



ція «ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ»



Львівський
національний університет
природокористування Факультет
управління, економіки та права
Кафедра міжнародних економічних
відносин та маркетинг

ЗБІРНИК ТЕЗ

VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ»

6-7 грудня 2022 року
м. Львів



«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ». Збірник тез VII всеукраїнської науково-практичної конференції / за заг. ред. А.О. Линдюка, І.І. Гаврилюк. Дубляни, 2023. 106 с.

Укладачі: Линдюк А.О., Гаврилюк І.І

Усі матеріали подаються в авторській редакції. За вигляд, зміст, достовірність та відсутність плагіату у тезах відповідають автори.

@Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу Львівського національного університету природокористування

ЗМІСТ

<i>Секція 1</i>		
Розвиток інтеграційних процесів в умовах трансформаційних змін: політико-правовий аспект		
Кучер А. В. Кучер Л. Ю. <i>Національний університет «Львівська політехніка»</i> Василенко С. Ю <i>Державний біотехнологічний університет</i>	НЕЙТРАЛЬНА ДЕГРАДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬ: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПУБЛІКАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ	8
Kohut M. V. <i>Lviv National Environmental University</i>	OUTSOURCING IN THE GLOBAL ARENA: BALANCING COST EFFICIENCY AND INTERNATIONAL INTERDEPENDENCE	11
Kohut M. V. <i>Lviv National Environmental University</i>	EUROPEAN ECONOMIC TRENDS AND THEIR IMPACT ON BUSINESS	13
Kohut M. V. <i>Lwowski Narodowy Uniwersytet Zarządzania Przyrodą</i>	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI MIĘDZYNARODOWYMI: NAVIGACJA POŚRÓD ZAGROŻEŃ KULTUROWYCH, LOGISTYCZNYCH I PRAWNYCH	15
Тибінка Г. І. Кузик О. Губиш Т. <i>Львівський національний університет ім. І. Франка</i>	СПІВПРАЦЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР ІЗ НЕУРЯДОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ	16
Тибінка Г. І. Юрченко О. Б. Стойко А. С. <i>Львівський національний університет ім. І. Франка</i>	АМЕРИКАНСЬКА МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	18
Томашевський Ю. М. Агрес О. Г.	ВРАЗЛИВІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ПЕРЕД РІЗНИМИ	20

Львівський національний університет природокористування	ГЕОПОЛІТИЧНИМИ ФАКТОРАМИ	
Fediv R.D. Fediv I.M. <i>L'viv National Environmental University</i>	A DECADE OF CHINA'S BELT AND ROAD INITIATIVE IN THE WORLD OF GEOPOLITICAL INSTABILITIES AND UPHEAVALS	25
Федів Р.Д. Львівський національний університет природокористування	ПРИЧИНИ УСПІХУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ КИТАЙСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ	29
Ярмола К.М. Національний університету «Львівська політехніка»	РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	34
Секція 2. Забезпечення конкурентоспроможності галузей та регіонів національної економіки		
Бінерт О.В. Бицька А.Т. Львівський національний університет природокористування	РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН	38
Зеліско Н.Б. Львівський національний університет природокористування	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ	41
Марків Г.В. Львівський національний університет природокористування	ВПЛИВ ВІЙНИ НА АГРОСЕКТОР УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ	44
Марчишин Л.П., Львівський кооперативний фаховий коледж	ОСОБЛИВОСТІ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	48

<i>економіки і права</i>		
Малюга В.В. Львівський фаховий коледж <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТРАТЕГІЇ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	50
Томашевський Ю. М. Томашівський О.З. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	СВІТОВИЙ АПК ТА ЙОГО РОЛЬ У ВИРІШЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОБЛЕМИ	52
Тибінка Г. І. <i>Львівський національний університет ім. І. Франка</i>	РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВ ІЗ МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ ТА ГРОМАДОЮ	56
Секція 3. Модернізація економіки України в умовах трансформації		
Булик О.Б. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ	59
Губені Ю. Е. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ВІТЧИЗНЯНА СИСТЕМА ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА – ДИСОНАНС ІЗ ПРАКТИКОЮ ТА МЕТОДОЛОГІЄЮ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	63
Гунька В. <i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	65
Гаврилюк І.І. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ГЛОБАЛЬНІ АМБІЦІЇ У СКЛАДНИХ УМОВАХ: ШЛЯХ УКРАЇНСЬКОГО МСБ ДО СВІТОВОЇ ЕКСПАНСІЇ	67
Новаківський І. І. Шамутило А.Ю.	SMART-CITY ВІННИЦЯ: ІННОВАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ МІСТА	71

студент ІV курсу Національний університет "Львівська політехніка"		
Тибінка Г. І. Федоришин І. Кондрацький Р. Львівський національний університет ім. І. Франка	«ЗЕЛЕНІ ОФІСИ» ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ: МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ	75
Секція 4. Сучасний стан та перспективи розвитку маркетингу та підприємництва в Україні.		
Булик О.Б. Львівський національний університет природокористування	РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ	77
Бойчук О.З., Отчич Н.М., Роздайбіда Н.М. Відокремлений структурний підрозділ Вишнянський фаховий коледж Львівського національного університету природокористування	ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	80
Гаврилюк І.І. Львівський національний університет природокористування	ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ	83
Лапчук Я.С. Дуб М.Г. Дрогобицький державний педагогічний Університет	РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОПТИМІЗАЦІЇ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ	86

<i>ім.Івана Франка</i>		
Линдюк А.О. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО ІМІДЖУ БРЕНДІВ	89
Огінок С. В. <i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	СОЦІАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ	92
Шинкаренко В.О. Дзюрах Ю.М. <i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	94
Секція 5.		
Фінансово-економічне та обліково-аналітичне регулювання аграрного сектору економіки України в умовах трансформації.		
Прокопишин О.С. Східницька Г.В. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	СПЕЦІАЛЬНИЙ РЕЖИМ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК НАПРЯМ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	98
Ксьонжик І. В. <i>Миколаївський національний аграрний університет</i> Мацьків Г.В. Райтер Н. І <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ	102
Хірівський Р.П., Східницька Г.В. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	105

СЕКЦІЯ 1

РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН: ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Кучер А. В.

**д.е.н., с.д., проф. кафедри менеджменту організацій,
Національний університет «Львівська політехніка»;
гол. наук. співроб. відділу інноваційної економіки, зовнішніх зв'язків та
інформатизації наукових досліджень ННЦ «Інститут ґрунтознавства та
агрохімії імені О. Н. Соколовського»**

Кучер Л. Ю.

**д.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва та екологічної експертизи
товарів, Національний університет «Львівська політехніка»**

Василенко С. Ю.

аспірант, Державний біотехнологічний університет

НЕЙТРАЛЬНА ДЕГРАДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬ: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПУБЛІКАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ

Концепцію нейтрального балансу деградації земель (НБДЗ) уперше представлено до розгляду Конвенцією Організації Об'єднаних Націй (ООН) по боротьбі з опустелюванням (КБО ООН), схвалено міжнародною спільнотою під час Конференції ООН Ріо+20 у 2012 р. та затверджено як частину Порядку денного у сфері сталого розвитку на період до 2030 року у 2015 р. За визначенням КБО ООН, нейтральна деградація земель це «стан, за якого кількість і якість земельних ресурсів, необхідних для підтримки функцій і послуг екосистем та зміцнення продовольчої безпеки, залишаються стабільними, або підвищуються у встановлених масштабах у часі та просторі та в екосистемах» [1]. У 2015 р. ООН оголосила досягнення нейтральності деградації земель однією із цілей сталого розвитку – ЦСР («Життя на суші», завдання 15.3: «До 2030 року вести боротьбу з опустелюванням, відновити деградовані землі та ґрунти, включаючи землі, що потерпають від опустелювання, засух і повеней, та прагнути того, щоб у всьому світі не погіршувався стан земель») [2].

Метою цієї роботи є висвітлення результатів теоретичного аналізу тенденцій і сучасного стану публікаційної активності щодо нейтральної деградації земель у світі на основі бази Scopus.

Аналіз публікаційної активності за базою Scopus показав істотне зростання інтенсивності досліджень щодо нейтральної деградації земель у світі, особливо починаючи з 2018 р. (рис. 1). Результати дослідження показали, що загалом за 2015–2023 рр. у Scopus проіндексовано 308 опублікованих документів, що містили фразу «land degradation neutrality» у назві, анотації та/або ключових

словах (TITLE-ABS-KEY). Так, перші публікації з'явилися у 2015 р.; до 2017 р. їх щорічна кількість не перевищувала 10 од.; максимум публікаційної активності характерний для 2023 р. (65 документів станом на 05.12.2023 р.).

Світовими лідерами за кількістю публікацій є Китай (51 робота або 16,6 % від загального обсягу), Індія (43 роботи або 14,0 %), Німеччина (40 робіт або 13,0 %), Австралія (36 робіт або 11,7 %) та Італія (31 робота або 10,1 %) (рис. 2). Українські вчені опублікували дві роботи [3, 4], що становить 0,65 % світового потоку публікацій, відповідно в загальному рейтингу Україна посідала 41-шу позицію.

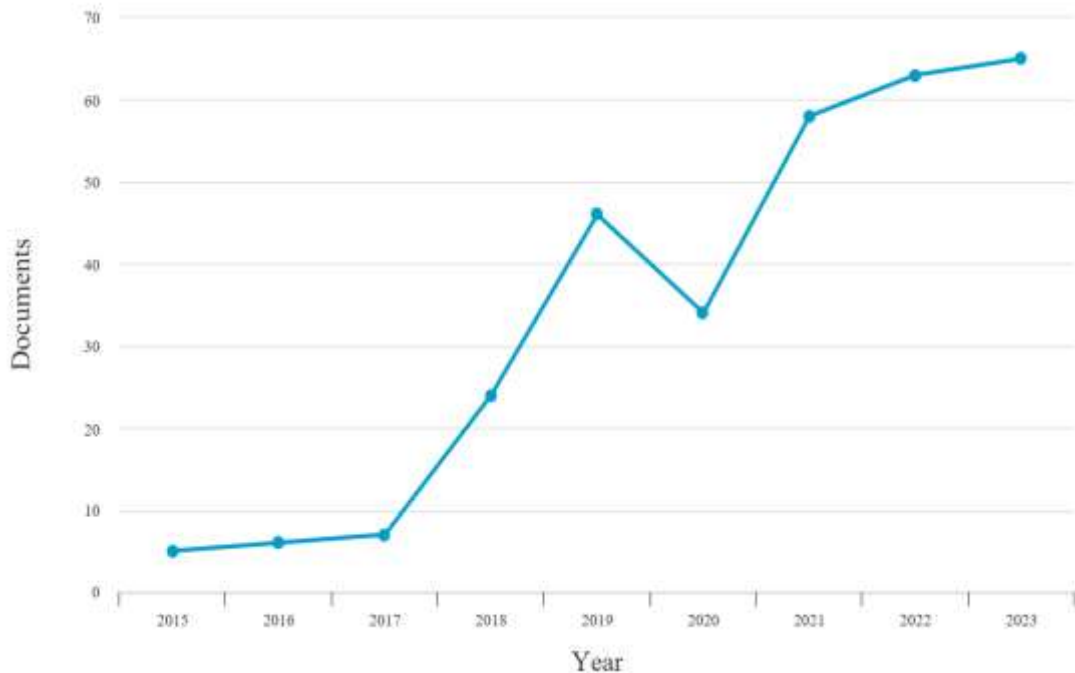


Рис. 1. Динаміка кількості проіндексованих у Scopus публікацій, які містять у назві, анотації, ключових словах термін «land degradation neutrality», 2015–2023 рр.

Джерело: побудовано на основі бази Scopus.

Аналіз ТОП-10 організацій світу за кількістю проіндексованих у Scopus публікацій, які містять у назві, анотації та/або ключових словах термін «land degradation neutrality» свідчить, що представники чотирьох університетів / наукових центрів опублікували відповідно 23, 17 та 14 робіт, решта – від 13 до 2 документів. Отже, Китайська академія наук (Chinese Academy of Sciences) є світовим лідером у дослідженні аналізованої проблеми.

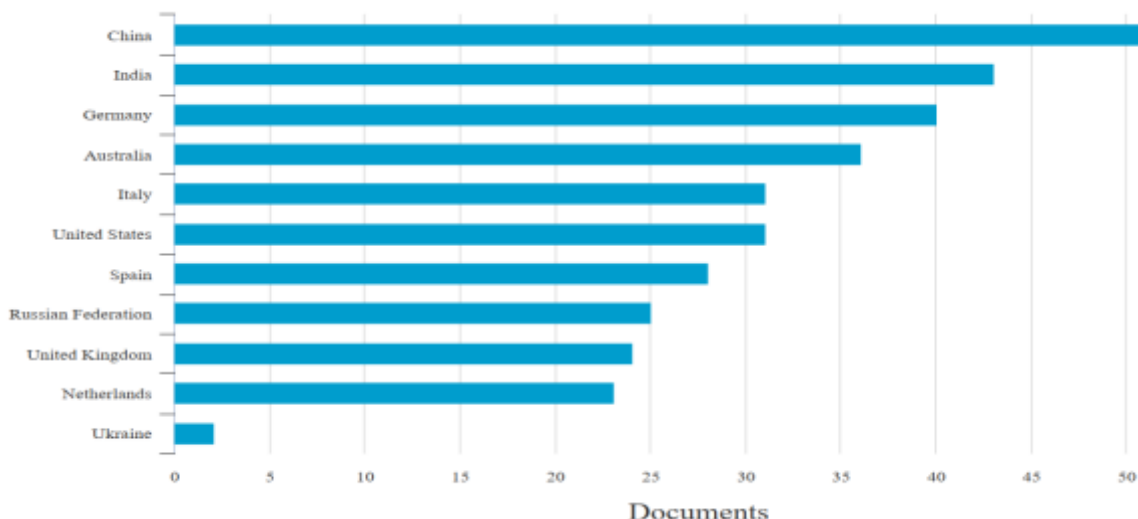


Рис. 2. Україна й ТОП-10 країн світу за кількістю проіндексованих у Scopus публікацій, які містять у назві, анотації, ключових словах термін «land degradation neutrality», 2015–2023 рр.

Джерело: побудовано на основі бази Scopus.

Аналіз за типом документів (рис. 3) свідчить, що більше двох третин (76,0 %) робіт опубліковано у формі статей; 9,7 % – розділи книг; 5,5 % – рецензії (огляди); 5,2 % – конференційні матеріали. Результати аналізу документів за галузями знань указують на те, що питання нейтральної деградації земель досліджують із позиції різних наук. Найбільше документів опубліковано за профілем наук про довкілля (35,6 %), аграрних і біологічних наук (19,9 %), соціальних наук (16,3 %), дещо менше – у сфері наук про Землю (9,6 %) та інженерії (4,0 %). У сфері наук про рішення опубліковано 12 робіт (1,9 %), бізнесу, менеджменту й обліку – 6 робіт (0,9 %). У галузі економіки, економетрики та фінансів опубліковано лише 5 робіт (0,8 %).

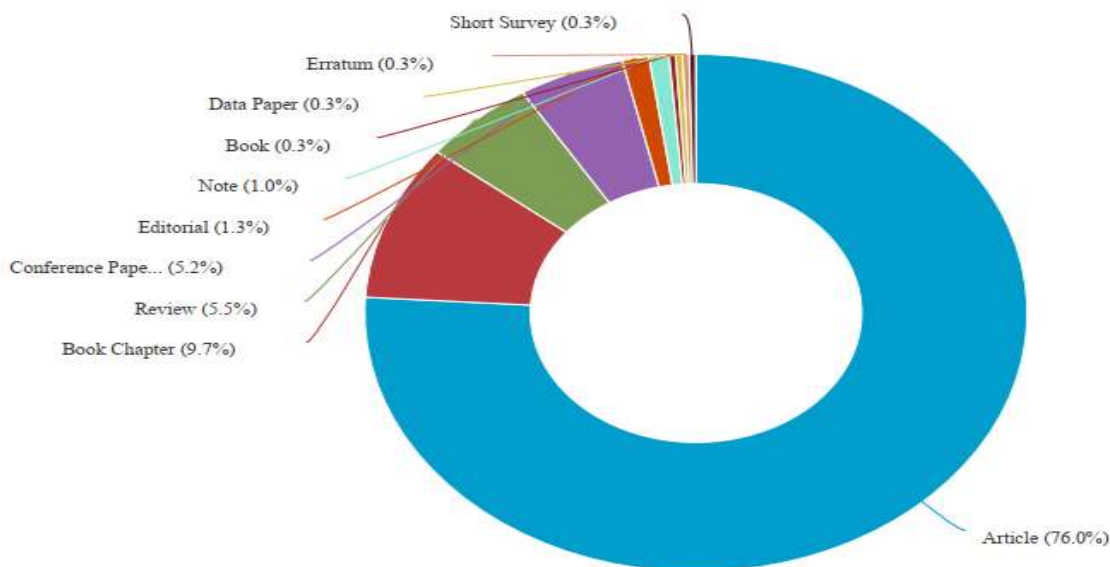


Рис. 3. Розподіл за типом проіндексованих у Scopus публікацій, які містять у назві, анотації, ключових словах термін «land degradation neutrality», 2015–2023 рр.

Джерело: побудовано на основі бази Scopus.

Таким чином, у світі нейтральну деградацію земель досліджують переважно з позиції наук про довкілля, аграрних, біологічних, соціальних наук, наук про Землю, інженерії (сукупно 85,4 %). Загалом на економічні науки припадало 3,6 % світового обсягу публікацій; якщо взяти разом із соціальними науками, тоді 19,9 %. Отже, це вказує на міждисциплінарний характер досліджень нейтральної деградації земель у світі й розуміння цього явища не скільки з економічних позицій, скільки з погляду наук про довкілля, аграрних і біологічних наук. Водночас результати цього короткого огляду свідчать про необхідність активізації економічних досліджень для досягнення нейтрального рівня деградації земель на різних рівнях управління, щоб сприяти реалізації ЦСР 15.3.

Подяка. Публікація містить результати досліджень, проведених у рамках НДР «Стратегія й інноваційні технології переробки органічних відходів тваринництва в контексті забезпечення нейтральної деградації земель: від лінійної до циркулярної економіки», № д. р. 0122U001484.

Бібліографічний список:

1. Land degradation Neutrality (LDN). URL: <https://www.fao.org/platforms/green-agriculture/areas-of-work/natural-resources-biodiversity-green-production/land-degradation-neutrality/en>.
2. Feng S., Zhao W., Zhan T., Yan Y., & Pereira P. 2022. Land degradation neutrality: a review of progress and perspectives. *Ecological Indicators*, 144, 109530. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2022.109530>.
3. Baliuk S. A., Kucher A. V., & Maksymenko N. V. 2021. Soil resources of Ukraine: state, problems and strategy of sustainable management. *Ukrainian Geographical Journal*, 2, pp. 3–11. <https://doi.org/10.15407/ugz2021.02.003>.
4. Kussul N., Kolotii A., Shelestov A., Yailymov B., & Lavreniuk M. 2017. Land degradation estimation from global and national satellite based datasets within un program. *Proceedings of the 2017 9th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS)*, Bucharest, Romania, pp. 383–386. <https://doi.org/10.1109/IDAACS.2017.8095109>.

Kohut M. V.
Associate Professor of the Department
of International Economic Relations and Marketing
Lviv National Environmental University

OUTSOURCING IN THE GLOBAL ARENA: BALANCING COST EFFICIENCY AND INTERNATIONAL INTERDEPENDENCE

Outsourcing has become an integral part of international business strategy, profoundly influencing the global market landscape and operational dynamics of

companies. It refers to the practice of delegating certain business processes or tasks to external agencies or foreign subsidiaries, allowing companies to focus on their core competencies, reduce costs, and increase efficiency [1]. The impact and use of outsourcing in international business are multi-faceted, affecting economic structures, employment patterns, and international trade relations.

One of the primary impacts of outsourcing is cost reduction [2]. By transferring operations to countries with lower labor costs, businesses can significantly decrease their production expenses. This is particularly evident in the manufacturing sector, where companies like Apple outsource production to countries such as China, taking advantage of cheaper labor and materials. The savings generated from lower wages and operational costs can then be redirected towards research and development, marketing, and other areas that enhance competitiveness.

Moreover, outsourcing allows businesses to tap into a global talent pool. Specialized tasks, particularly in information technology and customer service, are often outsourced to regions with a surplus of skilled labor. For example, India has become a hub for IT outsourcing due to its large, English-speaking, technically skilled workforce. This global division of labor enables businesses to benefit from expertise and skills that may not be available or affordable domestically.

However, the use of outsourcing in international business is not without its challenges and criticisms. The relocation of jobs from developed to developing countries has sparked debates on employment and economic inequality. In countries like the United States, outsourcing is sometimes viewed negatively because it can lead to job losses in certain sectors [3]. Conversely, it contributes to job creation and economic development in the recipient countries, although this sometimes comes at the cost of working conditions that may not meet the standards expected in more developed nations.

Outsourcing has also encouraged the spread of technology and innovation. When multinational companies outsource, they often transfer knowledge and new technologies to their offshore partners. This diffusion can stimulate local economies, foster entrepreneurship, and eventually contribute to the upgrade of industries in developing countries. Consequently, these regions can move up the value chain, shifting from basic manufacturing to more sophisticated, knowledge-intensive activities.

In terms of strategy, outsourcing has allowed companies to become more agile and responsive to market changes. By not being bogged down by non-core functions, businesses can quickly adapt to economic fluctuations and shifting consumer preferences. The focus on core competencies leads to better products and services, which is vital in the competitive global marketplace [4].

Additionally, the dynamics of international trade have been influenced by outsourcing. It promotes interdependence among nations, which can lead to more stable international relations. However, this interdependence also means that economic disturbances in one region can have global repercussions, as seen in the financial crises and supply chain disruptions.

In conclusion, outsourcing in international business has led to a more interconnected and interdependent world. While it offers numerous benefits such as cost savings, access to global talent, and increased efficiency, it also presents challenges related to employment, ethical standards, and economic security. As the global economy evolves, businesses and policymakers must navigate the complexities of outsourcing to maximize its advantages while mitigating its potential downsides.

REFERENCES:

1. Heywood, J.B., 2001. *The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness*. 1st ed. Prentice Hall, Financial Times. p.240.
2. Bravar, J.L., 2007. *Effective Outsourcing*. Balans Business Books. p.213.
3. Ducker, C., 2010. *What is Outsourcing and How Does it Actually Work, Anyway?* [online] Available at: <https://www.chrisducker.com/how-outsourcing-works> [October 2023].
4. Amitabh, D.K., 2007. *Human Resource Outsourcing: Issues and Challenges*. *The Journal of Nepalese Business Studies*, [e-journal] IV(1), pp.38-46. Available at: https://www.researchgate.net/publication/279482544_Human_Resource_Outsourcing_Issues_and_Challenges [October 2023].

Kohut M. V.
Associate Professor of the Department
of International Economic Relations and Marketing
Lviv National Environmental University

EUROPEAN ECONOMIC TRENDS AND THEIR IMPACT ON BUSINESS

In recent years, European economic trends have seen a blend of steady resilience and dynamic change, presenting both challenges and opportunities for businesses within and beyond the continent. From the advent of digitalization to shifts in trade policies, these trends have significantly shaped the business landscape.

One of the most prominent trends is the rapid pace of digital transformation. European businesses are increasingly adopting new technologies such as artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things (IoT). This shift not only streamlines operations but also opens up new business models and revenue streams. For instance, traditional manufacturers are embracing Industry 4.0, leading to more efficient production processes and personalized customer offerings [1]. However, this also means that businesses must invest in new skill sets and contend with the challenges of cyber security and data privacy.

Another defining trend is the pivot towards a green economy. Europe's commitment to the Paris Agreement and its own Green Deal indicates a strong move

towards sustainability. Businesses are therefore compelled to adopt greener practices, which has spurred innovation in renewable energy, waste management, and sustainable supply chains. This environmental consciousness is reshaping consumer preferences, thus businesses that anticipate and align with this shift can secure a competitive advantage.

Trade has always been a cornerstone of the European economy, but recent years have brought uncertainties. Brexit has introduced new complexities in trade between the UK and EU, impacting supply chains, tariffs, and regulatory alignment. Additionally, global trade tensions and a push towards protectionism have led businesses to rethink their international strategies. Companies are now focusing on supply chain resilience and diversification to mitigate risks associated with geopolitical shifts.

Despite challenges, the EU continues to strengthen its economic integration. The completion of the Banking Union and proposals for a Capital Markets Union aim to deepen financial integration and enhance access to capital for European businesses. This could provide more opportunities for growth and cross-border investment but also requires businesses to navigate a complex regulatory environment.

Europe's demographic trends, particularly an aging population, have profound implications for businesses. With a shrinking workforce, there is increased pressure on productivity and innovation. Companies may face labor shortages in certain sectors, prompting a need for automation or immigration policies that support talent influx.

Consumer behavior in Europe has seen a tilt towards personalized and experience-based consumption. The rise of e-commerce, influenced by the pandemic-induced digital push, has altered the retail landscape. Businesses are adapting by creating more tailored online shopping experiences and robust logistics systems to meet the demand for quick and efficient delivery services.

