність та принципові відмінності. *Державне управління*. 2017. № 22. С. 103-108.
7. Піхоцький В. Ф. Система державного фінансового контролю в Україні: концептуальні засади теорії та практики : автореф. дис. ... екон. наук : 08.00.08. Львів, 2015. 42 с.
8. Орехова І. С. Державний контроль у сфері господарської діяльності: адміністративно-правові засади : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07. Одеса, 2009. 22 с.
9. Про затвердження Порядку надання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Наказ Міністерства юстиції України від 10.06.2016 р. № 1657/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0839-16> (дата звернення: 12.05.2021).

УДК 346.2

JEL Classification: M21

Діброва Д. І.,
здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ
Науковий керівник:
Погарченко Т. В.,
канд. юрид. наук, доцент кафедри
міжнародного, цивільного та комерційного права,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємництво відіграє ключову роль у зростанні економіки для будь-якої країни і держава всіляко намагається підтримати підприємців. Проте досить велика кількість людей мають сумніви і багато питань, щодо того як почати правомірно здійснювати підприємницьку діяльність і чи

потрібно їм взагалі ризикувати. Адже, в першу чергу така діяльність пов'язана з ризиком, людина повинна розуміти наслідки тих чи інших дій і вміти повністю брати на себе відповідальність. Суб'єктами господарювання, згідно з ч.1 ст. 55 Господарського кодексу України (далі – ГК України) є учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію, мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна [1]. Ці суб'єкти поділяються на господарські організації (юридичних осіб) та фізичних осіб – підприємців.

Якщо фізична особа розглядає можливість розпочати підприємницьку діяльність як фізична особа – підприємець (далі – ФОП), спочатку слід проаналізувати деякі особливості такого юридичного статусу. По-перше, з визначення підприємницької діяльності, яке наведено в ч. 1 ст. 42 ГК України, можна виділити одну з найголовніших ознак підприємництва – це систематичність. Припустимо, що людина має хист до ремонту меблів та інколи, за проханням друзів або знайомих, робить це за грошову винагороду, але це відбувається вкрай рідко, можливо, двічі на рік. Отже, для неї не має сенсу реєструвати ФОП чи юридичну особу, бо це відбувається періодично, а не систематично. Однак, законодавець не прописав чітко визначеної кількості разів, коли діяльність визнається систематичною. Хоча Верховний Суд України постановив, систематична діяльність – не менше ніж три рази на рік, тож варто орієнтуватися на таку кількість разів [2]. Ключовими особливостями ФОП є те, що людина несе відповідальність за зобов'язаннями усім своїм майном. Тому багато людей вагаються між тим, чи реєструвати юридичну особу, або все ж таки краще обрати статус ФОП. По-друге, варто визначити, які існують обмеження або заборони на здійснення підприємницької діяльності для фізичної особи – підприємця. В першу чергу, фізична особа повинна мати повну цивільну дієздатність, тобто досягти 18 років. Але за нотаріально засвідченої письмової згоди батьків (усиновлювачів), людина яка досягла 16 років, може бути зареєстрована як підприємець. Також діють певні обмеження на провадження деяких видів діяльності.

Якщо людина остаточно вирішила зайнятись підприємництвом та зареєструвати ФОП і ознайомила з особливостями цього юридичного статусу, наступним кроком є державна реєстрація. Для того, щоб зареєструвати ФОП потрібно звернутися до суб'єкта державної реєстрації, це може бути Центр надання адміністративних послуг (ЦНАП), селищна рада або нотаріус. В перших двох випадках процедура реєстрації є

безкоштовною, послуги нотаріуса зазвичай є платними. Варто зазначити, що однією з причин відмови у державній реєстрації є те, що документи подані до неналежного суб'єкта державної реєстрації, тому слід ознайомитися з установами, які мають право на проведення такої процедури у вашому місті. У тому випадку, коли особа реєструє ФОП, вона має можливість зробити це незалежно від місця проживання (за пропискою), на відміну від юридичної особи. Приходячи до державного реєстратора, особа повинна пред'явити паспорт та індивідуальний податковий номер, далі вона заповнює заяву про державну реєстрацію. Для того, щоб це зробити, необхідно завчасно обрати КВЕД та систему оподаткування (загальну або спрощену). У разі, коли особа обирає спрощену систему оподаткування, слід звернути увагу на те, що вона має право отримувати дохід лише з першого числа наступного місяця. Документи можна подавати як в паперовому, так і в електронному вигляді. Заповнюється лише форма заяви про державну реєстрацію, але в окремих випадках, відповідно до пп. 1,2,3, ч.1, ст. 18 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань" до неї може додаватися: нотаріально засвідчена згода батьків (усиновлювачів), якщо особа досягла 16 років та договір (декларація) про створення сімейного фермерського господарства [3]. Державна реєстрація починається з моменту заповнення форми заяви, а сама процедура триває 24 години. Людині може бути відмовлено у державній реєстрації, наприклад, через те, що документи суперечать вимогам законодавства або подані не в повному обсязі.