European economic trends have presented a complex array of forces for businesses to contend with. Adaptation and agility are essential for businesses to thrive in this environment. Those that embrace digitalization, invest in sustainability, navigate trade complexities astutely, and respond to demographic and consumer shifts proactively will be best positioned to capitalize on the opportunities of Europe's evolving economic landscape. The continent's economic trajectory, while uncertain in some respects, holds vast potential for businesses ready to innovate and transform in alignment with these predominant trends.

REFERENCES:

1. European Economy Institutional Papers, 2023. Available at: https://economy-finance.ec.europa.eu/system/files/2023-09/ip255_en.pdf [October 2023].

Kohut M. V.
p.o. docent Katedry
Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych i Marketingu
Lwowski Narodowy Uniwersytet Zarządzania Przyrodą

ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI MIĘDZYNARODOWYMI: NAVIGACJA POŚRÓD ZAGROŻEŃ KULTUROWYCH, LOGISTYCZNYCH I PRAWNYCH

Zarządzanie projektami międzynarodowymi wiąże się z różnorodnymi i znaczącymi zagrożeniami, które mogą wpłynąć na sukces lub porażkę przedsięwzięcia. Przede wszystkim, projekty przekraczające granice narodowe narażone są na skomplikowane wyzwania kulturowe, językowe i czasowe, które wymagają starannej koordynacji i zarządzania. Dodatkowo, różnice prawne, regulacje oraz niestabilność polityczna i ekonomiczna stanowią kolejną warstwę ryzyka, która może komplikować realizację międzynarodowych inicjatyw.

Jednym z podstawowych zagrożeń jest bariera kulturowa. Kiedy zespół projektowy składa się z członków różnych kultur, możliwe są nieporozumienia i konflikty wynikające z odmiennych sposobów komunikacji, podejmowania decyzji, negocjacji czy zarządzania czasem. Takie różnice mogą prowadzić do nieefektywności, opóźnień lub nawet kompletnego niezrozumienia zadania, co w ekstremalnych przypadkach może skutkować porażką projektu.

Bariera językowa jest kolejnym zagrożeniem. Nawet jeśli angielski jest uznawany za międzynarodowy język biznesu, nie każdy uczestnik projektu może w nim swobodnie komunikować się, co generuje ryzyko nieprecyzyjnych instrukcji, błędnych interpretacji i w rezultacie, błędów w realizacji projektu.

Zarządzanie projektami na skalę międzynarodową to także wyzwanie logistyczne. Różne strefy czasowe mogą komplikować koordynację pracy i komunikację. Zadanie to wymaga od menedżerów projektu elastyczności oraz zdolności do pracy w nietypowych godzinach, co może prowadzić do zmęczenia i wypalenia zawodowego [1].

Ponadto, przepisy prawne i regulacje w różnych krajach mogą drastycznie różnić się od siebie. Nieznajomość lokalnego prawa może prowadzić do nieświadomego naruszania przepisów, co wiąże się z ryzykiem kar finansowych czy opóźnień w realizacji projektu.

Niestabilność polityczna i ekonomiczna w niektórych regionach świata to kolejne poważne zagrożenie. W krajach, gdzie sytuacja polityczna jest niestabilna, mogą wystąpić zakłócenia w dostawach, utrata miejsc pracy lub innych zasobów krytycznych dla projektu. Fluktuacje kursowe i inflacja mogą również wpływać na koszty projektu i jego opłacalność.

Ryzyko związane z zarządzaniem jakością to kolejna istotna kwestia. Międzynarodowe projekty często opierają się na dostawach lub usługach z różnych krajów, gdzie standardy jakości mogą być nierówne. Taki rozproszony model dostaw może utrudniać kontrolę jakości i spójność finalnego produktu lub usługi.

Ochrona danych i cyberbezpieczeństwo to także kluczowe elementy zarządzania ryzykiem w projektach międzynarodowych [2]. Z uwagi na różnorodne i często niekompatybilne standardy ochrony danych w różnych jurysdykcjach, projekty te są narażone na ryzyko naruszenia danych i ataków cybernetycznych.

W związku z tym, zarządzanie projektami międzynarodowymi wymaga dogłębnej analizy ryzyka i przygotowania strategii mających na celu jego minimalizację. Ważne jest, aby menedżerowie projektów byli świadomi tych zagrożeń i mieli umiejętności oraz narzędzia niezbędne do ich efektywnego zarządzania. Tylko wtedy możliwe jest zrealizowanie międzynarodowego projektu z sukcesem, dostarczając wartość wszystkim zainteresowanym stronom.

Literatura:

1. Ткаленко С.І., 2014. Європейський проектний менеджмент: практикум. К.:КНЕУ. с.192.
2. Project Management Institute, 2013. Project Management Body of Knowledge. Available at: <http://www.pmi.org> [October 2023].

Тибінка Г. І.

доцент кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

Кузик О.

асистент кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

Губиш Т.

аспірант кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

СПІВПРАЦЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР ІЗ НЕУРЯДОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Сьогодні питання співпраці бізнес-структур із неурядовими організаціями залишається актуальним у працях великої кількості іноземних та вітчизняних вчених. Зокрема, питання співпраці розглянуто у працях Божук С. [1] та Охріменка О. [2], а також інших дослідників. Однак, на нашу думку, сьогодні існує необхідність вдосконалення теоретичних та практичних навиків, знань, вмінь, відносно створення і розвитку співпраці із неурядовими організаціями бізнес-структур.

Неурядову організацію (НУО) розглядають сьогодні як громадське об'єднання груп чи індивідів, яке бере участь у власне суспільній діяльності. За межами державних кордонів здійснюють свою діяльність міжнародні неурядові організації. Серед найвідоміших правозахисних НУО, на наше переконання, варто виділити наступні: Amnesty International (або Міжнародна амністія), International Commission of Jurist (або Міжнародна комісія юристів),

Human Rights Watch (або Нагляд за правами людини), Minority Rights Group (або Група захисту прав меншин).

Світовий банк розглядає НУО як приватні організації, які здійснюють діяльність, яка спрямована на зменшення страждань людей, захищають оточуюче середовище, відстоюють інтереси бідних, здійснюють розвиток громад, надають основні соціальні послуги.

У широкому сенсі, поняття НУО використовують щодо будь-якої неприбуткової організації, незалежної від влади. Характерними ознаками НУО є добровільність та альтруїзм.

XXI століття – це епоха НУО, за визначенням Кофі Аннана, який є Генерального секретаря ООН. Через здатність експериментувати, швидко давати реакцію на нові обставини, застосовувати інноваційні підходи, останні мають можливість визначити, озвучити існуючі проблеми, чути ті власне думки людей, що, ми вважаємо, залишилися би без уваги без них. НУО беруть на себе довгострокові зобов'язання, можуть бути посередниками між двома сторонами, схильні до сталого розвитку.

Проте, на наше переконання, відносно невеликі ресурсні та обмежені технічні можливості, слабка організація, менеджмент, обмежені перспективи розвитку сьогодні перешкоджають НУО ефективно розвиватися та вирішувати основні проблеми в Україні. Добровільна основа участі у НУО створює проблеми цілей, завдань, мотивації, відповідальності за власне вплив певної позиції чи політики, якої вони дотримуються.

НУО, ми вважаємо, розуміють, що жодна з них самостійно не зможе вирішити ці проблеми. З цієї причини НУО хочуть об'єднатися в єдині мережі, асоціації НУО, намагаються сформувати спільні цінності, що породжує єдині цілі, разом легше реалізувати спільну мету.

Програми співпраці громадських груп із неурядовими організаціями можуть суттєво вплинути на покращення середовища, в якому здійснює свою діяльність організація. У випадку залучення організаціями НУО до вирішення питань, які мають важливе значення для бізнесу, власне розочинається співпраця. Не варто, ми вважаємо, відкидати співпрацю як трату часу та неефективний засіб тільки через небажання навчитися співпрацювати з «незручними» партнерами.

Серед основних форм співпраці виділяємо наступні:

- 1) формування дорадчих органів, які складаються із представників різних груп впливу;
- 2) організація власне діалогу з різними групами впливу (насамперед із партнерськими організаціями).

Співпраця стосується не тільки великих НУО, також і місцевої громади, уряду, ініціативних груп людей. Великі організації можуть отримати вагомий ефект щодо вирішення власних екологічних та соціальних проблем. Інколи, ми вважаємо, потрібна мобілізація усіх груп разом відносно вирішення масштабних питань.

Однак, на наше переконання, складно навчитися співпрацювати із організаціями, які інколи протилежні за методами діяльності, логікою. Одним із способів вирішення вказаного питання можуть бути програми волонтерства працівників організацій. Програми, відповідно до яких працівники організації можуть працювати у соціально значущих ініціативах чи проектах НУО у робочий час, у США є особливо популярними сьогодні.

В рамках стратегії корпоративної соціальної відповідальності організації необхідно проаналізувати чим займаються інші організації, а також чого не роблять останні. Інколи необхідно направити зусилля на вирішення певної проблеми, яку інші ще не вирішили чи об'єднати зусилля для отримання найбільшої віддачі від вкладених фінансів, часу та інших ресурсів.

Бібліографічний список:

1. Божук С. Г. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник для академічного бакалаврату. 2017.
2. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. К: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

Тибінка Г. І.

доцент кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

Юрченко О. Б.

доцент кафедри обліку і аудиту

Львівський національний університет ім. І. Франка

Стойко А. С.

аспірант кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

АМЕРИКАНСЬКА МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

У сучасних умовах моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) розглядаються у працях українських та зарубіжних вчених. Зокрема, поняття партнерства досліджено у працях Божук С. [1] та Буковинської М. [2], інших дослідників. Сьогодні, ми вважаємо, існує потреба вдосконалення практичних і теоретичних навиків, вмінь, знань відносно формування і розвитку моделей КСВ.

КСВ сьогодні трактують як прозору ділову відкриту практику, яка будується на етичних цінностях, а також повазі до працівників, користувачів, акціонерів, оцінці довкілля. Серед елементів моделей КСВ виділяємо наступні: відповідальність перед державою, відповідальність перед суспільством, відповідальність перед міжнародною спільнотою, відповідальність перед

довкіллям, відповідальність перед співробітниками, відповідальність перед споживачами, відповідальність перед партнерами, відповідальність перед конкурентами. Науковці виділяють сьогодні наступні моделі КСВ: європейська модель, британська модель, американська модель, японська модель, азійська модель, українська модель.

Тривалий час в науковій літературі була думка, що КСВ – це суто американське явище. На наше переконання, тенденції добровільної допомоги зі сторони бізнесу іншим верствам американського суспільства та філантропії досить часто простежувалися в США ще в ХІХ столітті.

Природа американського підприємництва характеризується максимальною свободою суб'єктів, велика кількість галузей суспільства, ми вважаємо, залишаються саморегульованими сьогодні. До прикладу, відносини «працівник-роботодавець» трактують як предмет двостороннього договору цих сторін. Право на охорону здоров'я для американців в основному трактується як право вибору користуватися медичними установами чи ні.

В зазначених напрямках державне регулювання відноситься лише до невід'ємних основних прав членів суспільства США. Саме тому, ми вважаємо, в напрямі КСВ усі ініціативи для корпорацій добровільні сьогодні, що трактується як абсолютна відкритість власне американської моделі КСВ.

У США створена велика кількість механізмів власне безпосередньої участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства, серед яких виділяємо: корпоративні фонди, направлені на реалізацію соціальних проблем саме за рахунок бізнесу. Варто звернути увагу, що сьогодні американська професійна освіта фінансується власне приватним сектором, чого не спостерігається в жодній країні світу, що пояснюють зацікавленістю бізнесу в добровільних внесках в пенсійні, страхові фонди для своїх працівників, освіти, інші соціальні програми. У США спостерігається мінімальне втручання у приватний сектор держави. Також, у США простежується систематична участь бізнесу та/або його представників у фінансуванні некомерційних проектів.

Отже, серед напрямів КСВ американського бізнесу виділяємо наступні: захист довкілля, відповідальність за продукти компанії, захист співробітників. Заходи з КСВ реалізуються американськими корпораціями відповідно за допомогою корпоративних та благодійних фондів.

Підсумовуючи вищенаведене, виділяємо переваги американської моделі КСВ:

- проста реалізація на практиці;
- раціональність;
- рідке втручання держави;
 - ліберальність.

Серед недоліків американської моделі КСВ виділяємо наступні:

- невелике коло стейкхолдерів;
 - практично абсолютна відсутність контролю та регулювання державою спричиняє серйозні порушення зі сторони корпорацій;

- багатьом американським компаніям, акції яких на біржі котируються, притаманна, відсутність реальних господарів.

Бібліографічний список:

1. Божук С. Г. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник для академічного бакалаврату. 2017.
2. Буковинська М. П. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія. К. : Компринт, 2015. 296 с.

Томашевський Ю. М.

доцент кафедри МЕВ та маркетингу

Агрес О. Г.

**доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний університет природокористування**

ВРАЗЛИВІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ПЕРЕД РІЗНИМИ ГЕОПОЛІТИЧНИМИ ФАКТОРАМИ

Фондовий ринок є відносно молодим ринком, який активно розвивається в останні десятиліття. Це пов'язано з рядом факторів, таких як глобалізація економіки, зростання добробуту населення, розвиток інформаційних технологій тощо. Розвиток фондового ринку має позитивний вплив на економіку. Він сприяє ефективному розподілу капіталу, зростанню виробництва, розвитку підприємництва та інновацій. Однак, розвиток фондового ринку також пов'язаний з певними ризиками, такими як можливість фінансових криз, спекуляції на ринку, військові конфлікти, політичні кризи, зміни торгових угод тощо. Тому важливо, щоб фондовий ринок був добре регульованим та стабільним. А це досить складно, адже сучасний фондовий ринок є глобальною системою, яка об'єднує учасників з різних країн світу. На фондовому ринку обертаються величезні обсяги коштів, що становить значний потенціал для розвитку економіки.

Геополітичні фактори є одними з найважливіших факторів, що впливають на світову економіку та міжнародні фондові ринки. Вони можуть призвести до значних змін у цінах на цінні папери, а також до фінансових криз.

У сучасному світі геополітичні фактори відіграють ще більш важливу роль, ніж раніше. Глобалізація економіки призвела до того, що компанії стали більш залежними від зовнішнього середовища, включаючи політичну ситуацію в інших країнах. Розвиток інформаційних технологій зробив інформацію про геополітичні події більш доступною та швидкою. Це дозволяє інвесторам швидше реагувати на зміни геополітичної ситуації. Наприклад, війна в Україні, яка розпочалася в 2022 році, призвела до значного падіння цін на фондових ринках у всьому світі.

Основні геополітичні фактори, які впливають на фондові ринки, відображено в рис. 1.

<i>Війни та конфлікти</i>	<ul style="list-style-type: none">• різке падіння цін на фондових ринках через те, що інвестори стають більш обережними та починають знімати гроші з ринку
<i>Політичні зміни.</i>	<ul style="list-style-type: none">• політична нестабільність та прийняття нових законів тощо можуть призвести до зміни економічної політики, що вплине на прибутковість компаній
<i>Економічні санкції</i>	<ul style="list-style-type: none">• економічні санкції, накладені на одну країну, можуть призвести до збитків для компаній із цієї країни, а також до падіння цін на їхні цінні папери
<i>Глобальні кризи</i>	<ul style="list-style-type: none">• фінансові кризи можуть мати значний вплив на фондові ринки всього світу

Рис. 1. Основні геополітичні фактори, які впливають на фондові ринки*

**Джерело: сформовано авторами*

Щоб ефективно інвестувати на фондовому ринку, важливо враховувати геополітичні фактори. Інвестори повинні стежити за поточними геополітичними подіями та їхнім потенційним впливом на фондові ринки. Війни та конфлікти можуть призвести до зниження довіри інвесторів до інвестицій. Це пов'язано з тим, що інвестори стають більш обережними та починають знімати гроші з ринку. Крім того, геополітичні конфлікти можуть призвести до збільшення невизначеності в економіці. Це пов'язано з тим, що важко передбачити наслідки конфлікту для світової економіки. А це, в свою чергу, може призвести до зростання ризиків для інвестицій, адже конфлікт викликають погіршення економічної ситуації.

Щоб мінімізувати ризики, пов'язані з геополітичними конфліктами, інвестори повинні стежити за поточними геополітичними подіями, бути в курсі останніх геополітичних подій, щоб оцінити їхній потенційний вплив на інвестиційний клімат. Важливо також диверсифікувати свій інвестиційний портфель, щоб зменшити можливий ризик від інвестицій у конкретні країни або регіони, а також вкладати в активи, що є менш чутливими до геополітичних факторів. Наприклад, інвестори можуть вкладати в активи, такі як золото або державні облігації, які є менш чутливими до змін у політичній ситуації. Тому

геополітичні конфлікти є одним з серйозних факторів, які інвестори повинні враховувати при прийнятті інвестиційних рішень.

Ще більший вплив на фондові ринку світу та інвестиційний клімат мають економічні санкції та торговельні війни. Вони можуть призвести до падіння цін на цінні папери, збільшення невизначеності та зростання ризиків.

Звичайно урядами багатьох країн робляться спроби мінімізувати ризики пов'язані з глобальними негативними процесами для економік та фондових ринків в тому числі. Зокрема, США та країни ЄС намагаються захиститись багатьма законодавчими ініціативами. Наприклад, основним законодавчим актом, що регулює фондовий ринок у США, є Закон про цінні папери 1933 року (Securities Act of 1933). Цей закон захищає США в декількох аспектах. По-перше, він захищає інвесторів, вимагаючи від компаній, які випускають цінні папери для публічного розміщення, публікувати проспекти, в яких міститься інформація про компанію та її фінансові показники. Це дає інвесторам можливість прийняти обґрунтоване рішення про те, чи інвестувати в компанію чи ні. По-друге, закон захищає фондовий ринок, забезпечуючи прозорість інформації про компанії, які торгують на фондовому ринку з метою запобігання шахрайству та спекуляціям на фондовому ринку. Він вимагає від брокерів та дилерів, які торгують цінними паперами на фондовому ринку, реєструватися в Комісії з цінних паперів і бірж (SEC) для того, щоб брокери та дилери не використовували свою силу для отримання несправедливої переваги над інвесторами. По-третє, закон захищає економіку США, допомагаючи запобігти фінансовим кризам. Він допомагає забезпечити те, що інвестори приймають обґрунтовані рішення про те, куди вкладати свої гроші, щоб створити стабільний фондовий ринок, який може сприяти економічному зростанню.

Іншим важливим законодавчим актом є Закон про фондові біржі 1934 року (Securities Exchange Act of 1934). Цей закон регулює діяльність фондових бірж і вимагає від брокерів та дилерів, які торгують цінними паперами на фондових біржах, реєструватися в SEC. Закон також вимагає від компаній публікувати щоквартальні та річні звіти про свою діяльність. SEC також має право встановлювати правила та регулювати діяльність учасників фондового ринку. Наприклад, SEC встановлює правила щодо інформації, яку компанії повинні розкривати про себе, а також правила щодо торгівлі цінними паперами.

Уряди країн Європейського Союзу також законодавчо захищають фондовий ринок. Наприклад, основним законодавчим актом, що регулює фондовий ринок у ЄС, є Директива про ринки фінансових інструментів (MiFID II, 2014 року). Ця директива вимагає від компаній, які випускають цінні папери для публічного розміщення, публікувати проспекти, в яких міститься інформація про компанію та її фінансові показники. Проспекти повинні бути зареєстровані в Європейському органі з цінних паперів і ринків (ESMA). Іншим важливим законодавчим актом є Директива про ринки капіталу (Capital Markets Directive, 2014 року), яка регулює діяльність фондових бірж і вимагає від брокерів та дилерів, які торгують цінними паперами на фондових біржах, реєструватися в ESMA. Директива також вимагає від компаній публікувати

щоквартальні та річні звіти про свою діяльність. ESMA має право встановлювати правила та регулювати діяльність учасників фондового ринку. Наприклад, ESMA встановлює правила щодо інформації, яку компанії повинні розкривати про себе, а також правила щодо торгівлі цінними паперами.

Отже, законодавство США та ЄС мають багато спільних рис. Обидва законодавства вимагають від компаній, які випускають цінні папери для публічного розміщення, публікувати проспекти, в яких міститься інформація про компанію та її фінансові показники, вимагають від компаній публікувати щоквартальні та річні звіти про свою діяльність. Загалом, законодавство США та ЄС спрямоване на захист інвесторів і забезпечення прозорості на фондовому ринку. Досвід цих та інших країн звичайно варто застосовувати в Україні щодо фондового ринку. Це дасть додатковий захист та вирівняє розходження в розвитку українського ринку цінних паперів [3, С. 185]. Ці країни мають значний історичний досвід та напрацьовані механізми захисту та убезпечення від можливих коливань та потрясінь в цьому важливому сегменті.

Звичайно, існують і перешкоди в сліпому застосуванні досвіду цих країн. Адже, законодавство США та ЄС було розроблено з урахуванням особливостей економіки та законодавства цих країн. Застосування цього досвіду в Україні може виявитися непристосованим до українських реалій, тому краще знаходити виважені на практичні рішення, які будуть працювати над індивідуальністю фондового ринку України [2].

Основні цінні папери, якими торгуються на фондовому ринку, це державні цінні папери. Вони забезпечують достатньо прийнятний рівень дохідності та ризикованості. Тобто ризик є достатньо низьким для того, щоб приймати рішення про інвестування в такі цінні папери. Інші цінні папери, зокрема різноманітних компаній, щодо загальних торгів не перевищували 10 відсотків. Тому в Україні фондовий ринок і до початку війни був слабо розвинений, проте торгівля державними цінними паперами давала можливість здійснювати операції, перекладати свої кошти, продавати їх за певної кон'юнктури, яка була вигідна інвестору [1, С. 95-96].

Фондовий ринок України зазнав значних потрясінь у 2022 році внаслідок російського вторгнення. Індекс акцій ПФТС (провідний фондовий індекс України) знизився на 50% з початку року. Однак у другій половині року ринок почав відновлюватися, і до кінця року індекс ПФТС зріс на 15%. На кінець 2022 року на фондовому ринку України було зареєстровано 462 компанії, які випускають цінні папери. Це на 11% менше, ніж на кінець 2021 року. У першому півріччі 2023 року на фондовий ринок України вийшли 15 нових компаній. У 2022 році обсяг іноземних інвестицій на фондовий ринок України склав 2,2 млрд дол. США. Це на 35% менше, ніж у 2021 році. У першому півріччі 2023 року обсяг іноземних інвестицій на фондовий ринок України склав 1,1 млрд дол. США. Це на 17% більше, ніж у аналогічному періоді 2022 року. У 2023 році фондовий ринок України продовжує відновлюватися. Індекс ПФТС зріс на 25% з початку року. Це пов'язано з низкою факторів, включаючи: стабілізацію макроекономічної ситуації в Україні, наближення перемир'я в

Україні, зростання попиту на українські цінні папери з боку іноземних інвесторів.

На кінець жовтня 2023 року загальна капіталізація фондового ринку України становила 66,3 мільярда доларів США. Це на 25% більше, ніж на кінець 2022 року. Найбільшим сегментом фондового ринку України є ринок акцій. На кінець жовтня 2023 року загальна капіталізація ринку акцій становила 56,7 мільярда доларів США. Це на 27% більше, ніж на кінець 2022 року. Найбільшими компаніями за ринковою капіталізацією на кінець жовтня 2023 року були:

- Нафтогаз України (\$13,5 млрд);
- Приватбанк (\$12,7 млрд);
- Укртелеком (\$3,5 млрд).

На другому місці за обсягом торгів знаходиться ринок облігацій. На кінець жовтня 2023 року загальний обсяг торгів облігаціями становив 9,6 мільярда доларів США. Це на 18% більше, ніж на кінець 2022 року. Найбільшими емітентами облігацій на кінець жовтня 2023 року були:

- Нафтогаз України (\$ 3,9 млрд);
- Приватбанк (\$2,8 млрд);
- Укрдержпідприємства (\$2,2 млрд).

Фондовий ринок України має потенціал для подальшого зростання. Для цього необхідно вирішити існуючі проблеми, зокрема підвищити фінансову грамотність населення, розвинути інституційну базу та вдосконалити законодавство. Для цього необхідно провести ретельний аналіз українського законодавства та законодавства США та ЄС, щоб визначити, які положення можуть бути адаптовані до українських реалій, забезпечити широке громадське обговорення законопроектів, які будуть розроблені для адаптації законодавства США та ЄС до українських реалій та провести ефективний контроль за виконанням нового законодавства.

Літературні джерела

1. Долюк А. Фондовий ринок України в умовах воєнного часу. .актуальні питання фінансової теорії та практики. *Збірник матеріалів Десятої заочно-дистанційної наукової конференції студентів і молодих вчених*. м. Тернопіль, ЗУНУ, 26 квітня 2023 р. Ч. 1. С. 95-96.
2. Третякова О. В., Харабара В. М., Грешко Р. І. Фондовий ринок України: особливості функціонування в сучасних умовах. *Економіка і держава*. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/20.pdf
3. Шуба О. А. Особливості інтеграції фондового ринку України у світовий фондовий ринок. *БізнесІнформ*. № 4. 2021. С. 183-189.

Fediv R.D.

Senior scholar of the Department International Economic Relation and Marketing of L'viv National Environmental University

Fediv I.M.

Associate professor of the Department International Economic Relation and Marketing of L'viv National Environmental University

A DECADE OF CHINA'S BELT AND ROAD INITIATIVE IN THE WORLD OF GEOPOLITICAL INSTABILITIES AND UPHEAVALS

2023 has seen a lot of tensions around the world appearing and dangerously escalating to all out conflicts. In July coup d'état happened in Niger rich in uranium ore, indispensable for the world nuclear energy industry. On October 7th Hamas launched massive attacks on Israel putting the whole Middle East on the brink of war between forces aligned to Iran on the one side and Israel with the possible US involvement on the other. In addition to the devastating war begun by Russia against Ukraine, the mentioned conflicts aggravated the world geopolitical tensions. Global security situation under these circumstances has not become more favorable for the international development projects across the Middle East and West Africa.

However, as if it wasn't enough, Venezuelan president Nicolas Maduro arranged an extremely provocative and openly coercive referendum on the neighboring Guyana's region Essequibo to be reinstated as a territory of Venezuela on December 3. The region is rich in oil, which makes the point of Venezuelan political elite's action to be seen as driven by an ambition to grab the sparsely populated neighbor's treasure land.

The recent years have been marked by the growing ambitions of China to contribute to the modernization of the world economic order by its active foreign economic policy of growing trade and investments in countries around the globe. One of the most noticeable are Chinese infrastructure projects abroad especially in the African, Asian and a bit less Latin American countries and regions. In 2013, a vast set of projects have been compiled together by the leadership of the People's Republic of China and henceforth referred to as a grand initiative, which is now more widely known as the New Silk Road or, what was officially announced by the Chinese authorities – One belt, one road [6].

But since than Chinese economic development have seen some kind of a landing from its high above pace of GDP growth by 9-10 percent per year to only 5-6 percent which is more recurrently forecasted by international organizations for China. For example, International Monetary Fund projects China's GDP growth to end up 2023 adding only 5.4 percent. In 2024, PRC's economy is not supposed to bounce back much either. IMF projects only 4,6 percent rise for China for 2024. In addition to that, China's economic development trajectory, from the perspective of 2023, is seen by international economic institutions to slow down to 3.5 percent by 2028.

Foreshadowing these tendencies in the economy of China and taking into consideration needs for further exports support, amid national labour force costs

getting higher, the country's authorities proceeded with promoting its foreign economic policy internationally. The so-called Fifth generation of the Chinese leadership headed by the President Xi Jinping and then prime minister of China Li Keqiang, who reached the power in 2012-2013, appeared to be initiators of a new grand project in foreign economic policy of China.

In many ways, the BRI's first decade has been a startling success. More than 150 countries have signed up to the scheme, including 18 of the EU's 27 members. That helped make China the developing world's largest creditor, boosting its diplomatic and geopolitical clout. It has also brought concrete benefits to many developing countries, where roads and railways would otherwise have gone unbuilt [4].

Xi Jinping announced about the Chinese initiative to revive the legendary "Silk Road" in modern conditions in a way of implementing a projected initiative "One Belt, One Road" (OBOR) while visiting Astana on September 6-8, 2013. Specifically, the OBOR initiative consists of two complementary parts. The one is about the land way project named the "Silk Road Economic Belt" (SREB) and the second one deals with the sea and ocean ports and transport lanes infrastructure, known as the "Maritime Silk Road" [7].

In order to implement the projects within the frame of the OBOR initiative, in October 2013, Chinese party proposed that there should be founded a new Development Bank destined for financing the corresponding infrastructure projects in the involved countries. The Frame Agreement on the foundation of the respective Bank was signed in Beijing on June 29, 2015, where already 57 states invited by the PRC to grand initiative realization acceded on the terms of the Asia Infrastructure Investment Bank (AIIB) establishment [2].

The statutory capital of the AIIB was set to be USD 100 billion. Three quarters of the means should have been provided by the participating states from the Asian and Oceanian regions. In compliance to the abovementioned agreement, China was to be solely the largest bank stakeholder, contributing the respective sum of money and obtaining 26 percentage points of voting rights. That secures exclusive veto right for the PRC, since more than three quarters of the votes of the directors' board are needed to be collected to pass any amendment to the decision-making procedure or to make decisions on the specific projects implementation issues [1].

From political and geopolitical perspective, launched in 2013 as "one belt, one road", the BRI quickly became a clear expression of Mr Xi's determination to break with Deng Xiaoping's dictum to "hide our capabilities and bide our time; never try to take the lead". It seeks to make Eurasia (dominated by China) an economic and trading area to rival the transatlantic one (dominated by America). By investing in infrastructure, Mr Xi hoped to create new markets for Chinese companies, such as high-speed rail firms, and to export some of his country's vast excess capacity in cement, steel and other metals. By investing in volatile countries in Central Asia, he sought to create a more stable neighbourhood for China's own restive western regions of Xinjiang and Tibet. And by encouraging more Chinese projects around the

South China Sea, the initiative aimed to bolster China's claims in that area (the "road" in "belt and road" refers to sea lanes) [4].

Yet the BRI's progress has slowed. During the programme's early years, China lent recklessly to poor countries without proper assessments of risk. Many of those loans have now gone bad, forcing Beijing to become more cautious. China's foreign lending has been falling since 2016. Mr Xi says it will now focus on "small but beautiful" investments—a marked change of tone for a programme he once hailed as the "project of the century". Domestic disillusion partly explains the shift: China's faltering economy has made lavish spending abroad less popular among ordinary citizens. Other countries have also grown more wary of cosyng up to China as its global rivalry with America heats up. The eu has tightened rules around foreign investments in critical infrastructure, citing national-security concerns. Italy, the only G7 member to join the BRI, is expected to withdraw.

Hailed by Xi as a "project of the century," the BRI has emerged as a glaring symbol of China's rise as a global power. But it has also been viewed with growing skepticism, especially in Western capitals where governments are wary of Beijing's global ambitions [3].

The massive undertaking has been plagued by criticism. Beijing has been accused of straddling developing countries with crippling debt, while its sprawling projects have often faced concerns – and even protests – over their environmental costs, labor violations and corruption scandals.

A decade on, Xi's global building spree is at a crossroads. Chinese investment in BRI projects has tapered off as the world's second-biggest economy slows. Recipient countries are struggling more than ever to repay their debts amid global economic headwinds from the Covid-19 pandemic and the war in Ukraine.

While the BRI has provided crucial funding to poor countries – drawing comparison to America's Marshall Plan to rebuild Europe after World War II, critics say its projects have come at a cost.

Some have been accused of lax environmental and labor standards, others have being repeatedly stalled by funding shortfalls or political pushback.

Transnational infrastructure programs, which were financed mainly through bilateral loans from China's state-owned banks and other entities to recipient countries has caused the growth of BRI's volume. Belt and road initiative has reached nearly a trillion dollars of total financing (\$932 billion) between 2013 to the first half of 2022. Seventy percent of it has gone to the hard infrastructure sectors such as roads, railways, ports, airports, power stations and transmission lines [5].

At macro level, however, the confluence of factors such as pandemic, the Russia-Ukraine conflict, the worsening global economic scenario, and China's economic downturn is compounding the challenge of repositioning the future of the BRI. Two broad issues are the exposure of China's overseas loan portfolio toward debt countries and China's participation in the multilateral platform for sovereign debt restructuring.

War launched by Russia in Ukraine impacted Chinese plans as to the regional development of its BRI projects. According to some outlooks approximately 20 percent of Belt and Road Initiative original plans in 2013 would include about doing business of infrastructure development in Ukraine, Belarus and Russia. Nevertheless, Kremlins intentions and their coercive and openly aggressive implementation as to Ukraine upended the previous projections of Beijing. It worth noting that we cannot know for sure whether plans of BRI projects in the East European region are not supposed to be revitalized in the future when the war is hopefully over, but so for the projects are currently frozen [5].

Accusations that Belt and Road is a broad “debt trap” designed to take control of local infrastructure, while largely dismissed by economists, have sullied the initiative’s reputation – especially after Sri Lanka ceded control over the port of Hambantota to China after failing to repay its debt.

Chinese-built fossil-fuel power plants emit around 245 million tons of carbon dioxide per year, according to the Global Development Policy Center, which also found Chinese development finance projects have significantly higher risks to biodiversity and to Indigenous lands than projects financed by the World Bank [3].

Beijing’s cooperation with rogue regimes like an aggressive Russia seems to be another serious threat for trustworthy relations between China and the West, and shapes Western vision of BRI currently. China keeps going in purchasing Russian oil and natural gas in huge amounts, despite American and European efforts taken to carve as much of the Russian economy out of the international economy as the West is able to do in the current conditions. Beijing continues to sell low- and middle-tech goods to Russia, picking out the products with the considerable number of American parts or intellectual property in exchange for its energy and raw materials exports. China hasn’t restricted its military ties with Moscow, so far, neither limited its support in the UN Security Council.

In 2021, Xi called for the prioritization of “small and beautiful” projects, which Chinese officials suggest will appeal to local populations. Later that year, Xi pledged that China would not build any new coal-fired power projects abroad.

The BRI has also spurred other countries to increase their own efforts toward supporting infrastructure projects in the developing world.

In June 2022, leaders from the Group of Seven advanced economies promised to unleash \$600 billion in investment by 2027 to “deliver game-changing projects to close the infrastructure gap” between countries [3].

Last month, the US, Saudi Arabia, the United Arab Emirates, France, Germany, Italy and the European Union announced their own plan to link Europe, the Middle East and Asia by rail.

It is obvious that the Belt and Road Initiative as a part of China’s branded economic policy remains viable for supporting its ambitions in gaining more clout in Global South. However, the number of questions about financial sustainability of

recipient nations from Pakistan to Egypt and from Sri Lanka to Kenya is raising concerns about its core geoeconomic and geopolitical purposes for China.

Bibliography:

1. Belt and Road: China showcases initiative to world leaders. April 25, 2019. URL: <https://www.bbc.com/news/business-48047877>
2. Daniel R. Russel and Blake H. Berger. The Belt and Road Initiative. URL: <https://asiasociety.org/sites/default/files/2020-09>
3. Gan N., McCarthy S. China is celebrating a decade of the Belt and Road Initiative. What is it about? *CNN*, Mon October 16, 2023. URL: <https://edition.cnn.com/2023/10/16/china/china-bri-explainer-xi-jinping-intl-hnk/index.html>
4. How China's Belt and Road Initiative is changing. *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/the-economist-explains/2023/10/17/how-chinas-belt-and-road-initiative-is-changing?>
5. The Belt and Road Initiative at 9: Time to Reckon and Reposition. October 9, 2022. URL: <https://www.brinknews.com/the-belt-and-road-initiative-at-9-time-to-reckon-and-reposition/>
6. Fediv R.D., Fediv I.M. China's belt and road initiative development in current conditions. Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції. Dubliany, 2020. P. 21 – 25.
7. Fediv R.D., Fediv I.M. Internal and international drivers for Belt and Road Initiative. Its financial solvency and macroeconomic aspects Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції. Dubliany, 2021. P. 15 – 19.

Федів Р.Д.

Старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Львівського національного університету природокористування

ПРИЧИНИ УСПІХУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ КИТАЙСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Китай відомий на сьогодні як «Фабрика світу», що виробляє товари для споживачів та промислових клієнтів звідусіль, не одразу ж набув цього статусу. Ще чотири десятиріччя тому Китайська Народна Республіка була однією з числа найбідніших країн на Землі за рівнем ВВП на душу населення. Протягом зазначеного періоду Пекіном було реалізовано заходи в рамках національної економічної політики, які сприяли пришвидшенню економічного зростання та спричинили до величезного росту валового виробництва у країні.

Серед основних причин досягнення значимих економічних результатів КНР деякі дослідники виділяють наступні [3]:

- 1) Експортно-орієнтована промислова політика.
- 2) Градуалістський (поступальний) підхід до реформ.
- 3) Стійкість і стабільність політичної системи.
- 4) Технологія в обмін на ринок, яка передбачала уступку частини вітчизняного ринку транснаціональним корпораціям в обмін на передачу Китаю іноземних технологій.
- 5) Занижений курс юаня.
- 6) Дешева робоча сила.

На підтвердження вищезазначеного варто зазначити, що згідно з даними Національного бюро статистики Китаю, протягом 1979-2017 рр. середній темп економічного зростання країни становив 9,5%, що значно перевищувало світовий показник у 2,9%, а також показники найбільш розвинених економік світу. Саме Китай до останнього часу був основним рушієм глобального економічного зростання. Протягом 1979-2017 рр. на Китай припадало 18,4% світового економічного зростання щорічно, і за цим показником Китай поступається лише США. У 2017 році на Китай припало на 27,8% світового економічного зростання більше, ніж у Сполучених Штатів і Японії разом. Однак у 2018 році китайська економіка продемонструвала найповільніше зростання за останні 28 років: 6,6% з переглянутих 6,8% в 2017 р. Серед причин спаду можна назвати: торговий конфлікт із США, проблеми в сферах інвестицій та споживання. Проте незважаючи на це, Китай продовжує займати 2 місце за рівнем економічного розвитку станом на 2023 рік. Втім, темпи зростання ВВП КНР продовжили зазнавати сповільнення. У 2019 році ВВП зріс на 6,1%, а в умовах пандемії коронавірусу темп знизився до 2,3%, що було рекордно низьким показником за 45 років. Водночас, у 2021 році на хвилі відновлення економіка КНР зростає найвищим темпом за десятиріччя – 8,1%. Втім, у 2022 році постковідне відновлення економіки не продовжилось очікуваними темпами, досягнувши лише 3%. Економіка Китаю у 2023 році станом на третій квартал не досягає 5% зростання ВВП [2].

Розвиток китайської економічної інтеграції у світову економіку відбувався поступово, а економічний ріст тих років був забезпечений, в тому числі, і реалізацією певних кроків економічної політики уряду. Зокрема, у фазі «до вступу у СОТ» – 1980 по 2001 рік стратегія розвитку торгівлі Китаю складалася з чотирьох етапів: протягом 1980-1983 рр. тривав період «імпортозаміщення та маржинального стимулювання експорту». Після нього виділяють період «стимулювання експорту, що нейтралізує імпортозаміщення» (1984-1990 рр.), надалі - «стимулювання експорту та лібералізація зовнішньої торгівлі» (1991-1993 рр.). ну і зрештою: «радикальна лібералізація торгівлі» протягом 1994-2001 років [3].

Коригування торговельної політики Китаю допомогло йому вийти із кризи 2009 року краще за інші держави і покращити свої показники у міжнародній торгівлі. З поступовим відновленням світової економіки та

зовнішнім попитом, зовнішня торгівля Китаю з 2011 року почала стрімко зростати.

Впродовж подальших періодів часу китайське керівництво звернуло увагу на ряд необхідних кроків щодо подальшого реформування економіки та якісного покращення регулятивних норм у певних сферах.

У грудні 2016 року Китай опублікував план захисту та використання прав інтелектуальної власності протягом 13-го п'ятирічного періоду (2016-2020 рр.), закликаючи до подальшого поглиблення реформи в галузі прав інтелектуальної власності. У березні 2017 року уряд Китаю, взявши до уваги нові розробки, дав свої рекомендації щодо посилення боротьби з порушеннями і вже у квітні був опублікований план судового захисту прав інтелектуальної власності, в якому визначено керівні принципи, цілі та ключові заходи судового захисту прав інтелектуальної власності. Останніми роками Китай домогся помітного прогресу в судових справах щодо прав інтелектуальної власності. У порівнянні з 2016 роком, випадки подачі судових позовів щодо захисту прав інтелектуальної власності першої інстанції збільшилися на 46% відповідно у 2017 році. Судовий захист стає все дедалі важливішим засобом захисту інтелектуальної власності в Китаї [3].

В 2018 році Китай опублікував комплексну програму щодо створення пілотної зони вільної торгівлі на острові Хайнань до 2020 року, де повинні були бути реалізовані пілотні проекти з реформ у сфері формування нової системи економіки відкритого типу, інноваційного розвитку індустрії послуг і прискореного перетворення урядових функцій, втім ці плани були суттєво скориговані під впливом жорстких заходів боротьби з пандемією коронавірусу 2020-2021 рр. Втім, провінція Хайнань все ж повинна буде виробити оригінальні пробні заходи з розвитку лікувально-оздоровчої галузі, культурного туризму та екологічного розвитку [4].

Відомий багатьом проєкт КНР – «Ініціатива Поясу та Шляху» також стала частиною зовнішньоекономічної політики Китаю. Восени 2013 року Президент Сі Цзіньпін запропонував у Казахстані та Індонезії будівництво «Економічного поясу Шовкового шляху» та «Морського шовкового шляху 21 століття», відомих надалі як ініціатива «Один пояс один шлях», а з 2019 року – «Ініціатива Поясу та Шляху». На, поки що, піковому для себе етапі у 2021 році будівництво проектних інфраструктурних об'єктів мало потужну підтримку, а учасниками самітів Ініціативи були представники з понад як 150 країн і міжнародних організацій по всьому світу. «Ініціатива Поясу та Шляху» бере початок у Китаї, але можливості та вигоди, які вона приносить, мали б належати світу, хоча критика Ініціативи посилилась протягом останніх років, і тепер вона тлумачиться більше як геополітичний, аніж економічний напрямок зовнішньої активності КНР [5].

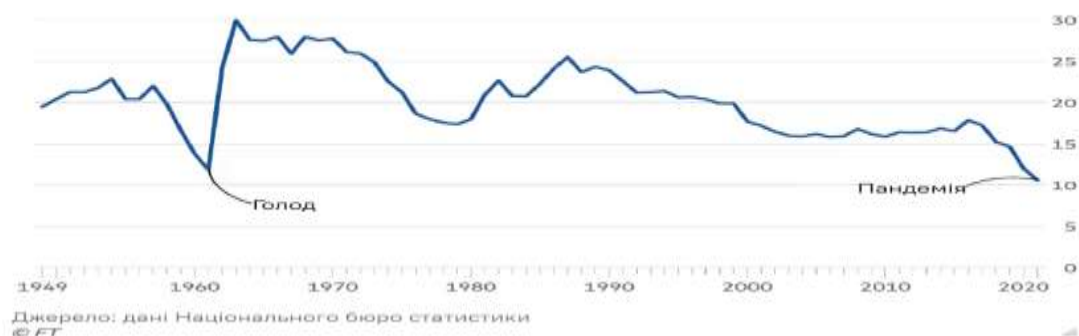
Одним із важливих факторів, які забезпечували протягом останніх кількох десятиріч економічне зростання КНР, була обширна та дешева робоча сила. Чимало закордонних компаній переміщували свої працевістки виробництва до Китаю з метою набуття цінових конкурентних переваг на міжнародних ринках.

Воно й не дивно. Ще донедавна поширеним було твердження, що кожний п'ятий житель планети є громадянином Китаю. Величезна кількість населення, з одного боку, передбачала наявність велетенських трудових ресурсів. Проте, з іншого вона, певною мірою, була перешкодою для підвищення прибутків населення, створювала свої особливості у забезпеченні такої кількості населення продовольством та житлом, знижуючи можливості індивіда працевлаштуватись з якомога більшою вигодою для себе.

Китай і надалі має величезний внутрішній споживчий ринок з його майже півтора мільярдним населенням. Втім, на сьогодні населення Китаю становить менше 18% від світового. Інвестування в китайську економіку залишається однією зі стратегій іноземних підприємств для одержання доступу на китайський ринок, а також виробництво у Китаї товарів для експорту звідти на міжнародні ринки, хоча це натеper стосується тільки певних галузей. Саме ця причина, а не пільговий інвестиційний режим у країні, стала головною для приходу в Китай більшості (400 з 500 найбільших) ТНК світу

З 1960-х рр. XX ст. у країні проводилася специфічна демографічна політика. Вона виявилася ефективною, виходячи з її цілей: природний приріст населення за понад пів століття скоротився втричі, і це при зростанні загальної кількості населення. Для природного руху населення характерні зниження коефіцієнтів народжуваності та смертності. Нині вони становлять відповідно 12,4 осіб/тис. та 7,7 осіб/тис. Природний приріст зменшився до 4,6 осіб/тис. За рівнем народжуваності, на одну жінку припадає усього 1,6 дитини при нормі відтворення у 2,1. Китайці почали пізніше брати шлюб: чоловіки – у середньому одружуються у 26 років, а жінки – у 24 роки. Демографічний перехід спричиняє низку проблем, серед яких, однією з найважливіших є старіння нації та зростання частки людей пенсійного віку порівняно з кількістю осіб працездатного віку. Середній вік населення Китаю, хоча і менший, аніж у Японії або країнах Європи, але становить 37,1 року. За медіанним показником, вік населення Китаю становить 39,0, а от у США – 38,1. Тобто, на сьогодні у Китаї уже більше людей літнього віку у структурі населення, аніж у Сполучених Штатах Америки. Тривалість життя у КНР становить 75,4 років.

Народжуваність у Китаї, млн осіб



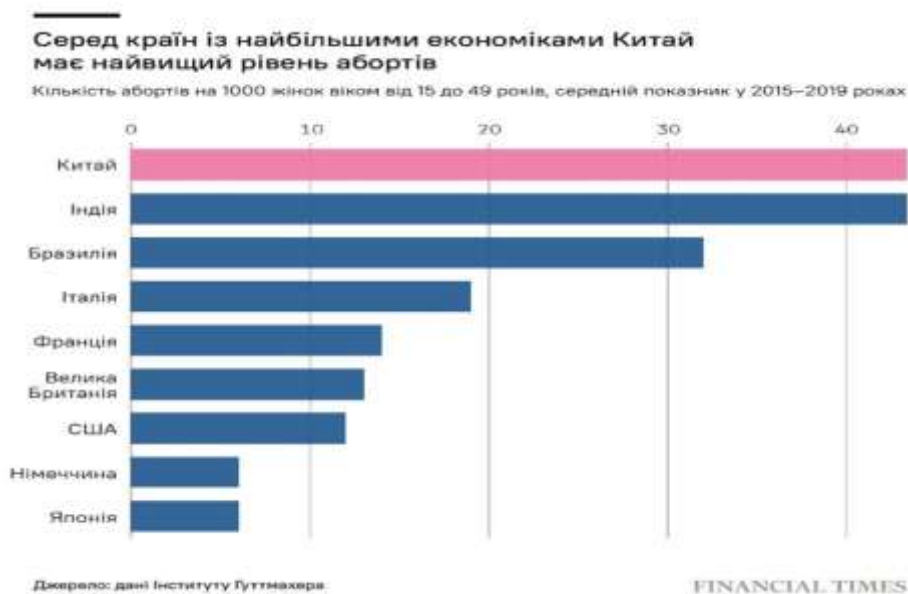
Такі демографічні тенденції, які стали результатом, прийнятої на початку 1980-х років політики «Одна сім одна дитина», стимулювали зміни у партійній

лінії щодо питання регулювання народжуваності у країні. З 2013 року у Китаї було дозволено мати дві дитини у сім'ї, якщо один з батьків не мав братів чи сестер від народження. З 2015 року всім одруженим парам було дозволено мати по дві дитини, а у 2021 році китайська влада дозволила сім'ям мати до 3 дітей, таким чином, демографічну політику було суттєво лібералізовано. Попри те, прогнозується, що до 2050 року частка людей пенсійного віку у Китаї, за умови збереження поточних демографічних тенденцій, складатиме 25% [1].

Втім, народжуваність у країні ці заходи підвищити, поки що, не змогли. Народжуваність в Китаї продовжує знижуватись. За час правління Сі Цзіньпіна з 2012-го по 2021-й кількість немовлят, які з'являлися на світ щороку, впала на понад 45%, з майже 18 млн до 10,6 млн [1].

У 2016-му Пекін вкотре зменшив контроль за народжуваністю, а сумнозвісну політику однієї дитини послабили. Місцеві уряди збільшили тривалість декрету для матерів і запропонували пільги для молодих батьків.

Китай, у якого найвищий рівень абортів серед великих економік, вже посилив контроль над абортами з немедичних причин. Експерти вважають, що уряд КНР може вжити [ще жорсткіших заходів](#) щодо обмеження доступу жінок до процедури аборту.



Поруч з тим, варто зауважити, що трудові ресурси Китаю вирізняються поступово зростаючим освітньо-кваліфікаційним рівнем. У країні розвинулась потужна власна система освіти. Водночас, уряд все ще сприяє навчанню китайських студентів за кордоном, особливо в США та Японії, де вони до останнього часу набували та привозили на батьківщину цінні знання і навіть розвідувальні дані. Все ще надлишок робочої сили стримує швидке зростання заробітної плати, хоча дешева робоча сила більше не є порівняльною перевагою Китаю, адже у сусідніх В'єтнамі, Таїланді, Індії, Індонезії та на Філіппінах працівники готові працювати за менші кошти, аніж китайські громадяни.

У 2023 році зростаюча геополітична напруга у відносинах між США та КНР, а також поступова зміна місця Китаю у міжнародному поділі праці спричинили до першого за останні три десятиріччя скорочення обсягу прямих іноземних інвестицій, накопичених у країні. Це означає, що цей рік став не тільки роком переходу глобальної демографічної пальми лідерства до Індії, але й роком, коли чимало західних компаній скоротили свою присутність та почали виводити свій капітал з Китаю.