Наступним етапом є отримання виписки з Єдиного державного реєстру, далі ФОП має завести книгу обліку доходів, але згідно зі змінами в законодавстві з цього приводу, 1 січня 2021 було скасоване обов'язкове ведення книги. Натомість окремі групи підприємців на Єдиному податку можуть використовувати довільну форму ведення обліку доходів [4]. Відкриття рахунку в банку та отримання електронного цифрового підпису є не обов'язковими для фізичної особи – підприємця. Крім того, не так давно в українців з'явилась чудова можливість зареєструвати ФОП онлайн, це можна зробити в мобільному застосунку або на сайті Дія. За допомогою цього електронного сервісу цифрової держави, можна швидко і легко провести процедуру державної реєстрації. Але іноді трапляються перебої з вибором спрощеної системи оподаткування (єдиного податку), тож варто після реєстрації в Дії звернутися до відповідних органів, для уточнення інформації.

У разі якщо, особа почала здійснювати господарську діяльність без державної реєстрації та без повідомлення про початок таких дій або без ліцензії, ст. 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення, передбачає стягнення штрафу від однієї до двох тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян (17 000–34 000 тис. грн), з конфіскацією продукції, знярядь виробництва, сировини та грошей, але такі дії є не обов'язковими [5]. Особу, яку протягом року, було знов притягнуто за такий самий проступок, або був зафіксований дохід у великих розмірах (в тисячу і більше разів перевищує неоподаткований мінімум доходів громадян), то тоді штраф накладається у розмірі від двох тисяч до п'яти тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян (34 000 – 85 000 тис. грн) та з обов'язковою компенсацією виготовленої продукції, знярядь виробництва, сировини і грошей [5].

Буває недостатньо бути зареєстрованим як підприємець для того, щоб правомірно здійснювати підприємницьку діяльність, для деяких видів діяльності необхідно отримати ліцензію. Згідно з п. 5, ч. 1, ст. 1 Закону України "Про ліцензування видів господарської діяльності" ліцензія – це право суб'єкта господарювання на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню [6]. Для того, щоб отримати ліцензію, необхідно подати заяву про отримання ліцензії. Протягом 5 робочих днів, орган встановлює наявність або відсутність підстав для відмови у видачі ліцензії. У разі рішення про видачу ліцензії, необхідно здійснити оплату у розмірі одного прожиткового мінімуму, крім того переоформлення ліцензії є безоплатним.

У підсумку можна зазначити, що статус фізичної особи – підприємця має багато переваг. Серед них можна виділити, такі як: можливість обрати спрощену систему оподаткування, не дуже суворі вимоги щодо бухгалтерського обліку, державна реєстрація проводиться незалежно від місця проживання і сама процедура не є складною. Але звісно є і недоліки, наприклад, ФОП відповідає за своїми зобов'язаннями в межах усього свого майна, а також діють обмеження на здійснення певних видів діяльності. Окрім цього, деякі люди турбуються через подачу звітності та не впевнені чи буде їх діяльність прибутковою. Як наслідок, вони починають неправомірно здійснювати підприємницьку діяльність, через що, можуть отримати штраф. Тож кожній особі, яка планує реєструвати ФОП, варто проаналізувати власні можливості, всі переваги та недоліки такого юридичного статусу та прийняти відповідне рішення.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 14.04.2024).
2. Про практику застосування судами законодавства про відповідальність за окремі злочини у сфері господарської діяльності : постанова Верховного Суду України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/va003700-03> (дата звернення: 14.04.2024).
3. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15> (дата звернення: 17.04.2024).
4. Як відкрити ФОП в Україні. URL: <https://fondy.ua/uk/fop> (дата звернення: 18.04.2024).
5. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон України від 07.12.1984 р. № 8073-X. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> (дата звернення 18.04.2024).
6. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 р. № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19> (дата звернення 18.04.2024).