Бібліографічний список:

1. Демографічна криза Китаю. Financial Times пояснив зворотній бік політики однієї дитини. *Журнал Forbes Ukraine*. URL: <https://forbes.ua/svit/demografichna-kriza-kitayu-zvorotniy-bik-politiki-odniei-ditini-financial-times-03102022-8742>
2. Економіка КНР: перспективи та виклики. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/ekonomika-knr-perspektyvy-ta-vyklyky>
3. Стегней М.І., Король М.М., Парлаг С.В. Особливості зовнішньоторговельної політики Китаю в сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. Випуск № 20 / 2019. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/25210/2/Король-Парлаг-стаття.pdf>
4. Gan N., McCarthy S. China is celebrating a decade of the Belt and Road Initiative. What is it about? *CNN*, Mon October 16, 2023. URL: <https://edition.cnn.com/2023/10/16/china/china-bri-explainer-xi-jinping-intl-hnk/index.html>
5. Fediv R.D., Fediv I.M. Internal and international drivers for Belt and Road Initiative. Its financial solvency and macroeconomic aspects Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції. Dubliany, 2021. P. 15 – 19.

Ярмола К.М.
аспірант кафедри менеджменту організацій
Національного університету «Львівська політехніка»
Науковий керівник – д.е.н., проф. Чухрай Н.І.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Особливості введення бізнесу у сучасному суспільстві зумовлені, насамперед, глобалізацією та швидкою зміною умов середовища функціонування. Використання традиційних (не гнучких) цілей, процесів та ресурсів, робить підприємства не гнучкими до змін та не здатними конкурувати на ринку. Для того, щоб бути успішними, компаніям потрібно відмовлятися від

застарілих способів ведення та шукати нові [1]. Останніми роками особливою увагою користується реінжиніринг бізнес-процесів (BPR).

Розглядаючи реінжиніринг бізнес-процесів доцільно визначити сутність поняття бізнес-процес. За М. Портером [2] бізнес-процес - це сукупності різних видів діяльності, у межах яких на вході використовуються один чи більше видів ресурсів, а у результаті такої діяльності на виході створюються продукти, які мають цінність для споживача.

О. Виноградова [3] визначає бізнес-процес як сукупність взаємопов'язаних завдань (дій), що мають певні входи (необхідні ресурси) і виходи (результат), які є цінністю для споживача (внутрішнього або зовнішнього), зосереджене на безпосередній орієнтації задоволеності клієнта, але не відображає основ бізнес-процесів, що виконуються всередині підприємств чи відділів.

Варто зазначити, що «вихід» одного бізнес-процесу є «входом» для іншого процесу або діяльності. Тобто, якщо підприємство надає туристичні послуги, то входом першого бізнес-процесу є трудові та інформаційні ресурси, в результаті використання яких формується туристичний продукт. Тут туристичний продукт виступає «виходом». Наступний бізнес-процес передбачає реалізацію даного продукту туристичному агенту. Тут туристичний продукт виступає «входом» бізнес-процесу, який завдяки рекламі та засобам просування продається клієнту, що є «виходом» туристичного агента.

Реінжиніринг бізнес-процесів - один з підходів до управління змінами. Основоположниками даного підходу вважаються М. Хаммер та Дж. Чампі, які дають наступне визначення реінжинірингу бізнес-процесів [4] - це фундаментальне переосмислення та радикальне перепроєктування бізнес-процесів з використанням інформаційних технологій для досягнення значного покращення в ключових сферах продуктивності, таких як якість, вартість і швидкість.

На думку науковців Аттаран і Вуд реінжиніринг бізнес-процесів є прагненням організації до вдосконалення, шляхом швидкого та значного підвищення ефективності [5].

Основними елементами реінжинірингу є фундаментальна модернізація робочого процесу, додавання цінності для кінцевих клієнтів, інтеграція міжфункціональної спеціалізації та використання інформаційних технологій [6].

Стратегічне значення реінжинірингу полягає в управлінні організаційними змінами, адже він формує нове бачення або стратегію [7]. Метою реінжинірингу є надання позитивних результатів для підприємства. До останніх можна віднести покращення показників ефективності, зокрема вартість, продуктивність, обслуговування, задоволеність клієнтів і швидкість [1]. У випадку туристичних підприємств, реінжиніринг може бути важливим для адаптації до змін в галузі та задоволення зростаючих очікувань клієнтів.

Реінжиніринг бізнес-процесів туристичних підприємств можна визначити як процес перегляду та оптимізації ключових процесів, які впливають на

надання туристичних послуг і задоволення клієнтів, з метою покращення якості обслуговування, зниження витрат та збільшення конкурентоспроможності на ринку.

Напрямами реінжинірингу туристичних підприємств можуть стосуватись таких аспектів: бронювання та обслуговування клієнтів, маркетинг та продажі, ланцюжок постачання та партнерства, внутрішній управлінський процес, використання технологій, підвищення якості обслуговування тощо. Детальна характеристика кожного з аспектів наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Напрямки реінжинірингу бізнес-процесів туристичних підприємств

Аспект реінжинірингу	Характеристика змін
Бронювання та обслуговування клієнтів	Переосмислення процесу бронювання. Автоматизація процесу підтримки клієнтів. Запровадження ефективних систем взаємодії з клієнтами під час усього туристичного відпочинку.
Маркетинг та продажі	Використання інноваційних методів маркетингу та просування для залучення нових клієнтів. Підвищення персоналізації пропозицій та акцій для різних сегментів.
Ланцюжок постачання та партнерства	Оптимізація ланцюжка постачання для забезпечення якості послуг та зменшення часу обслуговування. Розвиток стратегічних партнерств для розширення пакетів послуг та географії обслуговування.
Внутрішній управлінський процес	Переосмислення внутрішніх процесів, таких як управління персоналом, фінанси та адміністрація. Запровадження ефективних систем управління, що покращують роботу команд та зменшують бюрократію.
Використання технологій	Впровадження сучасних технологій для автоматизації процесів та поліпшення взаємодії з клієнтами (системи онлайн-бронювання, мобільні додатки, аналіз даних тощо). Застосування блокчейн-технологій для підвищення безпеки даних клієнтів та прозорості в області транзакцій, бронювань і обміну інформацією.
Підвищення якості обслуговування	Зосередження на покращенні якості послуг та створенні унікального туристичного досвіду. Надання інноваційних послуг та ексклюзивних пропозицій для залучення та утримання клієнтів.

Застосування реінжинірингу у діяльності туристичних підприємств надає чимало переваг. Ключові переваги та результати від проведення реінжинірингу туристичних підприємств наведені на рис. 1.

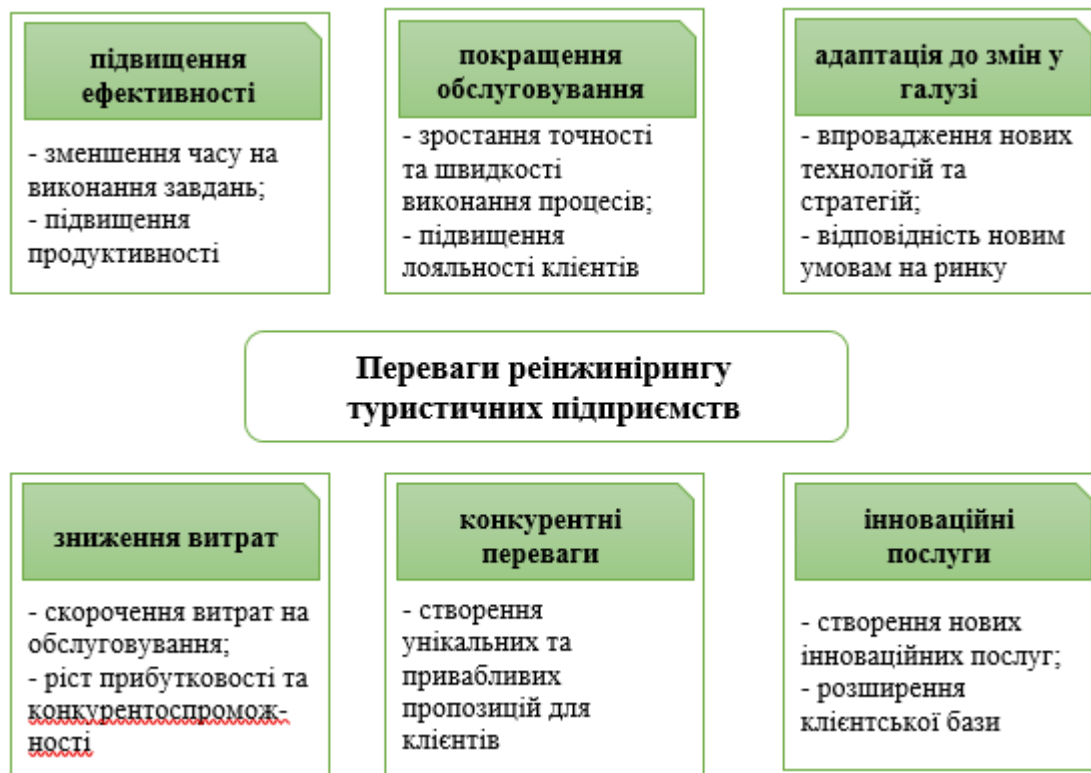


Рис. 1. Ключові переваги та результати від проведення реінжинірингу туристичних підприємств

Проведення реінжинірингу бізнес-процесів у туристичних підприємствах є складним процесом. Туристичні підприємства відрізняються від інших видів своєю специфікою, особливість їх діяльності полягає в тому, що вони пропонують комплекс послуг і виступають як посередники, які координують інші види діяльності (готельний бізнес, транспортні компанії, ресторани тощо) для створення повноцінного туристичного продукту для своїх клієнтів [8].

Загальна результативність реінжинірингу сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичного підприємства в галузі, що особливо важливо в умовах сучасного динамічного ринкового середовища. Реінжиніринг бізнес-процесів може допомогти туристичним підприємствам стати більш гнучкими, ефективними та конкурентоспроможними в умовах швидких змін на ринку та зростаючих очікувань споживачів.

Бібліографічний список:

1. Goksoy, A., Ozsoy, B., Vayvay, O., 2012. Business Process Reengineering: Strategic Tool for Managing Organizational Change an Application in a Multinational Company. *International Journal of Business and Management*, 7(2), pp. 89-112.
2. Porter, M. E. 1985. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.

3. Виноградова, О.В., 2006. *Реінжиніринг торговельних підприємств: теорія та методологія*. Доктор наук. Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського.
4. Hammer, M., 1990. Reengineering Work: Don't automate, obliterate. *Harvard Business Review*, 69 (4), pp. 104-112.
5. Attaran, M., Wood, G., 1999. How to succeed at reengineering. *Journal of Management Decision*, [online] 37(10), pp. 752-757. Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/00251749910302845>.
6. Reijers, H., Mansor, S., 2005. Best practices in business process redesign: an overview and qualitative evaluation of successful redesign heuristics. *Omega*, 33, pp. 282-306.
7. Thyagarajan, V., Khatibi, A., 2004. BPR - A tool for managing the change. *The Journal of Human Ecology*, [online] 15(1), pp. 57-61. Available at: <https://doi.org/10.1080/09709274.2004.11905667>
8. Мельниченко, С.В. та Шенкова К. А. 2015. *Управління бізнес-процесами в туризмі*. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет.

СЕКЦІЯ 2

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗЕЙ ТА РЕГІОНІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Бінерт О.В.
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого
Львівський національний університет природокористування
Бицька А.Т.
здобувач вищої освіти, МО-21

РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Процеси трансформаційних змін в розвитку територіальних економічних систем набувають актуалізації в умовах розширення міжнародної економічної інтеграції. Результативність інтеграційних підходів у розвитку територіальних економічних систем залежить від ефективного використання пріоритетних переваг територіального поділу праці, природно-ресурсного потенціалу територій та мінімізації ризиків їх дивергентних процесів, які передусім через фінансово-економічні проблеми сприяють, або не сприяють розвитку територій та можливості їх інтеграції у міжнародний економічний простір.

В умовах інтеграції постає необхідність пошуку ефективних механізмів функціонування територіальних економічних систем на різних рівнях їх

розвитку з метою забезпечення стійкого економічного зростання країни та її регіонів.

Поглиблення ринкових процесів і умов господарювання формує основу економічних інтеграційних процесів, що обумовлюються прямими економічними зв'язками, передусім на рівні первинних суб'єктів економічної діяльності, які, розвиваючись, забезпечують поступове об'єднання господарств. Відмічений процес внутрішньої інтеграції можливий за наявності тісних економічних зв'язків між різними елементами (територіальними суб'єктами господарювання, підприємствами тощо) територіальної системи, що відбувається на мікрорівні. [2]

Рівень міжтериторіальної або міжрегіональної співпраці як важливої складової інтеграційного процесу взаємообумовлюється узгодженою діяльністю спрямованою на формування відносин між територіальними общинами та органами влади двох або більше договірних сторін, включаючи укладання між територіальними общинами та органами влади інших держав угод про співробітництво. Міжрегіональну економічну інтеграцію, І. Сторонянська розглядає як процес зближення, взаємопроникнення і зрощення відтворювальних процесів суб'єктів господарювання двох і більше регіонів, що перетворює їх на цілісний господарський механізм, на міжрегіональну економічну систему.

В. Євдокименко інтерпретує міжрегіональну економічну інтеграцію як процес поглиблення різноманітних виробничо-ресурсних взаємозв'язків між суб'єктами регіональної економіки на умовах взаємовигідності, виділяючи інтеграцію на рівні органів влади і на рівні підприємств. Більш широко рівень інтеграційних процесів розглядає Н. Мікула, обґрунтовуючи транскордонне співробітництво як співпрацю суміжних територій сусідніх держав, де визначальним є наявність кордону між співпрацюючими територіями. Дослідження економічних наукових течій обґрунтовує наявність різних видів інтеграційних утворень, від найменших, які представлені сільськими територіями, до найбільших – у вигляді об'єднаних міських агломерацій. Отже, за рівнем інтеграції виділяють внутрішньорегіональну (внутрішньотериторіальну), міжрегіональну (міжтериторіальну), транскордонну та міжнародну інтеграцію. [3]

За напрямом виділяють: горизонтальну інтеграцію, що передбачає об'єднання підприємств, які діють в одній галузі, на одному галузевому ринку; вертикальну інтеграцію як об'єднання компаній, що функціонують у різних галузях, але пов'язані між собою послідовними стадіями виробництва або обігу. За сферою інтеграційних процесів пропонується виокремити виробничу, інноваційну, зовнішньоекономічну та інституційну інтеграцію. Інституційним типом інтеграції є сфера об'єднання, де ініціаторами виступають державні структури окремих регіонів.

У своїй праці „Міжрегіональна та міжнародна торгівля” Б. Олін розробив теорію спеціалізації країн, згідно якої існує подібність умов торгівлі як на міжнародному так і на регіональному рівнях, що визначає умови інтеграції та

спеціалізації із врахуванням відповідних особливостей. Маючи спільні фактори виробництва, які визначають спеціалізацію економіки регіону, території мають змогу створювати інтеграційні утворення різних форм, які виходять на зовнішні ринки, зокрема концерни, консорціуми, холдинги, корпорації, спільні підприємства, фінансові групи тощо. [2]

Прикордонність територій обумовлює окрему специфічну групу інтеграційних утворень об'єднуючи їх за просторовим охопленням, зокрема: кластери, як групу географічно близьких і взаємопов'язаних організацій, що діють у певній сфері та взаємодоповнюють одна одну; єврорегіони, як форму співробітництва між органами місцевої влади адміністративно-територіальних одиниць різних держав; спеціальні (вільні) економічні зони, що поєднують певну територію, на якій запроваджуються пільгові митні, валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних і фізичних осіб. Доцільно доповнити наведену вище типологію інтеграційних утворень територіальних систем окремими класифікаціями, до прикладу за умовами досягнення, де можна виокремити ефективну інтеграцію, яка дозволяє забезпечити приріст ВВП і неефективну інтеграцію, що не в змозі забезпечити позитивний приріст ВВП, а також за інтенсивністю її формування: високого і низького рівня інтеграційного спрямування. [1]

Узагальнення наукових підходів до обґрунтування теорій та концепцій інтеграції дозволяє зробити висновок про те, що типологію інтеграційних утворень територіальних систем слід розглядати комплексно, де кожна з ознак доповнює характеристики інтеграції та стане передумовою регулювання процесів конвергенції та інтеграції відповідних територій. При цьому інтеграційні процеси є важливою складовою розвитку територіальної економічної системи як у межах країни, так і на міжнародному рівні, оскільки сприяють вирівнюванню економічного розвитку територій, розбудові соціальної сфери, вирішенню низки екологічних проблем. Водночас міжнародні інтеграційні процеси позитивно впливають на політичні відносини між країнами, активізуючи міжнародне співробітництво, зміцнюючи культурні зв'язки, пом'якшуючи візовий режим, що в цілому сприяє забезпеченню збалансованого соціально-економічного й екологічного розвитку територіальних систем, а вибір напрямів спеціалізації, сфер, глибини інтеграції як складових національної концепції інтеграції повинен зумовлюватися винятково територіальними та національними інтересами.

Бібліографічний список:

1. Гончаренко Н. І. Особливості функціонування світового ринку інформаційних технологій в умовах трансформаційних змін глобального економічного середовища. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Вип. 7. 2018. С. 95-100.
2. Макарова О. В. Соціальна політика в Україні : монографія / Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. Київ, 2015. 21 с.

3. Попов І.В. Вплив цифрових технологій на бізнес процеси підприємства. Економіка і суспільство, 4. 2019. С. 29–36.

Зеліско Н.Б.
доцент кафедри підприємництва та торгівлі
Львівський національний університет природокористування

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

Важливе місце у забезпеченні інноваційного розвитку країни займає агропромисловий комплекс, значною мірою робота якого залежить від стану галузі загалом, розвитку та стабільності функціонування її складових в умовах посилення глобалізаційних викликів у світі. В умовах політичної та воєнної нестабільності в Україні роль персоналу та чутливість до загроз аграрної галузі зростає. Поряд з іншими компонентами економічної безпеки, продовольча безпека складає базис економічних відносин, створюючи умови для виробництва валового внутрішнього продукту. Нині актуалізується проблема підвищення продовольчої безпеки, зокрема доступність продуктів харчування для життєвого споживання не тільки в Україні, але й світі.

В умовах глобалізації завданням аграрного підприємства є забезпечення зростання конкурентоздатності в сучасних умовах господарювання. На формування персоналу та підвищення його конкурентоспроможності з різною силою, спрямованістю та інтенсивністю впливають як внутрішні чинники, пов'язані з особливостями трудового потенціалу особистості, так і різноманітні зовнішні чинники, що діють за межами індивіда на мікро-, мезо-, макро-та міжнародному рівнях. В результаті позитивного або негативного впливу тих чи інших чинників конкурентні переваги працівників стихійно або цілеспрямовано змінюються (нарощуються або зникають), приводячи до багатовекторності процес розвитку конкурентоспроможності персоналу в цілому. Виходячи з такого підходу, підвищення конкурентоспроможності персоналу розглядається в якості результуючої суми векторів від дії сукупності внутрішніх чинників (на рівні особистості) і зовнішніх чинників (поза межами індивіда) [5].

Конкурентоспроможність персоналу – це складна економічна категорія, що визначає здатність працівників генерувати ідеї, розробляти й швидше за конкурентів впроваджувати інновації, якнайкраща відповідність вимогам роботодавців за рівнем знань, умінь, навичок, спроможність найкращим чином докласти особистісні, професійні та ділові якості й повною мірою реалізувати власний потенціал, а також вміння ефективно виконувати управлінські функції та своєчасно приймати рішення [4].

Здатність персоналу підприємства адаптуватись до змін зовнішнього та внутрішнього середовища швидше, ніж конкуренти, навчатись і розвиватись

стає надійним джерелом його соціальних, стратегічних і економічних переваг. Інноваційний розвиток підприємства, у тому числі й аграрної галузі, вимагає сьогодні як поглиблення професійно-кваліфікаційного рівня працівників, так і його постійного удосконалення, що в кінцевому рахунку веде до посилення конкурентних позицій підприємства на ринку. Так, якщо знання випускників на початку ХХ століття знецінювались через 30 років, у кінці століття – через 10, то сучасні фахівці повинні перенавчатись через кожні 3-5 років. За прогнозами науковців, найближчими роками середній рівень освіти зросте до 13,5%, більше половини створених робочих місць вимагають середньої спеціальної освіти, а більше третини – вищої [2].

Узагальнення практики функціонування підприємств та аналіз сучасної економічної літератури дозволив сформулювати основні принципи зміни характеристик персоналу при формуванні конкурентоспроможності персоналу: принцип системності; принцип направленості; принцип підлеглості; принцип обумовленості; принцип неперервності; принцип випереджаючого розвитку; принцип єдності оцінки та розвитку персоналу; принцип узгодження інтересів підприємства та окремого працівника; принцип «людського капіталу».

Аналітичне дослідження готовності персоналу до змін свідчить, про його неготовність до використання різного роду інновацій, що пов'язано з побоюванням змінювати звичний спосіб життя, небажанням на додаткове навчання без матеріальної вигоди та стимулювань [3].

Серед заходів, які б сприяли інноваційному розвитку підприємств аграрної сфери та конкурентоспроможності їх персоналу виділимо наступні:

- активізація фінансування інноваційної діяльності підприємств;
- створення сприятливого бізнес-середовища та інфраструктури для діяльності підприємств - формування інфраструктури для підвищення мобільності висококваліфікованої робочої сили;
- створення умови для приваблення іноземного капіталу для фінансування діяльності українських підприємств щодо впровадження інтелектуальних та науково-технічних ресурсів у сільськогосподарському виробництві;
- розробка та забезпечення реалізації державної програми з розвитку банківського кредитування інноваційної діяльності аграрних підприємств;
- стимулювання власних розробок підприємств, що дозволить їм виходити на ринки не лише з продукцією, виробленою з використанням інтелектуальних та науково-технічних ресурсів, але й з правами на такі ресурси. Це дасть змогу збільшити власні прибутки, які можуть бути реінвестовані у подальші наукові дослідження, та впровадження їх результатів у виробництво тощо [1].

Важливою умовою управління економічною ефективністю аграрних підприємств є оцінювання стану та перспектив їх розвитку, що потребує проведення оцінки продуктивності кадрового забезпечення. Крім того, продуктивність кадрового забезпечення аграрного підприємства постає

інтегральним показником ефективності ведення бізнесу, а отриманий результат оцінки дає підстави для зміни чи певного корегування напрямів управлінської діяльності суб'єкта господарювання.

Життєдіяльність кожної людини, домогосподарства, колективу, соціальних груп, спільнот аж до планетарного масштабу буде відбуватися за іншими, поступідеміологічними сценаріями, у яких лише частково збережеться те, що було до COVID-19 і його подальших мутацій (проявів). За цих умов життєво важливо опанувати мистецтво балансувати між збереженням життя людей і відновленням, запуском, економіки, не боятися змін і бачити не лише втрати, а й нові можливості для розвитку, шукати нові, нетрадиційні, опори економічного і суспільного поступу. А це означає, що уряд, бізнесові структури, усі соціальні партнери від регіонального, національного і аж до наддержавного мають орієнтуватися на розробку і реалізацію довготермінової стратегії економічного, соціально-трудоного розвитку.

Питання розвитку людського капіталу одне зі стратегічних для провідних країн. В Україні теж важливо змінювати національну стратегію у ставленні до людини та її трудового потенціалу, навчати фахівців, зважаючи на запити ринку праці, сприяти набуттю ними сучасних компетентностей. А головне – відійти від прагматичної політики до інтелектуальної, що ґрунтується на інноваціях, тобто дивиться у завтрашній день.

Бібліографічний список:

1. Гурська І. С., Герчанівська С. В. Система управління персоналом як основа забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. Том 1 № 47. С. 69-79.
2. Зелінська Г.О., Андрусів У.Я. Глобалізаційні виклики та конкурентоспроможність персоналу підприємства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2021. Вип. 2. С. 29-32.
3. Розвиток ринку праці в умовах глобалізаційних зрушень: виклики для України: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 27 квітня 2023 року) / за заг. ред. С. П. Калініної. Київ: МДУ, 2023. 132 с.
4. Dovgal O. V., Kravchenko M. V., Demchuk N. I., Odnoshevnaya O. A., Novikov O. Y., Andrusiv U. Y., Popadynets I. R. Methods of competitiveness assessment of agricultural enterprise in Eastern Europe. *Regional Science Inquiry*. 2017. 9(2). P. 231-242
5. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., & Popova, N. Competitiveness of the company on the market: Analytical method of assessment and the phenomenon of the impact of corruption in Ukraine. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. 14(1). P. 103-110.

Марків Г.В.
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний університет природокористування

ВПЛИВ ВІЙНИ НА АГРОСЕКТОР УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ

Унаслідок повномасштабної війни, розв'язаної росією, економіка України зазнала значних втрат.

Сукупно, за [даними](#) репрезентативного опитування [1], 9,9% підприємств зупинені, 21,8% - частково зупинені (не враховуючи окуповані території).

Нещодавно Міжнародна маркетингова група, за підтримки Help-Ukraine та у співпраці з Українською Радою Бізнесу провела опитування малих фермерів з усіх регіонів України (рис.1).



Рис. 1. Ключові проблеми фермерів України під час війни

Більшість опитаних фермерів з усіх регіонів України позитивно сьогодні оцінюють стан свого бізнесу попри наявні труднощі. Тим не менш, їх основним викликом є стабілізація та утримання показників діяльності на поточному рівні. Основними проблемами є:

- недостатність кваліфікованих працівників;
- слабкий захист прав власності та рейдерство;
- проблеми у розрахунках із торговими мережами;
- ризики, пов'язані із можливістю відмінення електроенергії;
- непередбачувані дії держави, постійні зміни законодавства.

80% фермерів потребують допомоги в різних її формах, так у 78,3% є потреба у фінансовій допомозі від кредитних установ чи донорських програм.

Крім того, фермери шукають консультаційних порад від експертів в таких питаннях, як фінанси та інвестиції, постачання та збут, пошук партнерів та побудова відносин з владою.

Блокування морських портів призвело до значного скорочення експорту з 6-7 млн тонн на місяць до 1,5 млн тонн.

Це призвело до падіння внутрішніх цін реалізації аграрної продукції нижче рівня собівартості навесні. Після підписання зернової угоди ситуація покращилась, проте і далі спостерігаються складнощі з логістикою та зберігається загроза блокування "зернового коридору".

Пошкоджено близько 5% земель сільськогосподарського призначення. Втрати доступних посівних площ - понад 25%, зрошуваних земель - понад 70%, ягідників – близько 25%, садів – 20%.

Відбулося зростання вартості виробництва продукції внаслідок зростання цін на добрива, паливе та насіння. Значні масиви земель є небезпечними для виробничої діяльності через замінування.

Істотних руйнувань зазнали об'єкти інфраструктури: сільськогосподарської, складської, транспортної, енергетичної, переробної промисловості. Через фізичне знищення аграрних підприємств в зоні ведення бойових дій потенційно очікується втрата до 30% поголів'я тварин.

Зважаючи на реальний стан аграрного сектору України та з метою **сприяння відновленню агросектору необхідно [2, 3, 4]:**

- *Вирішити проблему із блокуванням податкових накладних бізнесу, повернути презумпцію невинуватості платника податку;*

Така зміна має передбачати виключно тимчасове блокування накладних не більше, ніж на 30 днів. За цей час податкова має визначити найбільш ризикових з числа заблокованих (малий відсоток від заблокованих) та реалізувати щодо них позапланові заходи податкового контролю.

Такі позапланові заходи мають відбуватись із чітко визначеним предметом перевірки та тривати не більше ніж додаткові 30 днів. У підсумку - всі податкові накладні мають бути розблоковані автоматично не пізніше 60 днів з дати блокування.

- *Позбавити фермерів тимчасово сплачувати єдиний податок 4 групи та відтермінувати запровадження мінімального податкового навантаження на 1 гектар на окупованих та нещодавно звільнених територіях;*

У січні 2023 року ВРУ прийняла за основу законопроекти №8298 та №8299 (зміни до ПКУ та МКУ) щодо додаткової підтримки бізнесу під час воєнного стану.

Проекти передбачають звільнення від оподаткування на період з 1 березня 2022 року до 31 грудня року, наступного за роком, у якому припинено або скасовано воєнний, надзвичайний стан, платників ЄП 4 групи за земельні ділянки, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії,

або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями російської федерації, а також визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди.

Необхідно доповнити проекти законів і тимчасовим звільненням фермерів від мінімального податкового навантаження на цих територіях та якнайшвидше проголосувати ці закони в цілому.

- *Продовжити безмитний режим з ЄС та без квот ще на кілька років.*

Представниками української влади та провідні бізнес-асоціації України вживають всі можливі заходи для продовження безмитного режиму з ЄС. Вбачається доцільним надіслати додаткові звернення до ЄС від провідних аналітичних центрів України та бізнес-асоціацій.

- *Врегулювати взаємовідносини виробників та торгових мереж*

В останні десятиліття низка країн світу ухвалила законодавчі обмеження так званих "недобросовісних торговельних практик" (НТП) (unfair trade practices, UTP) у ланцюжках поставок харчової продукції, зокрема між підприємствами роздрібною торгівлі та їхніми постачальниками.

Кілька років тому відповідні рішення були ухвалені на рівні ЄС. Набувши статусу кандидата на вступ до ЄС, Україна повинна буде, раніше чи пізніше, приєднатися до цих обмежень.

Загальна економічна теорія стверджує, що державні регуляції можуть бути потрібні там і тільки там, де спостерігаються вади ринку (market failures), тобто, за їх відсутності приватні гравці з певних причин розподіляють ресурси не оптимально.

Тож питання врегулювання відносин виробників харчової продукції та торгових мереж потребує окремого дослідження щодо вад ринку та оптимальних способів їх усунення, та напрацювання змін до законодавства на основі висновків дослідження.

- *Реалізувати податкову реформу - замінити податок на прибуток податком на виведений капітал та знизити сукупне податкове навантаження на фонд оплати праці до цільового показника 25%.*

Відповідний проект закону напрацьовано Податковим Комітетом ВРУ спільно з аналітичними центрами та бізнес асоціаціями.

Під час повномасштабної війни такі зміни реалізувати не доцільно, проте є згода ключових стейкхолдерів щодо реалізації такої реформи відразу після завершення воєнного стану.

- *Інституційна реформа перевіряючих, контролюючих та правоохоронних органів*

Законодавчо прийняті необхідні зміни, сформована якісна законодавча база для існування єдиного аналітичного органу по боротьбі із економічними злочинами — Бюро економічної безпеки. Проте конкурси по набору керівного складу не були досконалыми, тож БЕБ потребує перезавантаження, із обранням керівного складу Комісією із вирішальним голосом міжнародних експертів.

Відповідний законопроект щодо перезавантаження БЕБ зареєстровано у Парламенті - №9080.

- *Впровадження державної програми гарантування воєнних ризиків за принципом страхування та надання доступу страховим компаніям України до перестраховування для формування якісних пакетів із воєнними ризиками*

Зараз діють обмеження від НБУ щодо можливостей українських страхових компаній перестраховувати великі ризики у провідних світових страхових компаній.

Ці обмеження викривляють конкуренцію, не дають можливості у багатьох випадках страхувати воєнні ризики українського бізнесу, інвесторів. Необхідна відміна цих обмежень НБУ, надання вільного доступу українським СК до перестраховування.

Для нових стратегічних інвесторів вбачається доцільною державна підтримка у вигляді страхування нових інвестицій від воєнних ризиків. Для цього необхідно розробити зміни до закону "Про державну підтримку інвестиційних проєктів із значними інвестиціями в Україні".

- *Врегулювати проблему із вимкненнями електроенергії та тепла*

Україні необхідно терміново відновити енергетичну систему, а також передбачити можливість резервної генерації. Для цього необхідна допомога міжнародних донорів та держави.

Необхідне державне стимулювання впровадження підприємцями альтернативних джерел енергії, зокрема енергії з біомаси, біогазу, сонця тощо. Для цього необхідно максимально спростити екологічні вимоги, зокрема на час війни позбавити податку за викиди CO₂- котельні та ТЕЦ/ТЕС на біомасі і біогазі. Процес встановлення резервного генератора у бізнесу необхідно з дозвільного перевести в чисто декларативний.

Бібліографічний список:

1. **Результати** репрезентативного опитування URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-listopadi-2022-roku>

2. Аграрний сектор під час війни: чи можна мінімізувати втрати і рухатися вперед? URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3528966-agrarnij-sektor-pid-cas-vijni-ci-mozna-minimizuvati-vtrati-i-ruhatisa-vpered.html>

3. Сільське господарство під час війни: зміна пріоритетів URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/silске-gospodarstvo-pid-chas-vijni-zmina-prioritet/>

4. Підтримка аграрного сектору в умовах воєнного стану: що варто знати? URL: https://jurliga.ligazakon.net/analitycs/213396_pdtrimka-agrarnogo-sektoru-v-umovakh-vonnogo-stanu-shcho-var-to-znati

**Марчишин Л.П.,
викладач-методист
Львівський кооперативний фаховий коледж
економіки і права**

ОСОБЛИВОСТІ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Біржова торгівля є універсальним механізмом ринкової організації, масштабом використання якого можна вимірювати стан розвитку економіки країни.

На сучасному етапі біржова діяльність в Україні характеризується низькою ефективністю, оскільки обсяги її діяльності, порівняно з іншими країнами, є незначними. Це зумовлено рядом чинників, до яких належать, насамперед: військові дії, економічна криза, яка виявляється в падінні обсягів виробництва та споживання вітчизняних біржових товарів, відставання законодавчо-нормативної бази, відсутність умов для впровадження ф'ючерсного обігу, якісної інформації про біржі країни та їх діяльність [1].

Основними послугами які надають більшість бірж є проведення аукціонів з реалізації державного майна, майна підприємств банкрутів, конфіскованого майна, майна, що знаходиться в податковій заставі тощо. Біржі забезпечують проведення торгів земельними ділянками та правами оренди на них, необробленою деревиною. В сьогоднішніх умовах, лише невелика кількість бірж надають послуги з організації торгівлі сільськогосподарською продукцією, торги здійснюються переважно зерною і плодоовочевою продукцією, м'ясом, молоком, соняшником [2].

На сьогодні відбулася діджиталізація біржової діяльності в Україні, цифровізація стала ключовим драйвером зростання біржового ринку та діє за принципом цифрового пріоритету.

Як демонструє практика, переважна кількість бірж є партнерами електронної платформи PROZORRO та беруть участь в електронних державних закупівлях.

Зауважимо, що розвиток Інтернет-технологій та посилення конкуренції значно спростили технічну та юридичну сторони угод. Товарні біржі разом із контрактами на біржові товари укладають контракти на цінні папери, зокрема державні облігації, акції акціонерних банків, акції виробничих акціонерних товариств, депозитні банківські сертифікати.

Можна ствердно сказати, що електронна біржа стає важливим коридором для виходу українських експортерів на світові ринки, а біржові котирування для покупців і продавців – одним з основних цінових орієнтирів. Укладаючи угоди, українські та іноземні учасники ринку активно використовують минулу торговельну інформацію про експорт сільськогосподарської та лісопродукції, а також результати торгів на внутрішньому ринку лісоматеріалами в заготовленому вигляді, вуглецем, рудою і металом [3].

Слід зазначити, що перевагами електронної біржі є можливості проведення торговельних операцій в будь-яку годину дня чи ночі. У брокерів появляється можливість торгувати на той час, коли звичайна біржа закрита, тобто це потенційний додатковий прибуток для брокерських компаній. Крім того, брокери отримують максимальний доступ до ринків.

Однією з важливих особливостей біржових торгів є формування стартових цін з урахуванням підсумків попередніх продажів. Ділова інформація, що поширюється біржею, сприяє формуванню організованого оптового ринку. Оперативна публікація котирувань дозволить зайняти біржі певне місце в системі глобального товарного ринку. Це може бути підтверджено і тим, що зарубіжні інформаційно-аналітичні джерела, які відстежують різні сегменти ринку, почнуть регулярно висвітлювати ситуацію на українському біржовому ринку.

Для розширення кількості клієнтів, товарні біржі повинні безкоштовно надавати пакети програмного забезпечення для оснащення віддалених робочих місць учасників торгів і створювати нові торгові майданчики, оскільки у віддаленому доступі до торгів можуть приєднуватися безліч суб'єктів господарювання.

Можемо констатувати, що діджиталізація спонукає біржову галузь до стрімкого розвитку, що проявляється в значному розширенні кола потенційних учасників біржових торгів, створенні умов для вільної конкуренції та наданні усім учасникам рівних можливостей доступу до торгів, цілодобового ведення торгів, скороченні частини статей витрат на реалізацію біржової діяльності та організацію самих біржових торгів.

Також варто зазначити, що електронізація біржової діяльності – це один з етапів розвитку цієї сфери, адже зміни, які відбуваються у світовій економіці, породжують абсолютно нові явища та процеси. Саме вони трансформують електронну біржову торгівлю, сприяють появі нових форм та інструментів.

Отже, біржова діяльність має майбутнє, а її розвиток залежить від подальшої інтеграції України у світовий біржовий ринок, орієнтації на загальносвітові тенденції економічного розвитку та вмілого поєднання адміністративних і економічних важелів управління.

Бібліографічний список:

1. Біржова діяльність : навч. посіб. / за ред. В. В. Раровської – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 144 с.
2. Товарна біржа агропромислового комплексу центральних областей України. URL: <http://agrobirga.ck.ua/>
3. Грицишина М., Гутаревич Н. Гра триває: які нові правила роботи отримали товарні біржі. URL: <https://mind.ua/openmind/20228098-gra-trivae-yaki-novi-pravila-roboti-otrimali-tovarni-birzhi>

Малюга В.В.
Викладач I категорії
Львівський фаховий коледж ЛНУП

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТРАТЕГІЇ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Анексія територій, військова агресія суттєво впливають на економіку країни, є соціальною катастрофою і значно знижують туристичну привабливість України. Але безпрецедентна підтримка нашої країни світовою спільнотою та глобальними міжнародними організаціями, репутація та імідж України як щита Європи, а українців як символу свободи та відданості державі, відкривають значні перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. Відновлення туристичної інфраструктури, зруйнованих пам'яток культури, відновлення транспортної логістики, туристичний брендинг потребують значних капіталовкладень. Першочерговими заходами для розвитку туристичної сфери, на нашу думку, є повернення іміджу безпечної країни для комфортного перебування туристів, створення економічних умов стимулювання розвитку туризму, лібералізація фіскальної політики по відношенню до туристичних підприємств, залучення іноземних інвестицій, впровадження інноваційних проєктів для маркетингу та організації туристичної діяльності [3].

Сьогодні важко говорити про прогнози та наслідки в туристичному бізнесі України після пандемії, а сьогодні війни. Для України знайти вихід з такого занепаду дуже важливо. Актуальність дослідження та оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі наразі посідає одне з перших місць.

Державна служба статистики України, починаючи з 2021 року у зв'язку із воєнним станом, не оприлюднює статистичні дані з туризму. Тенденція розвитку туризму за попередні роки свідчить про наявний потенціал туристичної сфери: з 2018 року кількість іноземних та внутрішніх туристів почала зростати, але у зв'язку із пандемією, а сьогодні внаслідок військових дій з боку РФ позитивна динаміка розвитку була втрачена [1].

Проте, за умови збереження тенденції кількості туристів у 2018–2019 рр., стабілізації української економіки після закінчення війни та відновлення платоспроможності населення, є всі підстави прогнозувати зростання обсягів внутрішнього туризму. Традиційні види туризму, такі як пляжний туризм, спортивний туризм, агротуризм користуватимуться відкладеним попитом, оскільки в Україні ще деякий час триватиме розмінування окупованих територій. Відновлення туристичної індустрії України може відбуватись за рахунок продуктивних інновацій, таких як розробка нових раніше невідомих на ринку турів та створення нових туристично-рекреаційних територій, розвиток екзотичного та мілітарі-туризму [2].

Незважаючи на важку післявоєнну ситуацію з туризмом, він повинен бути важливою частиною стратегії економічного відновлення в Україні. І потрібно не чекати закінчення війни, а працювати над цим вже сьогодні. Для початку включення розвитку туризму до програм післявоєнної відбудови; застосовувати міжнародні інвестиції; готувати масштабні маркетингові кампанії; розробляти туристичні програми; популяризувати нестандартні форми туризму; вести бізнес в регіонах, які менше постраждали; переорієнтувати та використовувати зелений, внутрішній туризм; проводити тренінги з туристичного бізнесу для школярів та здобувачів вищої освіти; приймати участь в відновленні архітектурних спадщин та музеїв; заключати договори з освітніми закладами щодо обміну практичного досвіду; створення фондів для відновлення України та конкретних програм і стратегій по відновленню; орієнтувати туристів, які полюбляють екстрим та історичні події - військовий туризм. На території України є багато міст та сіл, що є унікальними героями слави та протистояння російській агресії. Оскільки багатьох туристів цікавлять ті місця, які стали символічними та залишають після себе пам'ять, то вони охоче зможуть відвідувати України [5].

Хоча за результатами 2022 року туризм перевершив прогнози очікування міжнародних організацій, однак з кінця лютого і до першої декади травня відбулося досить суттєве падіння обсягів авіап перевезень, спричинених війною в Україні (рис. 1).

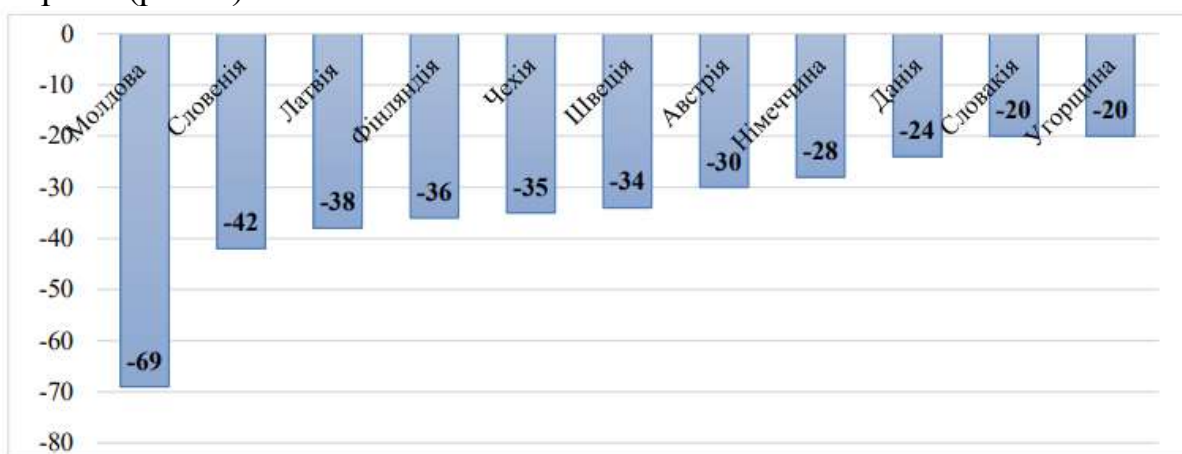


Рис. 1. Країни з найбільшим падінням авіап перевезень внаслідок війни в Україні (у % до 2019 р.) [6]

Вирішення зазначених завдань потребує розробки науково-методичного та інформаційного забезпечення процедур прогнозування, моніторингу і аналізу загроз та можливостей розвитку туристичної галузі України як в цілому, так і окремих регіонів, з метою формування адекватної сучасним умовам системи управління розвитком індустрії туризму в умовах війни та післявоєнному періоді, у тому числі враховуючи безпекові аспекти. Такий підхід сприятиме побудові дієвої системи управління розвитком туристичної індустрії на основі врахування наявних і прогнозування потенційних загроз, що створить підґрунтя для підвищення туристичної конкурентоспроможності

України, інвестиційної та туристичної привабливості окремих регіонів країни. З огляду на зазначене, видається доцільним оновлення Стратегії розвитку туризму та курортів [4], яку було розроблено на період до 2026 року без урахування викликів війни та проблем післявоєнного відновлення України.

Бібліографічний список:

6. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Вип. 62. С. 178-196.

7. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*. 2022. С. 337–341.

8. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення: 3.11.2023).

9. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (від 16.03.2017 № 168-р). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 3.11.2023).

10. Роїк О. Р. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2022. № 46. С. 11-15.

11. Impact of the russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism> (дата звернення: 4.11.2023).

Томашевський Ю. М.
доцент кафедри МЕВ та маркетингу
Львівський національний університет природокористування
Томашівський О.З. к.е.н.
викладач вищої категорії Львівського фахового коледжу
Львівський національний університет природокористування

СВІТОВИЙ АПК ТА ЙОГО РОЛЬ У ВИРІШЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОБЛЕМИ

Глобальна продовольча проблема є однією з найважливіших проблем сучасності. Зростання населення світу, зміна клімату та інші фактори створюють загрозу для продовольчої безпеки. Агропромисловий комплекс (АПК) є ключовим сектором економіки, який забезпечує виробництво та розподіл продовольства. Тому дослідження ролі АПК у вирішенні глобальної продовольчої проблеми є актуальним.

Дослідження показало, що АПК має потенціал вирішити глобальну продовольчу проблему. Однак для цього необхідно вирішити проблеми, з

якими стикається АПК. Запропоновані шляхи покращення ролі АПК у вирішенні глобальної продовольчої проблеми є одними з можливих заходів, які можуть сприяти вирішенню цієї проблеми.

Визначити єдину норму харчування для всього світу складно через різницю в енергетичних потребах людей в різних регіонах і в залежності від їхньої діяльності та кліматичних умов. Нормальне та збалансоване харчування відповідає різним раціонам, які забезпечують необхідну кількість енергії в залежності від віку, активності та місця проживання.

За даними Організації Об'єднаних Націй (ФАО) та Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), норма харчування для однієї людини повинна становити приблизно 2300-2400 кілокалорій на добу. Зрозуміло, ця норма може коливатися залежно від таких факторів, як стать, вік, тип роботи, а також природно-кліматичні умови та інші чинники. Недоїдання стає очевидним, коли кількість спожитих кілокалорій опускається нижче 1800 кілокалорій, а голод стає надзвичайно критичним, коли цей показник опускається нижче 1000 кілокалорій на добу. Хронічне недоїдання часто виникає сезонно і майже завжди пов'язане з обмеженими доходами бідних верств населення. Ця проблема призводить до серйозного погіршення здоров'я цих соціальних груп. Голод, або фізичний брак їжі, особливо поширений в Південній Африці, включаючи Ефіопію і Судан. Причини голоду різноманітні: природні катастрофи, політичні конфлікти, громадянські війни, обмеження споживання та нерівномірний розподіл продовольства.

Щодо харчового раціону, нормальне харчування передбачає споживання не менше 100 г білків на добу. Харчування, в якому не вистачає не лише кілокалорій, але також білків, зокрема тваринного походження, жирів, вітамінів та мікроелементів, вважається неповноцінним. Зазвичай таке неповноцінне харчування пов'язане з недоїданням та монотонністю раціону.

Недостатнє харчування значної частини населення країн, що розвиваються, а також деяких бідних груп інших країн, призводить до скорочення тривалості життя і виникнення хвороб, пов'язаних з недостатністю білків та калорій, дефіцитом вітамінів та мінералів. Хронічне недоїдання, що поширене серед великої кількості людей, становить більшу загрозу, ніж традиційний голод. В розвинених країнах середнє споживання становить близько 3400 кілокалорій на добу, але в країнах із економікою, яка розвивається, включаючи Україну, виробництво сільськогосподарських продуктів різко скоротилося, що призвело до різкого зменшення споживання таких продуктів, як м'ясо, молоко, яйця, хліб, картопля, овочі та фрукти.

Отже, глобальна продовольча проблема існує практично в усіх країнах, і навіть в розвинених країнах існують соціальні групи, які стикаються з недостатнім харчуванням.

Глобальна продовольча проблема є однією з найбільш серйозних та складних викликів для людства в XXI столітті. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), у 2020 році близько 768 мільйонів людей у світі зазнали недостатнього продовольчого забезпечення, що

становить 9,9% світового населення. Це означає, що вони не мали достатньої калорійності або розмаїтості їжі для покриття своїх енергетичних та поживних потреб. Крім того, близько 2,37 мільярдів людей у світі зазнали недостатнього доступу до безпечного, здорового та харчового продовольства, що становить 30,4% світового населення. Це означає, що вони не мали можливості придбати або споживати їжу, яка була б достатньою за кількістю та якістю для покращення свого здоров'я та добробуту.

Для вирішення глобальної продовольчої проблеми потрібна спільна дія всіх зацікавлених сторін, таких як уряди, міжнародні організації, громадський сектор, приватний сектор, наукова спільнота, громадянське суспільство тощо. Деякими з можливих шляхів вирішення є:

- Посилення продовольчої безпеки та продовольчого суверенітету на національному та регіональному рівнях через підтримку малого та середнього бізнесу, сільського господарства, розвиток місцевих ринків та інфраструктури, забезпечення доступу до землі, води, кредиту, технологій тощо.
- Зменшення втрат та відходів продуктів харчування на всіх етапах ланцюга постачання через покращення управління, збереження, переробки, утилізації тощо. За даними FAO, близько 14% світового продовольства втрачається між посадкою та роздрібною торгівлею, а ще 17% втрачається на етапах роздрібною торгівлі та споживання. Це становить приблизно 1,3 млрд тонн продуктів харчування на рік.
- Сприяння збалансованому та розумному харчуванню серед населення через освіту, просвітництво, нормативне регулювання тощо. За даними FAO, близько 2 млрд людей у світі страждають від надмірної ваги або ожиріння, що призводить до хронічних захворювань, таких як цукровий діабет, серцево-судинні захворювання, рак тощо. З іншого боку, близько 2 млрд людей у світі мають дефіцит одного або кількох мікронутрієнтів, таких як залізо, йод, цинк тощо.
- Посилення наукових досліджень та інновацій у сфері продовольства та сільського господарства через фундаментальну та прикладну науку, розвиток нових технологій та практик, сприяння міждисциплінарному та міжсекторальному співробітництву тощо. Наприклад, біотехнологія, генна інженерія, нанотехнологія, цифрова трансформація, агроекологія тощо можуть сприяти підвищенню продуктивності та сталості сільського господарства, покращенню якості та безпеки продуктів харчування, зменшенню впливу на навколишнє середовище тощо.