СЕКЦІЯ 10. ПЕДАГОГІКА
SECTION 10. PEDAGOGY

УДК 373.2.018.1.015.31:172.15

JEL Classification: Z19

Денисенко Д. С.,
здобувач вищої освіти,
Національний університет "Чернігівський
колегіум" імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів
Коновальчук М. В.,
доцент кафедри
дошкільної та початкової освіти,
Національний університет "Чернігівський
колегіум" імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів

**РОЛЬ СІМ'Ї У ПАТРІОТИЧНОМУ
ВИХОВАННІ ДОШКІЛЬНЯТ**

Актуальність дослідження. У сучасному світі, де відбуваються значні зміни в соціальному, економічному та політичному плані, важливо досліджувати роль сім'ї у патріотичному вихованні. Зростання впливу глобалізації та розмаїття культурних і соціальних цінностей ставить під питання збереження національної ідентичності та формування позитивного ставлення до власної країни та народу серед молодого покоління та суттєво впливає на сімейні сенси.

Сімейні цінності та традиції відіграють вирішальну роль у формуванні патріотичного виховання дошкільників [1]. Батьки часто є першими вихователями маленьких дітей, впливаючи на їхні переконання, цінності та поведінку з раннього віку. У багатьох культурах, у тому числі в Україні, батьківсько-сімейна педагогіка становить ядро національно-патріотичного виховання дошкільників [2]. Сімейне середовище дає дітям відчуття безпеки, ідентичності та причетності, закладаючи основу для розвитку їхніх цінностей і світогляду. Сімейні цінності та традиції формують переконання та поведінку дітей. Батьки є основними вихователями, впливаючи на розвиток дітей. Сімейне середовище забезпечує безпеку та ідентичність для дітей.

Виховання патріотизму та виховання національної гордості в родинному середовищі має важливе значення для розвитку дошкільників.

Діти дошкільного віку часто базують свої патріотичні почуття на найближчому оточенні, включаючи сім'ю, дім, громаду [3, с. 12]. У сучасному світі, де дитвора піддається різним негативним впливам, таким як насильство в ЗМІ та соціально-економічні проблеми, виховання почуття патріотизму стає ще більш критичним. Батьки можуть сприяти національній ідентичності та гордості за допомогою таких заходів, як розповідання історій, святкування національних свят та участь у громадських заходах. У вихованні патріотизму у дошкільників основну роль відіграє сім'я. Підвищення національної гордості допомагає протистояти негативним зовнішнім впливам.

Важливо також формувати у дітей патріотичні почуття. Родина виховує в них любов до України, гордість за свою країну, повагу до її історії та культури. Вони заохочують дітей до активної участі у житті школи та громади, до волонтерської діяльності [4].

Не менш важливо розвивати у дітей особисті якості, які роблять справжнього патріота. Це чесність, справедливість, відповідальність, співчуття, толерантність. Сім'я навчає дітей критично мислити, формувати власну думку, відстоювати свої переконання. Батьки допомагають їм розкрити свої творчі здібності, таланти, прагнення до самовдосконалення [5].

Нами було проаналізовано основні функції сім'ї в контексті патріотичного виховання дошкільників.

Сім'я відіграє ключову роль у цьому процесі, зв'язуючи основні свої функції з патріотичним вихованням, зокрема:

1. Репродуктивна функція: Виховання дітей у сім'ї забезпечує передачу культурних та історичних знань про власну країну. Батьки, розповідаючи історії, легенди та героїчні події національної історії, сприяють формуванню патріотичних почуттів у дітей.

2. Економічна функція: Спільне господарювання може включати в себе підтримку місцевого виробництва та споживання, що є проявом патріотизму на практиці. Вчення дітей цінувати та підтримувати вітчизняну економіку може бути частиною патріотичного виховання.

3. Соціалізаційна функція: Сім'я формує первинні соціальні зв'язки та норми, включаючи національну ідентичність. Виховання почуття національної гордості та відповідальності перед країною є ключовим аспектом патріотичного виховання.

4. Емоційна підтримка: Любов та взаємопідтримка в сім'ї можуть включати підтримку ідеалів патріотизму та виховання поваги до державних символів, національних свят, і великих діячів країни.