Глобальна продовольча проблема є складною та багатогранною, але не нерозв'язною. Якщо всі зацікавлені сторони будуть діяти разом, враховуючи місцевий контекст та потреби, можливо досягти цілей сталого розвитку ООН щодо нульового голоду та відповідального споживання та виробництва до 2030 року.

Глобальна продовольча проблема є однією з найважливіших проблем сучасності. Вона може призвести до соціальних заворушень, політичної

нестабільності та інших негативних наслідків. Важливо покращувати якість та безпеку продуктів харчування, тому що це впливає на здоров'я та добробут людей, а також на стабільність та сталість сектору продовольства та сільського господарства. Якість та безпека продуктів харчування залежать від багатьох факторів, таких як гігієна, технологія, маркування, логістика, законодавство тощо. Якщо ці фактори не враховуються або порушуються, то можуть виникати ризики для громадського здоров'я, такі як інфекції, отруєння, алергії, хронічні захворювання тощо. Крім того, низька якість та безпека продуктів харчування можуть призводити до втрат та відходів продуктів харчування на всіх етапах ланцюга постачання, що негативно впливає на економіку, екологію та продовольчу безпеку країни.

Узагальнюючи, АПК визначається як ключова галузь для економічного розвитку багатьох країн, особливо тих, де він є великим сегментом економіки. Від успіху цього сектора залежить не тільки економічний розвиток, але й соціальне благополуччя і сталість системи харчування.

Агропромисловий комплекс має прямий вплив на ВВП країни. Наприклад, в Україні АПК є однією з найважливіших галузей економіки. У 2023 році частка АПК у ВВП України становила 10,4%. Цей показник є відносно стабільним протягом останніх років. АПК також впливає на експорт продукції та сировини, адже експорт є важливим джерелом валютних надходжень для України. У 2023 році експорт продукції АПК становив 46,2% від загального обсягу експорту товарів. Україна є світовим лідером з експорту соняшникової олії, ріпаку, кукурудзи, пшениці та інших сільськогосподарських культур. АПК є важливим роботодавцем в Україні. У цій галузі зайнято близько 4,5 мільйонів осіб. Це близько 10% від загальної кількості зайнятих в економіці країни. АПК є важливим постачальником сировини для інших галузей економіки, таких як переробна промисловість, машинобудування, транспорт та логістика. Розвиток АПК сприяє розвитку цих галузей та підвищенню конкурентоспроможності української економіки на світовому ринку. Вплив АПК України на економічний розвиток наведено у табл.1.

Таблиця 1.

Вплив АПК на економічний розвиток України

Показник	2022	2023
Частка АПК у ВВП, %	10,3	10,4
Експорт продукції АПК, млрд дол. США	28,2	29,2
Частка експорту продукції АПК у загальному обсязі експорту товарів, %	45,8	46,2
Зайнятість в АПК, тис. осіб	4,5	4,5

**Джерело: сформовано авторами*

Як видно з таблиці, у 2023 році частка АПК у ВВП України зросла на 0,1%, а експорт продукції АПК збільшився на 3,6%. Це свідчить про позитивний вплив АПК на економічний розвиток країни. Однак, слід зазначити,

що дані за 2023 рік є попередніми і можуть бути скориговані в майбутньому. Це пов'язано з тим, що війна в Україні призвела до значних збитків аграрному сектору.

Отже, експорт продукції АПК забезпечує значні валютні надходження, які використовуються для фінансування імпорту товарів та послуг, а також для погашення зовнішнього боргу. Сільське господарство є важливим джерелом робочих місць, особливо в сільській місцевості, відповідно сприяє зниженню рівня безробіття та підвищенню рівня життя населення. Сільськогосподарська продукція є важливим компонентом харчової промисловості. Розвиток АПК сприяє розвитку цієї галузі та створенню нових робочих місць. Сільське господарство є важливим споживачем машин та обладнання. Розвиток АПК сприяє розвитку машинобудування та підвищенню конкурентоспроможності цієї галузі. Загалом, АПК є важливою складовою економіки України та має значний позитивний вплив на її розвиток.

Бібліографічний список:

1. Попко О. В. Важливість глобальної продовольчої проблеми для України. «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування, (2(88), 46–51. [https://doi.org/10.26642/jen-2019-2\(88\)-46-51](https://doi.org/10.26642/jen-2019-2(88)-46-51)
2. Халатур С. М. Механізм адаптації агропромислового комплексу України в умовах глобальної продовольчої проблеми. *Вісник Дніпропетровського держ. аграрно-економ.ун-ту*. 2015. № 1. С. 114-116. Режим доступу : <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/1852>.
3. Халатур С. М. Розвиток зовнішньої торгівлі України як вектор вирішення глобальної продовольчої проблеми. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. Вип. 6. Ч. 3. С. 120-123. Бібліогр. : с. 123 (10 назв). - Режим доступу : <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/427>.

Тибінка Г. І.

доцент кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. І. Франка

РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВ ІЗ МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ ТА ГРОМАДОЮ

У сучасних умовах розвиток партнерств із місцевою громадою та владою розглядалось у працях багатьох вітчизняних та іноземних дослідників. Зокрема, поняття партнерства досліджено у працях Божук С. [1], Буковинської М. [2] та Охріменка О. [3], також інших науковців. Проте, сьогодні, на наше переконання, є потреба удосконалення теоретико-практичних вмінь, навиків,

знань щодо формування і розвитку партнерств із місцевою владою та громадою.

Партнерство із громадою і місцевою владою сьогодні, на наше переконання, важлива складова стабільного соціально-економічного розвитку українських територій. Відповідно до ЗУ «Про місцеве самоврядування», територіальна громада розглядається як об'єднання жителів, що проживають на конкретній територіальній одиниці, а саме: місто, село, селище, а також може бути створена добровільним об'єднанням двох і більше сіл, які мають єдиний адміністративний центр. Територіальній громаді належить вагоме місце у системі місцевого самоврядування, а також може територіальна громада вирішувати питання місцевого значення.

Варто виділити, на наше переконання, наступні принципи розвитку партнерств із громадою і місцевою владою:

1. Стратегічність і обґрунтованість, які передбачають, що розвиток територій відбувається на основі обґрунтованих стратегій, які направлені на забезпечення довгострокових результатів.

2. Розподіл відповідальності передбачає, що усі сторони, в тому числі бізнес, місцеву владу, громада, повинні усвідомлювати власну відповідальність та роль за сталий розвиток території.

3. Ефективність соціальних інвестицій передбачає, що ініціативи і проекти мають бути ефективними, а також відповідати перспективам розвитку громади, бізнесу та масштабам.

4. Діалог та взаємодія передбачає, що зацікавлені учасники мають підтримувати співпрацю та відкритий діалог щодо питань розвитку бізнесу, а також покращення умов власне для громади.

Серед пріоритетних напрямів власне системного підходу до здійснення соціальних інвестицій виділяємо наступні:

1. Сучасна освіта. У місцевих громадах розвиток освіти передбачає створення умов доступу всіх жителів до якісної освіти, що включає:

- забезпечення учителів та всього педагогічного персоналу навчальними матеріалами та якісними ресурсами;
- будівництво, модернізацію навчальних закладів, шкіл;
- із метою підвищення кваліфікації підтримку курсів для дорослих та післяшкільних програм.

2. Охорона здоров'я. Важливою складовою сталого розвитку громад є забезпечення доступу власне до якісних медичних послуг, що включає:

- організацію програм здорового способу життя і профілактики захворювань;
- будівництво, а також обладнання медичних закладів;
- забезпечення ліками і медичним обладнанням.

3. Культурне надбання і розвиток. Покращенню якості життя громади, збереженню культурної спадщини сприяє підтримка культурних ініціатив, що включає:

- підтримку культурних і мистецьких груп і організацій;

- фінансування культурних виставок, концертів, заходів, фестивалів;
 - реставрацію і збереження культурних, історичних ам'яток.
4. Енергоефективність. Використання енергоефективних технологій зумовлює зменшення споживання енергії, а також зниження негативного впливу на довкілля, що включає:
- інформаційні кампанії та освіту для населення відносно раціонального енергоспоживання;
 - модернізацію та ізоляцію будівель для зниження енерговитрат;
 - використання відновлювальних джерел енергії, а саме: сонячні панелі, вітряні генератори.
5. Розвиток бізнес-середовища. Сприятливе бізнес-середовище зумовлює приваблювання інвестицій, розвиток економіки, створення нових робочих місць, що включає:
- розвиток інфраструктури, яка допомагає бізнесу, а саме: інноваційні парки, логістичні центри;
 - сприяння середнім і малим підприємствам;
 - зниження бюрократичних бар'єрів для підприємців.

Усі вказані напрямки, на наше переконання, спільно забезпечують сталий соціально-економічний розвиток місцевих громад. Системний підхід, ми вважаємо, передбачає взаємодію між громадою, бізнесом, місцевою владою щодо забезпечення сприятливого соціально-економічного середовища на певній території та досягнення спільних цілей.

Бібліографічний список:

3. Божук С. Г. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник для академічного бакалаврату. 2017.
4. Буковинська М. П. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія. К. : Компринт, 2015. 296 с.
5. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. К: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

СЕКЦІЯ 3
МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЇ

Булик О.Б.
доцент кафедри МЕН та маркетингу
Львівський національний університет
природокористування

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ

Війна – це виклик, який постає перед країною у всіх сферах життєдіяльності. Руйнування житла та інфраструктури, негативний демографічний та економічний вплив, страшні екологічні наслідки, які країні доведеться долати десятиліттями. Ці сфери тісно пов'язані між собою та створюють системні проблеми, упоратися з якими самотужки не здатна жодна країна. Одним з джерел фінансів на відновлення після закінчення бойових дій, за міжнародною практикою, є країна-агресор. Цей варіант вже стоїть на порядку денному України та міжнародної спільноти.

Відбудова України має бути партнерством США та Європи. Сполучені Штати мають лідирувати у питаннях безпеки, а Європейський Союз має очолити економічну допомогу, особливо в світлі потенційного вступу України до ЄС. Проте Сполучені Штати повинні залишатися глибоко залученими в економічну сферу, а Європа – у сферу безпеки. Хоча ці великі держави повинні очолити зусилля з підтримки, Україна повинна визначити пріоритети. Ще в липні 2022 року Рада національного відновлення України розробила детальний план [1]. Аналітичні інститути в Україні розробили детальні дані про руйнування, а громадянське суспільство України є сильним і готовим партнером у зусиллях з відновлення.

Щодо плану відновлення, то він складається з двох етапів, 2023-2025 і 2026-2032, і охоплює 850 широкомасштабних проєктів, які потребують фінансування на загальну суму приблизно 750 мільярдів доларів (табл. 1). У плані зазначено, що зміцнення українських інституцій і «деолігархізація» є його «фундаментальними передумовами», включаючи прозорість публічних даних, перезапуск антикорупційних офісів, реформування правоохоронних органів, впровадження законодавства про корпоративне управління та синхронізацію антимонопольних практик з ЄС.

Таблиця 1

Список національних програм у плані

№ п/п	Національні програми	Витрати на реалізацію програми, млрд. дол.
1.	Зміцнення інституційної спроможності	0,1
2.	Діджиталізація державних програм	0,1
3.	Зміцнення безпеки та оборони	50
4.	Подальша інтеграція до ЄС	1
5.	Відновлення природнього середовища	20
6.	Енергетична незалежність та курс на «зелену економіку»	130
7.	Поліпшення клімату бізнес-середовища	5
8.	Забезпечення конкурентного доступу до капіталу	75
9.	Макрофінансова стабільність	60-80
10.	Розвиток секторів економіки з доданою вартістю	50
11.	Розширення та інтеграція логістики з ЄС	120-160
12.	Відновлення та модернізація житла та інфраструктури регіонів	150-250
13.	Відновлення та модернізація соціальної інфраструктури	25
14.	Розвиток системи освіти	5
15.	Модернізація системи охорони здоров'я	5
16.	Розвиток систем культури та спорту	20
17.	Забезпечення ефективної соціальної політики	7

Джерело: сформовано на підставі [1,2].

Як бачимо, найбільше фінансування виділено на відбудову житла та інфраструктури, і це природньо, адже масштаби руйнації житлових масивів вражають. Також великими є витрати на забезпечення енергетичної незалежності та переходу до «зеленої економіки». Адже Україна практично повністю залежить від іноземних держав та компаній, імпортуючи основні види палива – природний газ, нафту, а останнім часом і вугілля. Більше того, близько 85% вуглеводнів Україна закупувала в росії, або ж транспортувала через російську територію. Тому енергетична незалежність, особливо від росії, є не менш важливою для України, а ніж незалежність територіальна. Ну і ще однією найбільш витратною статтею є розширення та інтеграція логістики з ЄС. Це й не дивно, адже Україна з 2014 року веде політику європейського вектору розвитку та інтеграції.

Фінансувати відновлення передбачено з усіх можливих джерел. Для цього українською владою було створено низку фондів:

- Фонд підтримки армії;
- Гуманітарний фонд;
- Фонд відновлення майна та зруйнованої інфраструктури;
- Фонд підтримки малого та середнього бізнесу;
- Фонд відновлення та трансформації економіки;
- Фонд обслуговування та погашення державного боргу.

Також власне для відбудови створено окремий Фонд відновлення України [3].

Європа активно сприяє акумулюванню коштів для відновлення України, зокрема для цього енергетичним співтовариством створено для України Фонд відновлення зруйнованої російською війною енергетичної інфраструктури, донорами якого переважно стануть держави-члени ЄС. Наповнювати ці фонди Україна насамперед сподівається через на допомогу країн-партнерів та міжнародних інституцій, зокрема Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Європейського інвестиційного банку, Європейського банку реконструкції та розвитку. Окремим напрямом виступає допомога великих міжнародних компаній та благодійних фондів.

З початку загарбницької війни росії ЄС і його держави-члени, а також європейські фінансові інституції надають до 50 мільярдів євро фінансової, гуманітарної, екстреної, бюджетної та військової підтримки: 37,8 млрд євро на підтримку його загальної економічної, соціальної та фінансової стійкості. Це включає безпрецедентний пакет фінансової підтримки до 18 мільярдів євро на 2023 рік. Близько 12 мільярдів євро військової допомоги також було надано в рамках Європейського фонду миру та безпосередньо державами-членами [4].

Європа активно сприяє акумулюванню коштів для відновлення України, зокрема для цього енергетичним співтовариством створено для України Фонд відновлення зруйнованої російською війною енергетичної інфраструктури, донорами якого переважно стануть держави-члени ЄС. Наповнювати ці фонди Україна насамперед сподівається через на допомогу країн-партнерів та міжнародних інституцій, зокрема Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Європейського інвестиційного банку, Європейського банку реконструкції та розвитку. Окремим напрямом виступає допомога великих міжнародних компаній та благодійних фондів.

Як показує досвід країн, відновленню передують політичне рішення, що базується на геополітичній доцільності та національному патріотизмі щодо визначення моделі розвитку. В Україні для успішної економічної реконструкції необхідні такі послідовні заходи:

- розробка і реалізація сучасної, заснованої на інноваційному розвитку, концепції реконструкції економіки країни з урахуванням реальної геополітичної ситуації;
- реалізація розробленої вітчизняними науковцями і урядом стратегії відновлення та розвитку Донбасу, а також повернення Криму;
- визначення ключових (пріоритетних) галузей розвитку, які забезпечать високу конкурентоспроможність товарів і послуг на зовнішніх ринках, а також державна підтримка таких галузей;
- прийняття відповідних законів щодо повної зайнятості, гідної оплати праці, підвищення продуктивності праці, цінової стабільності;
- розробка механізмів використання запозичених коштів та їх контролю;

➤ прийняття відповідних законів щодо усунення та недопущення надмірної концентрації виробництва і капіталу, уникнення формування монополій;

➤ недопущення корупції та запровадження економічних механізмів боротьби з нею;

➤ розробка ефективної соціальної політики, політики зростання доходів і споживання населення;

➤ створення спеціальних економічних зон і наукових парків.

Завдяки правильному плануванню Україна може змінити фокус, перетворивши недоліки на можливості. Українські політики повинні наголошувати на зростанні продуктивності праці – і використовувати наслідки війни як шанс модернізувати економіку та державний апарат, включаючи впровадження низьковуглецевого виробництва, підвищення енергоємності економіки та використання досягнень інформаційних технологій для покращення державних послуг. Іншими словами, мета полягає в тому, щоб за короткий проміжок часу досягти всіх структурних змін, через які інші європейські країни проходили роками. Перш за все, вони повинні підготувати нову інституційну базу. Україна може використати наявні успіхи, зокрема швидко та ефективно цифровізацію країни. Це зробило бюрократію ефективнішою, а ведення бізнесу легшим. Цифрові рішення також значно зменшують корупцію, яка завжди вважалася основною проблемою. По-друге, Україна має зосередитися на підвищенні продуктивності та модернізації виробництва як ключових рушіїв економічного відновлення. Це не лише вирішить проблему нестачі робочої сили, але й сприятиме більшій інтеграції України у світове економічне співтовариство.

Бібліографічний список:

1. Україна представила план відновлення країни – подробиці. *Слово і діло*, 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/07/04/novyna/suspilstvo /ukrayina -predstavyla-plan-vidnovlennya-krayiny-podrobyczy> (дата звернення 08.11.2023 р.).

2. Булик О.Б. Стратегія відновлення економіки України після війни, 2023. *Економіка та суспільство*. № 48. URL: <https:// economyandsociety.in.ua /index.php/journal/article/view/2240> (дата звернення 08.11.2023 р.).

3. Урядовий портал, 2023. <https://www.kmu.gov.ua/gromadskosti/fondi-vidnovlennya-ukrayini> (дата звернення 08.11.2023 р.)

4. Відбудова України, 2023. https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-assistance-ukraine/reconstruction-ukraine_en (дата звернення 06.11.2023 р.)

Губені Ю. Е.
доктор економічних наук, професор
кафедра підприємництва та торгівлі
Львівський національний університет природокористування

ВІТЧИЗНЯНА СИСТЕМА ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА – ДИСОНАНС ІЗ ПРАКТИКОЮ ТА МЕТОДОЛОГІЄЮ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Сільське господарство, яке в сучасних умовах набуло чітких ознак агробізнесу, є важливим сегментом української економіки. Вважається, що з огляду на специфіку та особливості сільськогосподарська діяльність вимагає системної економічної підтримки. Хоча ця теза є дискусійною, і світове господарство знає приклади розвитку аграрної сфери без відчутної підтримки. Однак не лише на європейському господарському просторі питання фінансово-економічної підтримки переважно стосується методології, способів, форм та інструментарію такої підтримки.

Європейська система економічної підтримки ґрунтується на Спільній аграрній політиці ЄС (САП ЄС). Мотиви САП ЄС постійно змінювались: від забезпечення продовольчої безпеки, через формування спільного аграрного ринку і аж до сучасних вимог «сталого розвитку» та «європейського зеленого курсу».

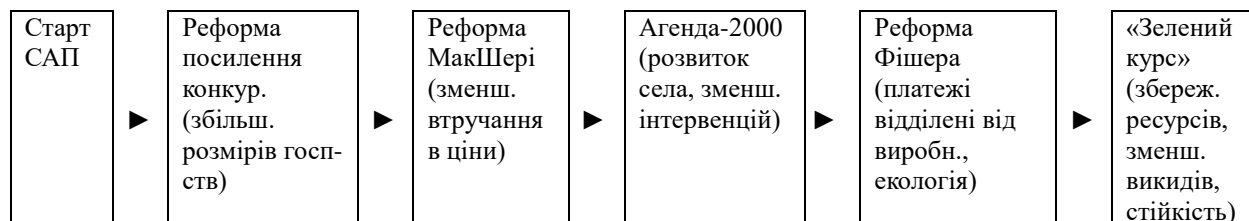


Рис. 1 – Динаміка змін Спільної аграрної політики ЄС, 1958 – 2022рр.

Джерело: побудовано на основі [1-3]

Якщо порівняти навіть базові засади функціонування сільського господарства в країнах ЄС та в Україні, можна побачити суттєві, якщо не радикальні відмінності:

- базою сільського господарства ЄС є господарства родинного (сімейного) типу;
- галузь орієнтується на самозабезпечення продуктами харчування;
- аграрна сфера вимагає особливого правового регулювання.

Такі відмінності проявились як у вітчизняній аграрній структурі, так і в системі підтримки галузі, що різко відрізняється навіть в основних засадах її архітекτονіки.

Система економічної підтримки сільського господарства в ЄС має чітку інституційну основу, та складається із власне національної системи підтримки, та підтримки погодженої в межах САП. Два основних напрямки підтримки 1.

Підтримка сільського господарства та функціонування спільного ринку сільськогосподарської продукції; 2. Структурна політика та розвиток сільських територій.

В більш загальних рисах система підтримки на національному рівні включає національні та загально-унійні програми та напрямки, які узагальнюючи формуються із а) інституцій, включаючи спеціалізовані агенції (фонди), та б) правил підтримки, закріплених у нормативних документах різного рівня. На інституційному рівні перелік та назва агенцій (фондів) змінюється, одночасно із реформуванням САП. В період до міленіуму в сусідніх із нами країнах ЦСЄ це переважно були:

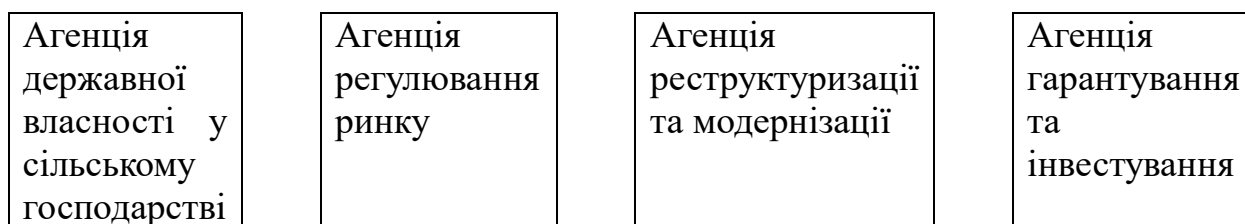


Рис. 2 – Інституції впровадження САП ЄС в країнах ЦСЄ, 2000р.

Джерело: побудовано на основі [1-4]

Кожна із перелічених агенцій (фондів) була фінансово та адміністративно незалежними, мала чіткі і виключні повноваження, парламентський, включно – опозиційний, контроль, публічний характер. Як правило вони мали регіональні представництва. Взаємодію потенційних реципієнтів допомагали налагоджувати консалтингові служби та Аграрні палати, інші професійні об'єднання землеробів.

В функціональному контексті уся допомога сільськогосподарським виробникам здійснюється на основі багатолітнього плану, відповідно до стратегічних цілей і пріоритетів. Принципи відкритості, публічності, подвійного контролю та оцінка результативності – є обов'язковими. Місцеві органи виконавчої влади та місцеві виборні органи можуть здійснювати контроль в межах своїх повноважень. Слід відзначити, що органів управління сільським господарством, за аналогом вітчизняних департаментів (управлінь) агропромислового розвитку в країнах ЦСЄ немає.

Сформована в нашій країні система підтримки сільського господарства різоче дисонує із тим, що сформовано у країнах ЦСЄ. Вона немає незалежного інституційного забезпечення, фактично перебуває під контролем і управлінням органів виконавчої влади центрального та місцевого рівнів. Більше того, вона буде непередбачувана й динамічна, та ймовірно – перебуває під впливом інтересів зацікавлених суб'єктів господарювання. Оцінка ефективності (результативності) регуляторного впливу не здійснюється, рівень публічності та контролю є недостатнім. Розподіл значних бюджетних коштів на підтримку сільського господарства на місцевому рівні із залученням до розподілу місцевих службовців та депутатів є дуже дискусійним.

Це ймовірно буде однією із перепон на шляху інституційного зближення вітчизняної аграрної політики із САП. Тому проблема вимагає методологічного, організаційного та політичного вирішення, на основі комплексного її вивчення.

Бібліографічний список:

1. Губені Ю. Е. (2002) Аграрна реформа в Чеській Республіці: від «оксамитової революції» до європейської інтеграції. Приклад гідний наслідування. – Л.: Укр. технол., 368 с.
2. Władysław Piskorz (1995) Unia Europejska i jej polityka rolna, Warszawa: Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa,.
3. Wilkin Jerzy (2011) Widok Przyszłość wspólnej polityki rolnej po 2013 roku – próba podsumowania dyskus
4. Kožmínová Michaela (2021). Zelená dohoda a nová Společenská zemědělská politika: kam kráčí unijní zemědělství? [Ел. ресурс]. Режим доступу: <https://www.amo.cz/cs/klimatym/zelena-dohoda-a-nova-spolecenska-zemedelska-politika.../> Дата зверення: 24.11.23р.

Гунька В.
аспірант першого року навчання
каф. менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Сучасне бізнес-середовище переживає значні зміни завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій та цифрових інновацій. Діджиталізація стала ключовим чинником, що впливає на підприємства у всіх галузях. Ця стаття розглядає діджиталізацію підприємств і її важливість у сучасному бізнес-середовищі.

Діджиталізація - це процес перетворення традиційних бізнес-процесів та моделей у цифрові. Це охоплює впровадження технологій, які базуються на обробці даних, штучному інтелекті, інтернеті речей (IoT), обліку блокчейну та інших цифрових інноваціях для оптимізації операцій, покращення взаємодії з клієнтами, збільшення продуктивності та підвищення конкурентоспроможності [1,2].

Таблиця 1

Ключові аспекти діджиталізації

Ключові аспекти діджиталізації	Обґрунтування
Збільшення продуктивності	Діджиталізація дозволяє автоматизувати процеси, використовувати аналітику для прийняття рішень та підвищити продуктивність працівників.
Покращення клієнтського досвіду	Завдяки діджиталізації підприємства можуть надавати клієнтам персоналізовані послуги, спрощувати процеси замовлення та спілкування з клієнтами.
Глобальна доступність	Цифрові рішення дозволяють підприємствам розширювати свій ринок та працювати з клієнтами та партнерами з усього світу.
Забезпечення безпеки даних	Діджиталізація вимагає великої уваги до кібербезпеки для захисту конфіденційності та цілісності даних.

Джерело: складено автором на основі [4,5,6]

Діджиталізація сьогодні відкриває широкі перспективи перед підприємствами, зокрема, дозволяє підприємствам ефективно використовувати ресурси, знижувати витрати на папір та фізичне зберігання документів. Підприємства, які вчасно діджиталізуються, можуть бути більш гнучкими та швидко реагувати на зміни на ринку. Діджиталізація сприяє розвитку нових продуктів та послуг, а також відкриває можливості для створення цілком нових бізнес-моделей. Цифрові інструменти допомагають керівникам отримувати реальний часовий аналіз та керувати підприємством більш ефективно. [3]

Варто зауважити, що діджиталізацією спричинено і ряд викликів:

а) Забезпечення кібербезпеки: З використанням цифрових технологій зростає ризик кібератак, і, отже, підприємства повинні інвестувати в засоби захисту даних.

б) Потрібна кадрова експертиза: Підприємства повинні мати спеціалістів, які розуміють сучасні технології та можуть впроваджувати їх ефективно.

в) Витрати на діджиталізацію: Впровадження цифрових рішень може бути дорогим і вимагає великих інвестицій.

Діджиталізація стала необхідною умовою для підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Вона дозволяє підприємствам не тільки залишитися конкурентоспроможними, але й досягати нових висот у розвитку та створювати інноваційні продукти та послуги. Збільшення продуктивності, покращення клієнтського досвіду, глобальна доступність та забезпечення безпеки даних - це лише деякі з переваг, які надає діджиталізація.

Проте, підприємства також повинні бути обережними і враховувати виклики, які виникають разом з цим процесом, такі як кібербезпека та витрати

на діджиталізацію. Важливо забезпечити безпеку даних та мати кваліфікований персонал, який здатен працювати з цифровими технологіями.

У підсумку, діджиталізація відкриває нові можливості для росту та розвитку підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Вона стає тим інструментом, який допомагає підприємствам адаптуватися до змін та досягати більшого успіху у глобальному ринку.

Бібліографічний список:

1. Brennen S.J., Kreiss D. Digitalization, The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy, John Wiley & Sons. – 2016. – P. 1-11.
2. Диба М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. Фінанси України. – 2018. – №7.
3. Коробка С. В. Діджиталізація підприємницької діяльності. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2021. – №100.
4. Digitization, digitalization, digital and transformation: the differences // i-SCOOP [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>
5. What is digitalization? // Innolytics [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://innolytics.net/what-is-digitalization/#>
6. Boulton C. What is digital transformation? A necessary disruption // СІО. – 2021 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.cio.com/article/3211428/what-is-digital-transformation-a-necessary-disruption.html>

Гаврилюк І.І.

**к.е.н, в.о. доц. кафедри МЕВ та маркетингу
Львівський національний університет
природокористування**

ГЛОБАЛЬНІ АМБІЦІЇ У СКЛАДНИХ УМОВАХ: ШЛЯХ УКРАЇНСЬКОГО МСБ ДО СВІТОВОЇ ЕКСПАНСІЇ

У світі, де малі та середні підприємства (МСП) щодня стикаються з новими викликами, український бізнес демонструє неймовірну стійкість та амбіції. Ці якості дозволяють їм не тільки виживати в умовах військового конфлікту, а й прагнути до глобального лідерства, розширювати своє бачення міжнародних можливостей і ефективно їх використовувати.

Малий та середній бізнес, індивідуальне підприємництво – це створення нових робочих місць, а також альтернатива найманій праці. Розвиток малого і середнього бізнесу є дуже важливим для формування середнього класу суспільства [4, с. 848].

У сучасних економічних умовах розвиток малого та середнього підприємництва має бути головним напрямком державної політики

економічного розвитку, оскільки сприяє вирішенню соціально-економічних проблем України.

Для подолання кризового явища в Україні державна влада має усвідомити важливість розвитку малого та середнього підприємництва, особливо діяльності фізичних осіб-підприємців, їх роль і місце у формуванні економіки країни. Сьогодні малі та середні підприємства (юридичні особи та фізичні особи-підприємці) стикаються з рядом проблем, серед яких: Недосконала державна політика у сфері оподаткування, відсутність програм підтримки малого та середнього підприємництва в Україні, високі ставки за кредитні кошти, що обмежує підприємства та підприємців у залученні капіталу для своєї операційної діяльності [2].

МСБ України: де ми зараз

- Міжнародна експансія. Українські МСБ активно прагнуть вийти на міжнародний рівень. 76% планують розширювати діяльність. Чверть із них планують вихід на зовнішні ринки [2].

- Цифрова трансформація. Цифровізація малого та середнього бізнесу України набирає обертів. 70% підприємців використовували цифрові канали продажів і 87% приймали безготівкові платежі [2].

- Диверсифікація ланцюгів постачання. Українські МСБ активно розширюють мережі постачальників, і якщо ця тенденція збережеться, то до 2024 року наша країна може увійти до трійки лідерів за кількістю підприємців. [2].

- Оптимізація міжнародних транзакцій. Завдяки своїй діяльності українські компанії мають можливість використовувати найкращі практики та світовий досвід для оптимізації транскордонних фінансових операцій.

Аналіз «Барометра амбіцій МСБ» відкриває стратегічні напрями розвитку для українських підприємців, що прагнуть зміцнити свої позиції на глобальній арені. Ось декілька ключових рекомендацій, заснованих на висновках дослідження [2].

- Глибокий аналіз цільового ринку. Вивчайте тенденції та стратегії конкурентів на світовому ринку.

- Міжнародні альянси. Використовуйте свою чинну мережу закордонних партнерів для розширення бізнесу.

- Цифрова адаптація. Швидко інтегруйте новітні технології для гнучкості та конкурентоспроможності.

- Сила даних у прийнятті рішень. Впроваджуйте інструменти ШІ для обґрунтованого управління.

- Цифрова візитівка. Посилуйте свою онлайн-присутність через сучасні вебресурси та майданчики електронної комерції.

- Диверсифікація ланцюгів постачання. Забезпечуйте стабільність, розширюючи мережу постачальників.

- Комплексний підхід до ризиків. Розробляйте стратегії для виявлення та мінімізації потенційних загроз.

- Технологічна оптимізація. Інтегруйте передові технології, такі як блокчейн, інтернет речей та штучний інтелект для моніторингу та оптимізації своїх операцій.
- Ефективність транскордонних операцій. Спростуйте міжнародні транзакції за допомогою ефективних платіжних рішень, зосереджуючись на прозорості й ефективності.
- Стабільність валютних операцій. Впроваджуйте стратегії для захисту від валютних коливань, такі як хеджування та форвардні контракти, щоб стабілізувати грошові потоки та захиститися від несприятливих коливань валютного курсу [2].

Незважаючи на військовий конфлікт, малий і середній бізнес в Україні продемонстрував неймовірну здатність до адаптації та зростання.

За даними SME Ambition Barometer, середній річний темп зростання доходу становить 8% у період 2021-2022 років, що вище, ніж у багатьох регіонах світу. Така стабільність свідчить про рішучість і високу адаптивність українських бізнесменів [2].

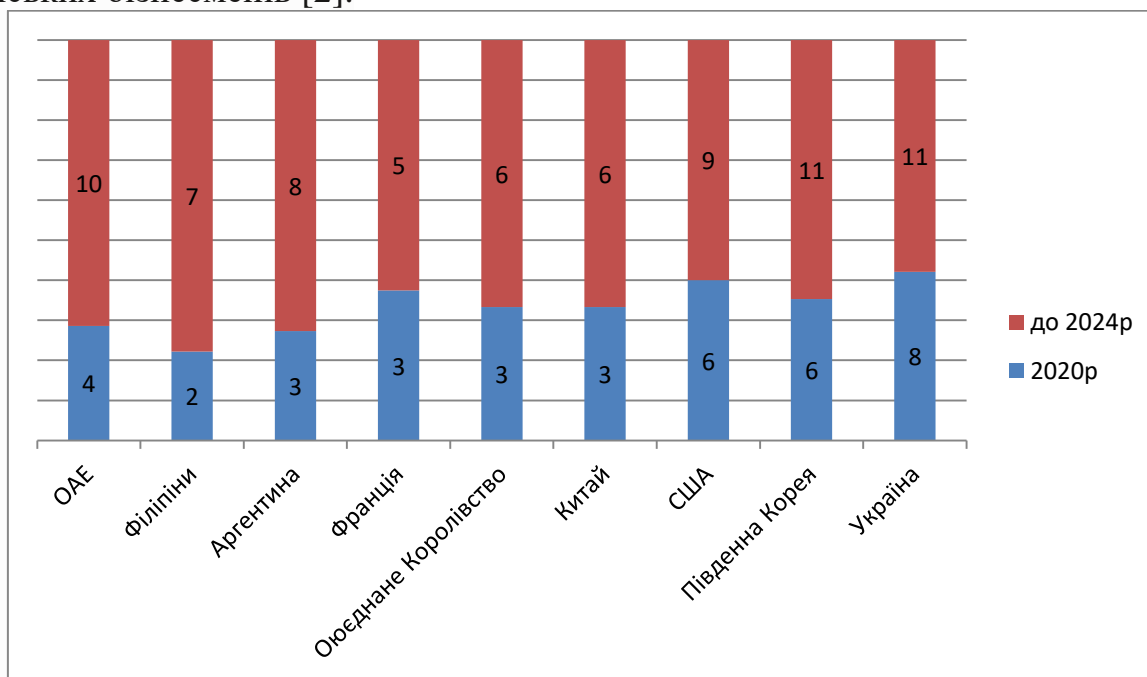


Рис. 1. Щорічні темпи зростання МСБ за країнами

Джерело [2].

Досягнення середньорічного зростання доходу на 8% вимагає не тільки стабільності, але й значної гнучкості. Українські МСБ володіють цією характеристикою, про що свідчать цифри, що дозволяє їм ефективно реагувати на швидкі зміни у світовому бізнес-середовищі. Така гнучкість є ключем до успіху в сучасному світі.

Розвиток малого та середнього підприємництва має стати ключовим чинником розвитку економіки країни, оскільки це основний засіб формування та розвитку регіональної економіки, створення ряду великих робочих місць, зростання використання інформаційних технологій. Як наслідок, це

забезпечить наповнення районних бюджетів та бюджетів громад, що призведе до посилення спроможності кожної з них. Прикладом щодо методів, інструментів та стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу в Україні має стати досвід європейських країн [1].

Для забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у 2023 році, слід розробити шляхи подолання негативних чинників. Згідно з дослідженням, проведеним Європейською Бізнес Асоціацією, попри повномасштабну війну, 76% власників українського малого та середнього бізнесу планують у 2023 році розширити свій бізнес. Для розширення бізнесу більшість опитаних (67%) залучатимуть нові кошти. Здебільшого підприємці покладаються на власні фінанси (30%) та меншою мірою на гранти (21%) і кредити (10%) [3].

Допомагаючи, а не перешкоджаючи, українським підприємствам отримати переваги від повної інтеграції до єдиного європейського ринку, українські підприємства, особливо МСБ, будуть захищені від негативних наслідків економічного відкриття країни.

Вкрай важливо, щоб план відбудови України зосередився на вивченні досвіду інновацій воєнного часу в корпоративному секторі, поширенні технологічних досягнень серед бізнесу, заохоченні інтеграції у світові ринки капіталу та приведенні його у відповідність до норм ЄС. Таким чином, післявоєнна Україна зможе продемонструвати потенціал глобальних фінансів як сили добра.

Бібліографічний список:

1. Lidiia Karpenko. Investment Determinants Modeling for Territorial Development of Southern Ukraine: Institutional Quality and Economic Growth (2022). Journal of Political Science and International Relations. USA. Vol. 5. No. 4. P. 117–126.
2. [Глобальні амбіції у надскладних умовах: шлях українського МСБ до світової експансії — Forbes.ua](https://forbes.ua/business/globalni-ambitsii-u-nadskladnikh-umovakh-shlyakh-ukrainskogo-msb-do-svitovoi-ekspansii-03112023-17020) <https://forbes.ua/business/globalni-ambitsii-u-nadskladnikh-umovakh-shlyakh-ukrainskogo-msb-do-svitovoi-ekspansii-03112023-17020>].
3. [Попри війну 76% підприємців планують розширення бізнесу в 2023 році – ЕВА \(ukrinform.ua\)](https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3671001-porri-vijnu-76-pidpriemciv-planuut-rozsirena-biznesu-v-2023-roci-eva.html) <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3671001-porri-vijnu-76-pidpriemciv-planuut-rozsirena-biznesu-v-2023-roci-eva.html>
4. Табінський В. А., Телятник В. М., Сімон А. П. (2017). Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. “Молодий вчений”. № 3 (43), 848–851.

Новаківський І. І.

**д-р е. н., професор кафедри менеджменту організацій
Національний університет "Львівська політехніка"**

Шамутило А.Ю.

**студентка ІV курсу, спеціальність менеджмент організацій та
адміністрування, Національний університет "Львівська політехніка"**

SMART-CITY ВІННИЦЯ: ІННОВАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ МІСТА

Процес світової урбанізації, цифровізації та перетворення міст на інноваційні центри з високорозвиненими інформаційно-технологічними процесами змушує популяризувати розвиток концепції розумного міста задля підвищення рівня життя та привабливості міста для туристів та інвесторів. Чимало уваги державному регулюванню розвитку сталих громад у наукових працях присвячують: Дж. Брейверман, А. Ваноло, Т. Нам, М. Ангеліду [1], Н. Камнінос, Р. Дамері, С. Кривелло, М. Дікін [2], Дж. Місурака, Л. Ван Зунен, І. Жукович [3], С. Гаврилюк [4]. Стратегії смартизації міст втілюється у близько 2500 міст по всьому світу, свідчить про актуальність вивчення цього питання.

Перевантажені дороги, забруднене повітря та вода, нестача енергії – це проблеми, з якими стикається безліч міст по всьому світу, тому інженери розробляють інноваційні технології, щоб робити міста більш ефективними та комфортними для життя. Найвідомішими прикладами таких проєктів Smart-city можна навести місто Масдар (ОАЕ) [5]. Воно розроблене як місто майбутнього з стрімким розвитком технологій. Місто використовує відновлювальні джерела енергії та застосовує технології рециркуляції води. Ще одним з найбільших проєктів реалізації концепції розумного міста є Сонгдо на півдні Південної Кореї [6]. В місті встановлені розумні ліхтарі, які мають датчики руху та освітлення, а в усіх будинках наявні системи, які лише за допомогою однієї кнопки дозволяють керувати усім будинком. The Line - проєкт Саудівської Аравії, в якому, як стверджують розробники, викиди в атмосферу шкідливих речовин будуть нульові, оскільки у місті планується створення інфраструктури для безпілотного транспорту [7].

Впровадження концепції розумного міста вже не є чимось незвичним для містян, проте не варто думати, що Україна стоїть осторонь інноваційних змін. Згідно зі світовим рейтингом Smart City Index 2021 Київ піднявся на 16 пунктів у світовому рейтингу і зайняв 82 місце, що є однією з найкращих динамік росту [8]. А у листопаді 2022 року столиця України отримала нагороду World Smart City Award Special Recognition за додаток «Київ Цифровий» [9].

Останнім часом в Вінниці відбувається стрімкий розвиток smart-інфраструктури. Основним завданням розвитку, яке перед собою ставить уряд міста, є не лише економічне зростання, а й турбота про екологію, зростання активності бізнесу та підвищення комфорту жителів. Система «Розумне місто» почала діяти в Вінниці з 2011 року з запровадженням електронної мапи

звернень громадян, яка допомогла полегшити комунікацію містян та муніципальних служб стосовно наявних проблем, відтоді щороку вводяться вдосконалення для міста, як от відкриття мережі громадського велопрокату NextBike, встановлення зарядних станцій для електромобілів та для гаджетів по місту [10]. Кожне впровадження забезпечує покращення екологічної якості міста та збільшує привабливість міста для громадян, а також допомагає підвищувати рівень туристичного потенціалу міста.

Не аби-яку увагу уряд приділяє розвитку транспортної системи міста. Транспортний парк Вінниці є найбільшим в Україні, відбувається розробка власних модернізованих трамваїв VinWay вартістю одного близько 12,5 млн. грн., та тролейбусів VinLine, які на 30% менше споживають енергії, вартість становить 9,7 млн. грн. на складові для одного. У 2022 році Вінниця стала першим містом України, яке проголосило Зелений курс, що підвищило інвестиційну привабливість міста[11].

Налаштовано камери зі штучним інтелектом для контролю дотримання ПДР на суму 1 003 260,00 грн – 540 ліцензій на підключення камер, 20 ліцензій на аналітичне програмне забезпечення. А завдяки встановленню 50 інформаційних табло на зупинках громадського транспорту з відображенням інформації про час прибуття трамваїв, тролейбусів та автобусів, жителям стало значно легше планувати свій час та вибрати оптимальний маршрут.

Запуск програми «Еквиток Вінниці» з Smart-картою вінничанина, а також проєктів «Електронна медична картка» та «Персональний кабінет з електронним доступом до адмінпослуг» дозволили значно спростити процеси отримання різних послуг та скоротити час очікування на державних установах. На реалізацію проєкту «Впровадження автоматизованої системи збору плати за проїзд в громадському транспорті» з бюджету на 2020 рік надано фінансову підтримку КП «Вінницякартсервіс» в сумі 11 625 554,00 грн. За впровадження даних проєктів отримано відзнаки на загальнодержавному рівні у конкурсі «Дієва Громада» (переможець у номінації «Інновації у сфері транспорту») та на Міжнародному форумі «Smart City Awards 2020» (переможець у номінації «Найкраще Smart безпечне місто» більше 100 000 населення) [11].

Вінниця поступово переходить до повноцінного впровадження концепції Smart City, що означає впровадження цифрових, інноваційних та інтелектуальних технологій, моделей, стратегій, продуктів і сервісів у різних сферах діяльності громади. Для визначення доцільності обраної Стратегії 3.0 було підбито підсумки виконання Стратегії «Вінниця 2020» та проведено відповідне оцінювання за підтримки Проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст». Визначення положень концепції розумного міста для Вінниці є складовою стратегії розвитку міста.

Європейське тлумачення розумного міста базується на розробках Віденського технологічного університету, які покладено в основу дослідження “European Smart Cities” [12], що визначає відповідність європейських міст критеріям розумності. Зазначеними складовими за віденською методологією є розумна економіка, розумне управління, розумні люди, розумна мобільність, розумне довкілля, розумне життя[13]. Можна зазначити, що в сучасних умовах

важливою складовою шляху трансформації українських міст у smart-міста є врахування пріоритетів сталого розвитку та стратегічних цілей (табл. 1).

Таблиця 1

Відповідність пріоритетів місцевого розвитку до складових сталого розвитку та розумного міста

Складові сталого розвитку	Розумне і стійке місто (бачення ООН)	Розумне місто	Пріоритети розвитку Стратегії 3.0
Економічний розвиток	Економічні зв'язки між міськими, приміськими та сільськими районами	Розумна економіка	Налагодження міжмуниципального співробітництва із сусідніми громадами. Налагодження співробітництва з органами державної влади та муніципалітетами на національному рівні.
	Доступ до безпечних та стійких транспортних систем та громадських місць відпочинку	Розумне управління Розумна мобільність	Цифровізація муніципального простору Підвищення якості медичного обслуговування. Якісна та інклюзивна освіта, посилення зв'язку системи освіти з потребами бізнесу.
Соціальний розвиток	Дбайливе ставлення до світової культури та природної спадщини	Розумні люди	Центр міської культури сучасної України. Сталий туризм. Дієвий маркетинг громади.
	Безпечне і прийнятне за ціною житло	Розумне життя	Інтегрована громада: якісні та доступні муніципальні послуги для всіх
Екологічний розвиток	Забезпечення сприятливого навколишнього середовища	Розумне довкілля	Зелена економіка та смарт-спеціалізація. Доступне, безпечне та екологічно чисте середовище

Бачення ООН та пріоритети розвитку Стратегії 3.0 торкаються спільних проблем. Підвищення соціального розвитку та заохочення підприємницької діяльності в області – найважливіші аспекти на найближчі роки для Вінниці. Зменшення рівня води у водоймах та криницях, сильні вітри – пріоритетні проблеми, на які звертатиме увагу уряд та впроваджуватиме заходи. Проте, у стратегії не передбачаються заходи боротьби з бідністю, гарантування безпеки життя, збалансованого споживання виробництва. Крім того, через недоцільність впровадження заходів щодо смарт-мобільності та цифрового зв'язку між людьми, дані заходи передбачені Європейською Зеленою Угодою до виконання до 2050 року. Для кращого розуміння напрямків розвитку діяльності міста результати опитування фахівців в сфері містобудування Вінниці приведені на діаграмі рис. 1.



Рис 1. Оцінка складових розумного міста у Вінниці у відповідності з пріоритетами розвитку Стратегії 3.0

Загалом, аналізуючи пріоритети розвитку Стратегії 3.0, можна відмітити, що міська адміністрація Вінниці орієнтується на вдосконалення транспортної системи міста, об'єднуючи усі громади, покращення становища навколишнього середовища і виконання домовленостей вказаних в Зеленій Угоді, а також популяризацію культурної спадщини міста для підвищення усвідомленості містян і туристичної привабливості Вінниці загалом. Дані цілі чітко торкаються проблем, що були порушені в попередній стратегії міста. Продовження розвитку у напрямках сталого та розумного міста дозволить досягти більш широких переваг і забезпечить інтегрований підхід до покращення економічної та соціальної стабільності міста. Мешканці Вінниці задовільно реагують на діяння уряду та готові до подальшої інтеграції даної стратегії, яка до 2050 року охопить всі складові сталого та розумного міста.

Місто Вінниця може стати хорошим прикладом швидкого розвитку та цифровізації важливих процесів для функціонування міста, а заплановані проекти, націлені на збільшення інноваційного потенціалу, матимуть вплив не лише на загальний розвиток громади, але й на розвиток окремих її територій.

Бібліографічний список:

1. Angelidou, M., 2014. Smart city policies: A spatial approach. *Cities*, 41, S3–S11.
2. Deakin M., 2013. Smart cities: governing, modeling and analyzing the transition. Routledge.
3. Жукович І. А., 2015. Smart-місто як новий об'єкт статистичних досліджень: визначення терміна. *Щоквартальний науково-інформаційний журнал «Статистика України»*. № 1(68). с. 18–22.
4. Гаврилюк В.Т., 2012. Об'єктивна необхідність прискорення науково-технічного прогресу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. Сер.: Економіка і менеджмент. № 1. С. 21–28
5. Масдар-Сіті: екологічне місто майбутнього, який будують в пустелі, без дати. Доступно за посиланням: <http://mapme.club> [дата звернення 20 листопада 2023]
6. Сонгдо, без дати. Доступно за посиланням: <https://publish.com.ua> [дата звернення 20 листопада 2023]
7. The Line, без дати. Доступно за посиланням: <https://www.neom.com> [дата звернення 20 листопада 2023]
8. Ouddane, M., 2023. Smart City Observatory 2023 - IMD business school for management and leadership courses. Доступно за посиланням: <https://www.imd.org> [дата звернення 22 листопада 2023]
9. Офіційний портал Києва, без дати. Доступно за посиланням: <https://kyivcity.gov.ua> [дата звернення 22 листопада 2023]
10. 20 Хвилин, 2020. Наскільки «порозумнішала» Вінниця за дев'ять років. Доступно за посиланням: <https://vn.20minut.ua> [дата звернення 22 листопада 2023]
11. Вінницька міська рада, 2021. Звіт ПЦР 2020. с. 3-7.

12. European Smart Cities без дати. Доступно за посиланням: <http://www.smart-cities.eu> [дата звернення 23 листопада 2023]
13. Мужанова Т., 2017. «Розумне місто» як інноваційна модель управління. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 2 (20). С. 116–122.

Тибінка Г. І.
доцент кафедри менеджменту
Львівський національний університет ім. І. Франка
Федоришин І.
аспірант кафедри менеджменту
Львівський національний університет ім. І. Франка
Кондрацький Р.
аспірант кафедри менеджменту
Львівський національний університет ім. І. Франка

«ЗЕЛЕНІ ОФІСИ» ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ: МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ

У сучасних умовах питання «зелених офісів» висвітлені у дослідженнях багатьох іноземних та українських вчених. А саме, питання «зелених офісів» розглянуто у працях Буковинської М. [1], Охріменка О. [2] та інших науковців питання «зелених офісів». Однак, сьогодні, ми вважаємо, існує необхідність власне розвитку теоретико-практичних навиків, знань та вмінь щодо створення і вдосконалення «зелених офісів» для українських компаній.