5. Виховна функція: Батьки виховують дітей у дусі розуміння громадянських обов'язків і прав, важливості оборони та безпеки країни, що є основою для формування відповідальних і свідомих громадян.

6. Соціальний контроль: Сім'я допомагає забезпечувати, щоб поведінка дітей відповідала загальноприйнятим нормам, включно з нормами патріотичної поведінки, такими як повага до законів країни та участь у суспільному житті.

Отже, патріотичне виховання є інтегральною частиною виховних зусиль у сім'ї, що допомагає формувати міцне та здорове суспільство.

Підсумовуючи все вищесказане, можемо поставити акцент на тому, що сім'я відіграє вирішальну роль у формуванні патріотичного виховання дошкільників. Через передачу сімейних цінностей і традицій, навчання патріотизму та національної гордості, батьки можуть допомогти своїм дітям розвинути сильне почуття національної ідентичності. Прищеплюючи ці цінності та концепції, в молодому віці, сім'ї можуть сприяти розвитку відповідальних і продуктивних громадян, які віддані благополуччю своєї країни та своїх співгромадян. Тому важливо, щоб батьки усвідомлювали значущість своєї ролі у вихованні дітей, і брали активну участь у формуванні цінностей і переконань своїх дітей.

Список використаних джерел

1. Макаренко А. С. Книга для батьків. Київ : Рад. школа, 1980. 384 с.
2. Фіцула М. Виховання почуття відповідальності у дітей в умовах сім'ї. *Директор школи*. 1999. № 7. С. 2.
3. Проскура О. В. Виховання патріотизму та національної гордості в родинному середовищі як фактор розвитку дошкільників. 2023.
4. Проскура О. В. Педагогіка дошкільного віку. Київ : Видавництво "Либідь". 2018.
5. Грищенко Н. В. Сім'я як чинник формування національно-патріотичної свідомості дошкільників. *Journal of Early Childhood Education*. 2022. Вип. 15 (2). С. 21–30.



УДК 303.725.37:37.018.554

JEL Classification: Z19

Подоляк М. В.,

канд. пед. наук, доцент кафедри
української та іноземних мов імені Я. Яреми,
Львівський національний університет
ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С. З. Гжицького, м. Львів

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Сучасні технології є важливою складовою життя сучасної людини. Вони стають все складнішими, а їхнє застосування знайшло відображення фактично в будь-якій сфері економіки. Враховуючи технологічну залежність молоді, варто враховувати та використовувати новітні навчальні практики, які передбачатимуть застосування різноманітних сучасних технологій або інформаційно комунікаційні технології (ІКТ) у навчальному процесі. В цьому контексті варто розглянути поняття технологія навчання та педагогічна технологія, оскільки вони охоплюють ширший аспект застосування ІКТ у навчальному процесі.

Так, С. О. Сисоева зазначає: "Технологія навчання включає сукупність форм, методів, прийомів, методик, засобів, які дозволяють гарантовано досягти запланованого результату. Отже в цьому контексті форми й методи, методики й засоби, прийоми навчання є тими структурними елементами, з яких конструюється технологія навчання відповідно до цілей і запланованих (бажаних) результатів навчального процесу" [4, с. 2].

Інформаційно комунікаційні технології в навчанні іноземних мов М. Адулкарім та С. Чутвале пояснюють як форму технології, яка використовується для передачі, оброблення, зберігання, створення, поширення або обміну інформацією електронними засобами. Це включає в себе телебачення, радіо, відео, телефон, супутникові системи, комп'ютер та мережу Інтернет [5, с. 30]. Використання сучасних технологій в навчанні іноземної мови, А. Мофарех, розуміє як інноваційне застосування методів, засобів, матеріалів, пристроїв, систем та стратегій, які спрямовані на навчання іноземної мови та отримання бажаних результатів [6, с. 169]. Сучасні технології в освіті, за О. Альшиною, "це професійно орієнтоване навчання іноземної мови, проектна робота в навчанні, застосування інформаційних та телекомунікаційних технологій, робота з навчальними комп'ютерними програмами з іноземних мов" [1, с. 243-244].

Деякі іноземні дослідники використовують термін CALL (Computer Assisted Language Learning) або Вивчення мови за допомогою комп'ютера. Варто зазначити, що це поняття є дещо подібним до ІКТ, проте CALL обмежений лише комп'ютером, в той час як ІКТ може включати великий набір різноманітних технологій. Тим не менше CALL та ІКТ ми розглядатимемо як тотожні поняття. Подібне трактування знаходимо в праці М. Уруна [7, с. 78]. Окрім терміна CALL (Вивчення мови за допомогою комп'ютера) дослідники також виокремили декілька інших, подібних термінів для позначення різновидів використовуваних технологій у навчальному процесі іноземної мови. Так, ми знаходимо такий термін як ICALL (Intelligent Computer Assisted Language Learning) Інтелектуальне комп'ютерне навчання мови – що передбачає індивідуалізацію навчального процесу за допомогою комп'ютерів до потреб кожного учня; TELL (Technology Enhanced Language Learning) Технологічно-покращене навчання мови – що досліджує використання окремих типів комп'ютерних технологій при навчанні іноземної мови; WELL (Web Enhanced Language Learning) Навчання іноземної мови з використанням Інтернету.

Натомість CALL або Вивчення мови за допомогою комп'ютера почали використовувати у практиці навчання іноземної мови лише з 1970тих років, з появою перших комп'ютерів. Досліджуючи історію використання комп'ютерів у навчальному процесі іноземної мови, М. Урун виокремлює три історичні періоди: 1970ті-1980ті роки дослідник називає структурно-поведінковий період використання комп'ютерів, використання яких зводилося до тренувань та практики; другий період – 1980ті-1990 ті роки характеризуються використанням комп'ютерів для комунікативних цілей; третій період охоплює 21 століття і характеризується автентичним дискурсом [7, с. 78].

Сучасні технології у навчанні дають можливість викладачам краще та ефективніше організувати навчальний процес, підвищити мотивацію студентів до навчання та зробити навчання цікавішим завдяки доступу до великого обсягу інформації. Сьогодні студент може навчатися іноземної мови безпосередньо чуючи її не лише у відео або аудіо записі, а й за допомогою різноманітних застосунків, спілкуючись з носіями мови наживо, вивчаючи їхню культуру та побут. Окрім цього студент може без будь яких зусиль знайти пояснення будь-якої незрозумілої граматичної теми в Ютубі або невідомі слова швидше, не шукаючи їх в паперовій версії словника.

Найбільш поширеною та широко вживаною інформаційно комунікативною технологією є комп'ютер та мережа Інтернет. Технології у навчання мають постійно змінюватися та доповнюватися одночасно з технічним прогресом. Це має робитися з метою підвищення ефективності навчального процесу. Наприклад, 20-30 років тому активно використовувався проектор (ОНР) у

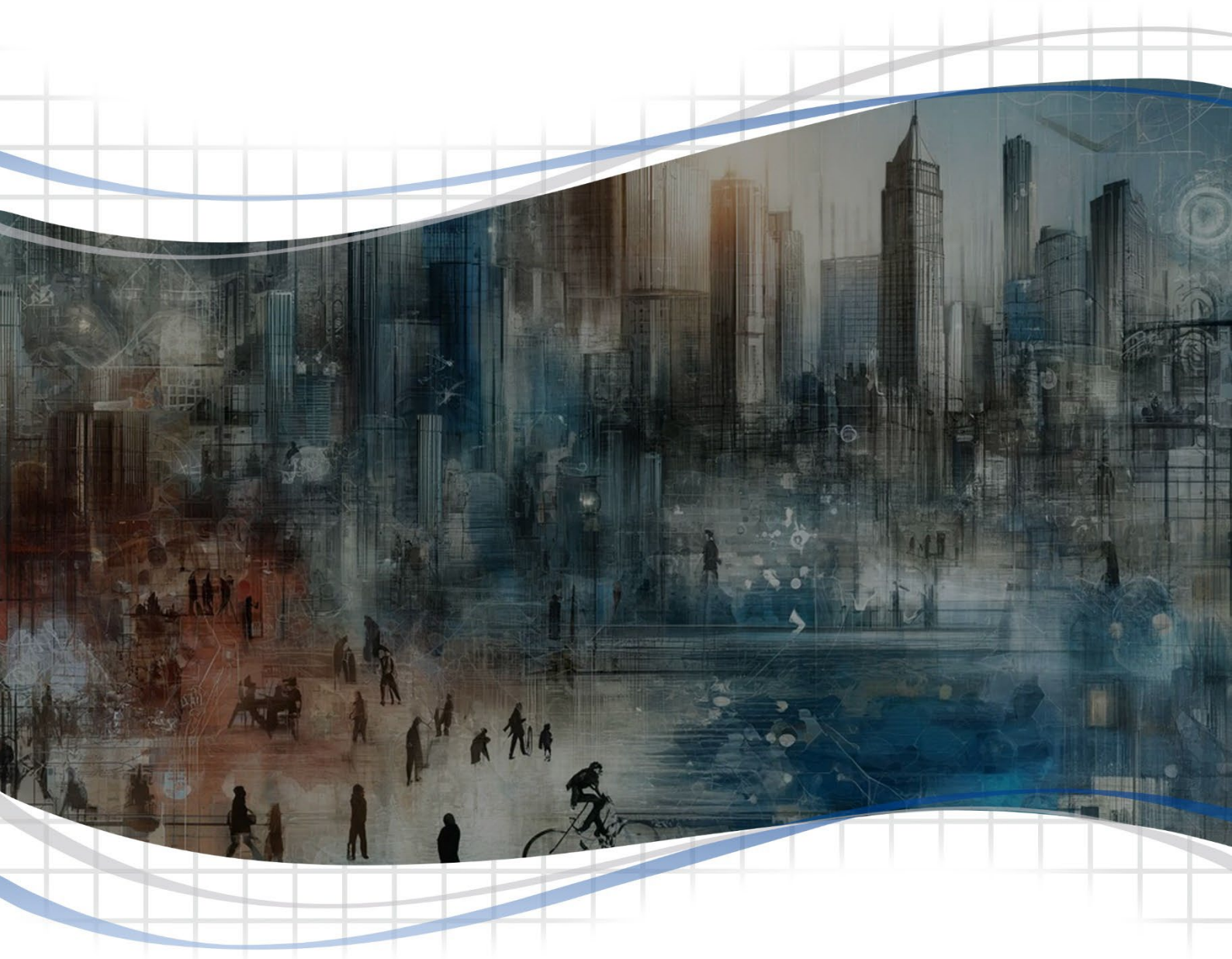
навчальному процесі, які могли демонструвати лише нерухому картинку. Сьогодні набувають поширення технології доповненої реальності. Так, використовуючи окуляри доповненої реальності студенти можуть краще, ефективніше вивчати нові слова та запам'ятовувати інформацію, використовуючи принцип наочності.

Також однією з переваг використання ІКТ у навчальному процесі – це вища якість та різноманітність навчальних матеріалів, доступних студентові та викладачеві, що сприяє та полегшує навчальний процес. Також використання ІКТ в навчальному процесі сприяє персоналізації освітнього процесу, а отже і впровадження студентоцентричного навчання.

Отже, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у навчанні іноземних мов є ефективним засобом, впровадження якого матиме позитивний ефект на результати навчання студентів, а саме: зацікавлення студентів в навчальному процесі, сучасні та практичні матеріали, занурення студентів в мовне та культурне середовище, можливість краще вивчати та опановувати навчальний матеріал, спілкуватися з носіями мови.

Список використаних джерел

1. Альошина О.М. Сучасні методи та технології викладання іноземних мов у ВНЗ. Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти. 2012. № 30-31 (34-35). с. 242–247.
2. Ніколаєва С.Ю. та ін. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник. Вид. 2ге, доповнене. Київ: Ленвіт, 2002. 328 с.
3. Ніколаєва С.Ю. Сучасні технології навчання іноземних мов і культур у загальноосвітніх і вищих навчальних закладах: Колективна монографія. Київ: Ленвіт, 2015. 444 с.
4. Свириденко І. М. Інтерактивні технології і методи навчання іноземних мов на немовних факультетах. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2016. № 144. с. 455-458.
5. Alkamel M. The Use of ICT Tools in English Language Teaching and Learning: A Literature Review. Veda's Journal of English Language and Literature. 2018. №5. С. 29-33.
6. Alqahtani A. The Use of Technology in English Language Teaching. Frontiers in Education Technology. №2. 2019. С. 168-180. <http://dx.doi.org/10.22158/fet.v2n3p168>.
7. Ürün M. Integration of Technology into Language Teaching: A Comparative Review Study. Journal of Language Teaching and Research. 2015. № 7. С. 76-87. <http://dx.doi.org/10.17507/jltr.0701.09>.



**Research
Europe.org**