«Зелений офіс» розглядається як концепція управління власне організацією, яка має на меті зменшити негативний вплив діяльності організації на довкілля та сприяти раціональному використанню ресурсів організації. Організації, які діють відповідно до рекомендацій «зеленого офісу», ми вважаємо, використовують свою енергію, ресурси раціональніше, знижують кількість відходів при роботі в офісних приміщеннях, підвищують імідж організації серед споживачів, партнерів, клієнтів. На нашу думку, не завжди потребують великих затрат часу та коштів добровільні публічні зобов'язання власне організації у рамках концепції «зеленого офісу», інколи допомагають зекономити. Варто звернути увагу, що концепція «зеленого офісу» має можливість використовувати незалежно від фінансового стану, сфери діяльності, розміру будь-яка організація.

Організації, які застосовують концепцію «зеленого офісу», на нашу думку, знижують кількість відходів при роботі в офісах, покращують репутацію своєї організації, демонструють свою екологічну відповідальність, раціонально використовують свої ресурси.

На наше переконання, сьогодні концепція управління організацією «зелений офіс» ґрунтується на філософії 3R:

- Refinement, повторне використання (або зниження кількості відходів при роботі в офісах);
- Reduction, зменшувати (споживання води, енергії, інших ресурсів);
- Replacement, переробляти (або закуповувати товари чи послуги, які мінімально впливають на довкілля, проголошувати раціональніше використання транспорту для забезпечення реалізації особистих і ділових цілей тощо).

Варто звернути увагу, що концепція «зеленого офісу» не потребує складних методів реалізації, встановлення сучасних програм, придбання новітніх технологій. Це, ми вважаємо, щоденні прості правила раціонального використання ресурсів, шанобливого ставлення до довкілля, завдяки чому організація стає кращою, а працівники – самосвідомими.

В загальному, концепцію «зеленого офісу», ми вважаємо, варто трактувати як систему, що передбачає зниження негативного впливу на довкілля та ефективне використання ресурсів. Серед елементів концепції «зеленого офісу» виділяємо наступні:

1. Збереження водних ресурсів: встановлення приладів обліку води та контроль справності сантехніки.
2. Збереження енергії: електронні прилади, енергоощадні освітлювальні елементи, прилади, датчики руху, вимикати світло, коли нема потреби, автоматичне переведення ПК на режим енергозбереження та при можливості використовувати відновлювані джерела енергії.
3. Зелений друк: перехід на електронний документообіг або користуватися двостороннім друком.
4. Теплозбереження: утеплення приміщення, заміна дверей та вікон, а також встановлення терморегуляторів на батареях.
5. «Зелена реклама»: реклама через інтернет-ресурси, а не друковані плакати, презентації, а не друковані брошури, банери, оголошення, а також розсилка через інтернет-ресурси, а не надсилання паперової пошти чи особистих дзвінків клієнтам тощо.
6. Закупівлі: потрібно позбутися застосування одноразових речей, меблі, канцтовари, папір, мийні засоби потрібно вибирати згідно екологічного маркування, а також придбання офісних приладів та обладнання із енергозберігаючими можливостями.
7. Поведінка із відходами: зменшення відходів, утилізація, сортування сміття, концепція «зеленого офісу» ґрунтується на 5R принципах: reuse, reduce, redesign, remake, recycle (повторно використати, скоротити, переоформити, переробити, утилізувати).

Бібліографічний список:

1. Буковинська М. П. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія. К. : Компринт, 2015. 296 с.
2. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. К: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

СЕКЦІЯ 4

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Булик О.Б.
доцент кафедри МЕН та маркетингу
Львівський національний університет
природокористування

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

Суспільство переживає постійну технологічну трансформацію, яка передбачає зміни в усіх сферах – від економіки до культури та політики. Діловий світ перебуває під глибоким впливом цієї трансформації, яка відбувається в різних галузях, хоча і з різною інтенсивністю. У цьому контексті деякі технології можна вважати вже привичними і зрілими, як-от мобільний бізнес, хмарні обчислення та Інтернет речей, тоді як інші технології починають розвиватися, зокрема блокчейн і штучний інтелект.

Сучасні ринкові умови формують науковий інтерес до проблем підвищення ефективності маркетингової діяльності, невід'ємною частиною якої є використання інформаційних ресурсів. Нестабільне економічне середовище, безпрецедентні трансформації в бізнесі, зростаюча глобалізація та неспинний розвиток цифрових технологій зумовлюють необхідність швидких змін у маркетинговій діяльності комерційних компаній. Водночас, протягом останнього десятиліття саме впровадження цифрових технологій у повсякденне життя визначає, з одного боку, нові способи споживання продуктів і послуг, а з іншого - нові можливості для залучення споживачів.

Використання цифрових технологій саме в маркетингу зумовило появу не менш модернізованої назви - діджитал-маркетинг, цифровий маркетинг. Такий вид є результатом поєднання різних тактик з просування послуг і товарів та взаємодії з клієнтами в цифровому середовищі.

Можна виокремити три основні фактори, що змінили підхід до маркетингу та стали його конкурентною перевагою [1]:

- ✓ доступ до великого об'єму даних;
- ✓ встановлення довготермінових відносин з клієнтами;
- ✓ гнучкість та висока швидкість циклів.

Цифрові технології відіграють все більшу роль у маркетингу. Насправді він став настільки невід'ємним, що його можна віднести до маркетингових інструментів. Ось деякі з переваг використання цифрових технологій в маркетингу:

1. Більше залучення: цифровізація дозволяє маркетологам взаємодіяти зі своїми клієнтами більш особистим способом. Наприклад, вони можуть використовувати платформи соціальних медіа, щоб спілкуватися з іншими клієнтами та підписниками, або вони можуть створювати привабливий контент,

який буде специфічним для їх цільової аудиторії. Це збільшення залучення призводить до більшого ступеня лояльності клієнтів і маркетингу з вуст в уста.

2. Розширене охоплення: за допомогою цифрових технологій маркетингологи можуть охопити ширшу аудиторію, ніж будь-коли раніше. Вони можуть використовувати онлайн-рекламні платформи для націлювання на людей по всьому світу, або вони можуть використовувати соціальні медіа для прямого зв'язку з потенційними клієнтами. Це збільшення охоплення веде до більшої поінформованості про ваш бренд, що може збільшити продажі.

3. Підвищення ефективності: цифрові технології роблять маркетинг ефективнішим, оскільки дозволяє маркетингологам працювати будь-де в будь-який час. Це означає, що вони можуть залишатися на зв'язку зі своїми клієнтами та користуватися новими можливостями, щойно вони з'являться. Крім того, цифровізація допомагає маркетингологам відстежувати перебіг своїх кампаній і вносити необхідні корективи.

Технології діджиталізації безпосередньо впливають на споживача, а опосередковано – на продуктивність компанії. При цьому вплив на споживача є процесом, який компанія, як суб'єкт господарювання, не може повністю контролювати, тому цей аспект не буде розглядатися в даному дослідженні. Продуктивність компанії є цільовим показником, зростання якого забезпечується в процесі маркетингової діяльності шляхом найкращого задоволення потреб та створення споживчої цінності. Підхід до вибору технологій діджиталізації визначається операційним призначенням тієї чи іншої технології для забезпечення маркетингової функції компанії. Відповідно, результати вибору технологій діджиталізації наведені в табл. 1.

Таблиця 1.

Технології діджиталізації в маркетинговій діяльності

Цифрові технології	Застосування	Характеристика
Big Data – технології	Обладнання та програмне забезпечення	Збір, організація та обробка великих обсягів різноманітних структурованих і неструктурованих даних
Штучний інтелект	Обладнання та програмне забезпечення	Імітація інтелектуальної діяльності людини через тренування, що дозволяє розпізнавати зображення, мову, відповідати на запитання, аналізувати інформацію та робити висновки
Хмарні обчислення	Програмне забезпечення	Розподілене мережеве використання обчислювальних ресурсів за запитом користувача
Соціальні мережі	Програмне забезпечення	Користувачі створюють власний цифровий контент і діляться ним в Інтернеті в режимі реального часу через соціальну активність
Інтернет речей	Обладнання та програмне забезпечення	Взаємопов'язані фізичні пристрої, які можуть передавати або обмінюватися даними, збирати та обробляти інформацію
Блокчейн	Обладнання та програмне забезпечення	Нові бізнес-моделі з мінімізацією ринкових посередників, токенизацією економічних відносин, верифікацією будь-яких реальних об'єктів або їх параметрів онлайн
Цифрові платформи	Програмне забезпечення	Формування цифрових екосистем; формування та розвиток нових бізнес-моделей ведення бізнесу на базі платформ з перенесенням на платформи традиційної торгівлі, платежів та логістики

Джерело: сформовано за матеріалами [2,3]

Таким чином, враховуючи управлінську природу маркетингу, основним критерієм вибору технологій діджиталізації в рамках цієї роботи є їх призначення для збору, зберігання, обробки та передачі інформації про споживачів і товари (послуги). Роль цифрових технологій в розвитку сучасного маркетингу та налагодження бізнес-процесів можна простежити за наступними напрямками:

1. Інтенсифікація процесів обробки даних та прийняття рішень в умовах дуже високої інтенсивності змін у внутрішніх та зовнішніх ситуаціях.

2. Прискорення процесів формування бізнес-концепцій в рамках реалізації програм розвитку бізнес-підприємств.

3. Можливість розробки та впровадження інноваційних рішень в рамках реалізації окремих маркетингових стратегій.

4. Оптимізація процесів управління діяльністю бізнес-підприємства за рахунок використання можливостей цифрових технологій, що впроваджуються.

5. Удосконалення вже розроблених цифрових технологій для реалізації маркетингових стратегій завдяки можливостям, які відкриваються під час впровадження технологічних змін у вже впроваджених системах штучного інтелекту.

6. Можливість вдосконалення вже впроваджених методів отримання, обробки, зберігання та використання інформації.

Таким чином, процеси цифрової трансформації мають значний вплив на всі існуючі сфери маркетингової діяльності. В умовах глобальної цифрової трансформації умовах глобальної цифрової трансформації сучасним компаніям необхідно трансформувати процеси роботи з грошима, а також а також налагоджувати взаємодію з клієнтами та всередині всередині самих компаній, що представляють різні сегменти бізнесу. Це стане можливим за умов цифрової трансформації всіх галузей діяльності компанії в напрямку побудови якісного комунікативного зв'язку зі споживачами та прогнозування розвитку тренду ділової активності в усіх сферах бізнесу.

Бібліографічний список:

1. Гаврилук І.І., Булик О.Б. Формування маркетингової стратегії підприємства при виході на зовнішній ринок. Приазовський економічний вісник: електронний науковий журнал. Вип. 3(35) 2023. С.28-33. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/3_35_ukr/7.pdf (дата звернення 14.11.2023).

2. Дунаєв І., Громов С., Тимченко Ю., Проскуріна М. Пояснення ролі цифрових технологій в маркетинговому менеджменті сучасної компанії. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologie*. 5/13 (119). 2022. С. 89-99. URL: <https://journals.uran.ua/eejet/article/view/265017/262269> дата звернення 15.11.2023).

3. Танасійчук А.М., Поліщук І.І. Особливості застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємства. *Modern Economics*. 2023.

№ 39(2023). С. 138-145. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/features-of-the-application-of-2/> (дата звернення 15.11. 2023).

Бойчук О.З. Отчич Н.М. Роздайбіда Н.М.
викладачі економічних дисциплін,
спеціалісти вищої категорії
Відокремлений структурний підрозділ
«Вишнянський фаховий коледж
Львівського національного університету природокористування»

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Необхідною умовою розвитку будь-якого підприємства є застосування сучасних технологій у сфері виробництва та управління. Сучасний стан світової економіки характеризується розвитком інформаційних технологій, цифровізацією основних бізнес-процесів.

Сьогодні спостерігається світовий тренд на діджиталізацію розвитку економіки та суспільства. Її складові елементи можна зустріти у всіх сферах підприємницької діяльності та суспільного життя. Найважливішими є: ринки товарів та послуг, ринок банківських послуг, фінансові ринки, виробнича, наукова діяльність, освіта, система соціального забезпечення і система державного управління.

Це пов'язано з тим, що цифрові інструменти забезпечують певну прозорість, сприяють економічному зростанню через підвищення продуктивності існуючих технологій, створення принципово нових сфер цифрової економіки, веде до спрощення умов розвитку бізнесу, залучення інвестицій, та надає ширші можливості для задоволення інтересів та захисту прав споживачів.

До основних світових трендів, які впливають на рівень цифровізації, можна віднести:

- ризики глобальної війни;
- збільшення масової міграції народів;
- зростання чисельності населення;
- піклування про довкілля;
- зростання витрат на інформаційну безпеку;
- розвиток віртуальної реальності,
- використання штучного інтелекту і дронів;
- дослідження в сфері біоінженерії, які дозволяють використовувати нові ліки, паливо, продукти харчування;
- перетікання доданої вартості в цифрові сектори(ІТ, онлайн-торгівлю, інтернет-банкінг, електронні платежі, сервіси з надання онлайн-послуг, інтернет-рекламу, інтернет-ігри тощо. [1]

З початком війни в лютому 2022 року більшість українських підприємств опинилися в складних умовах: обмежені матеріальні, фінансові і трудові ресурси, зруйнована інфраструктура і логістика, зменшення замовлень та територіального охоплення, релокація. Складні сучасні умови змушують підприємства до вивчення та пошуку шляхів виживання та оптимізації діяльності підприємств. Одним із варіантів виходу із кризи може стати цифрова трансформація та діджиталізація управлінських процесів на підприємствах.

Цифрова трансформація може активно здійснюватися в таких глобальних напрямках: документообіг, аналіз даних та організаційна діяльність.

По-перше, за допомогою соціальних мереж, SSM просування, запуску та оптимізації рекламної кампанії на різних платформах можна вирішити проблему локалізації бізнесу, розширити присутність на ринку.

По-друге, впровадження цифровізації дозволяє ефективно планувати та управляти обмеженими ресурсами підприємства. Автоматизація більшості процесів дає можливість зменшити кількість бізнес-процесів, кадрів і витрат.

По-третє, однією з ключових переваг є покращення комунікації з клієнтами. Програми дозволяють детальніше окреслити цільову аудиторію, знайти нові методи співпраці з нею, накопичити, проаналізувати цифровими інструментами статистичні дані і отримати чіткі вимоги, вподобання споживачів. [2]

Впровадження цифрових обрахунків дозволяє швидко організувати вхідну та вихідну логістику, приймати управлінські рішення в умовах реального часу.

Одним із інструментів цифровізації бізнес-процесів підприємств є хмарні технології, які забезпечують для користувачів доступ до програмних продуктів з будь-якого місця та в будь-який час. Для оптимізації та покращення діяльності підприємств використовується широкий спектр хмарних інструментів, що можуть автоматизувати завдання, що повторюються, керувати контентом на різних платформах і централізовано координувати роботу команди.

Крім того, хмарні інструменти відіграють важливу роль у збиранні та аналізі даних щодо поведінки клієнтів, дозволяючи приймати рішення на основі реальних даних. Ці інструменти відстежують безліч показників, від трафіку веб-сайту та показника відмов до показників конверсії та залучення клієнтів. Ці дані можуть допомогти адаптувати свої стратегії для кращого задоволення потреб своєї аудиторії.

Використання хмарних інструментів створює ряд переваг, які можуть сприяти розвитку бізнес-стратегії, зокрема у сфері маркетингу:

1. Ефективність та продуктивність. Хмарні інструменти оптимізують маркетингові операції, автоматизуючи завдання, що повторюються, покращуючи спільну роботу і надаючи централізовану платформу для управління різними маркетинговими активностями. Ця підвищена ефективність може звільнити час для стратегічного планування та творчих завдань.

2. Рішення на основі даних. Завдяки надійним аналітичним функціям хмарні інструменти дозволяють отримати уявлення про поведінку клієнтів та ефективність кампаній. Ці дані в режимі реального часу дозволяють маркетологам приймати обґрунтовані рішення, коригувати свої стратегії та оптимізувати рентабельність інвестицій.

3. Масштабованість. Хмарні інструменти за своєю природою масштабуються, що дозволяє підприємствам легко налаштовувати свої послуги в залежності від поточних потреб та ресурсів. Ця масштабованість може призвести до економії коштів, оскільки підприємства платять лише за те, що вони використовують.

4. Доступність: оскільки доступ до хмарних інструментів здійснюється через Інтернет, їх можна використовувати у будь-якому місці, у будь-який час та на будь-якому пристрої з підключенням до Інтернету. Ця доступність є особливо цінною для віддалених команд або організацій з кількома офісами.

5. Поліпшення взаємодії з клієнтами: такі інструменти як системи CRM допомагають компаніям персоналізувати свою взаємодію з клієнтами, що призводить до підвищення задоволеності та лояльності клієнтів. [3]

Головними перевагами цифрової трансформації для підприємств є зростання конкурентоспроможності продукції, лояльність клієнтів, швидка та гнучка комунікаційна політика, оптимізація використання ресурсів, зменшення витрат виробництва та збуту, спрощення роботи з великими обсягами даних, контролю за якістю, прийняття управлінських рішень. Технології цифровізації дозволяють організувати максимально персоналізовану взаємодію, якій надає перевагу більшість клієнтів, оптимізувати роботу співробітників підприємства, завдяки чому зростає продуктивність кожного окремого члена команди.

Як і будь-яке інше явище, цифровізація має окрім переваг певні недоліки: потреба у високопрофесійних кадрах, необхідність підвищеної безпеки в цифровому середовищі, нестабільність переваг через інноваційність інструментів, висока вартість впровадження. Незважаючи на те, що цифрові інструменти можуть призвести до економії коштів у довгостроковій перспективі, початкові інвестиції можуть бути значними і, оскільки ці інструменти базуються на хмарі, потрібне надійне підключення до Інтернету.

Тому першим етапом здійснення цифрової трансформації має бути детальний збір інформації, ретельне планування, навчання, вибір надійних та зручних інструментів та оцінка як ризиків, так і перспектив.[4]

Бібліографічний список:

1. Гострик О. М. (2023) «Цифрові технології за європейськими стандартами» Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти с. 276-279 URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/13268/1/2023> [Дата звернення 24.11.2023]

2. Шевченко О.(2022) «Цифровізація бізнес-процесів під час війни» Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи с.246-248 URL:<http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/272085>[Дата звернення 26.11.2023]

3. Островський С. (2023)Хмарні інструменти в цифровому маркетингу URL:<https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/hmarni-instrumenti-u-cifrovomu-marketingu>[Дата звернення 26.11.2023]

4. Коробка С. В. Діджиталізація підприємницької діяльності. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія «Економічна». 2021, № 100. С. 88–95. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/17619>[Дата звернення 24.11.2023].

Гаврилюк І.І.
к.е.н, в.о. доц. кафедри МЕВ та маркетингу
Львівський національний університет
природокористування

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

З моменту переходу економіки до ринкових відносин самостійність, економічна та юридична відповідальність компаній стрімко зростає. Конкуренція стає ключовим інститутом регулювання бізнес-процесів. Тому необхідно мислити зі стратегічної перспективи, формулювати плани дій, уточнювати цілі та визначати кращі методи розвитку. Формулювання стратегій максимально враховує ринкове середовище, можливості та ресурси компанії, щоб вона могла реагувати на жорстку конкуренцію в реальному часі.

Стратегія фірми складається з багаторівневої структури існуючої та потенційної діяльності, розподілу ресурсів (фізичних, фінансових, людських, інтелектуальних тощо) і відносин між фірмою та цільовими ринками для її продукції. Довгострокова модель. Послуги (їх частини або компоненти), які конкурують або призначені для конкуренції з іншими учасниками ринку чи іншими учасниками ринку чи будь-якими іншими зовнішніми факторами.

Маркетинговою стратегією вважають систему управлінських, організаційно-технічних заходів, спрямованих на організацію ефективного виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції з метою забезпечення прибуткового управління підприємством та стабільної конкурентної позиції на ринку. Успішне функціонування компаній потребує їх постійної конкуренції та формування певних конкурентних переваг. Характер цих переваг залежить від ринкового середовища та потенціалу компанії [2].

Щоб завершити процес формулювання міжнародної маркетингової стратегії, дуже важливо визначити її вхідні та вихідні дані. Вхідні дані – це фактори, які необхідно проаналізувати перед розробкою стратегії. Основними з

них є елементи маркетингового середовища, місія та цілі компанії. Вихідні дані – це стратегічні рішення щодо комплексу маркетингу, включаючи рішення про продукт, ціноутворення, розподіл, просування та розвиток бізнесу, наприклад, як вийти на зовнішні ринки, як наблизитися до ринку [5].

Перш ніж сформулювати стратегію, необхідно проаналізувати послідовність вибору зовнішніх ринків. Цей процес можна розділити на п'ять етапів: поява попиту на вихід на нові ринки, дослідження існуючих ринків, порівняння оптимальних ринків, вибір оптимальних ринків і рішення щодо вибору ринку (рис. 1). Після цього починається процес розробки маркетингової стратегії виходу на зовнішні ринки.

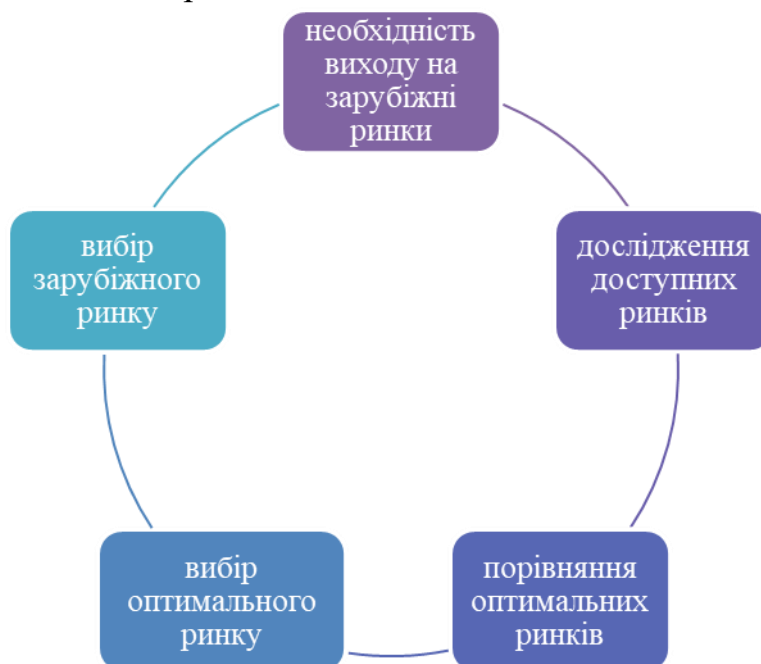


Рис. 1. Етапи процесу вибору іноземного ринку

Джерело [4].

Досить часто, підприємства не можуть виконати певну стратегію, тому що, був зроблений неправильно стратегічний аналіз або відбулися непередбачувані зміни в середовищі, які призвели до певних непередбачуваних наслідків. Процес виконання стратегії потребує певного контролю. Цю функцію вирішує – контроль та оцінка виконання стратегії, в свою чергу він забезпечує: з'ясування причин відхилення; визначення за якими параметрами потрібно контролювати; здійснення коригування; оцінити стан контрольованих об'єктів до прийняття рішень [3].

Виходячи на зовнішні ринки, компанії стикаються з багатьма проблемами, такими як:

- Розробляти ефективні стратегічні плани та вибирати шляхи виходу за кордон;
- Шукаємо іноземних партнерів для співпраці;

- Необхідно враховувати ризики, які виникають при провадженні зовнішньоекономічної діяльності.

Передбачаються такі варіанти виходу на сусідні зовнішні ринки:

- прямий експорт;
- організація виробництва в даних країнах;
- формування мережі дистриб'юторів для просування та розповсюдження товару на ринку;
- формування спільних підприємств з уже діючими підприємствами для створення дистрибуторського каналу;
- виробництво за ліцензією;
- організація мережі просування продукції та оцінка збуту (при експорті);
- дистриб'юторів і оптовиків з існуючими системами просування і збуту або купівля контрольного пакета акцій виробника [1, 58].

Особливою проблемою для України є формування ефективних конкурентних стратегій, оскільки для виходу на міжнародний ринок вони мають відповідати сучасним вимогам, а не лише забезпечувати розвиток своєї діяльності. Одним із важливих критеріїв вибору міжнародних ринків виходу є ефективність управлінських рішень, оскільки це визначає успіх суб'єктів господарювання в реалізації бізнес-устремлень окремо в умовах глобалізації [4].

Сьогоднішні умови вимагають від компаній генерування ефективної системи маркетингу, здатної керувати своєю стратегічною діяльністю. В тому числі, потрібно провести аналіз ринкових можливостей, вибрати основні ринки, розробити ефективну та успішну маркетингову стратегію та використовувати ринкові інструменти у своїй діяльності.

Тому вихід на зовнішні ринки є складним процесом, який включає різні етапи, зокрема створення конкурентоспроможного продукту, вибір країни та проведення маркетингових досліджень, пошук партнерів, розробку торговельної політики тощо. На даний час, всі ці функції покладені на міжнародну діяльність і маркетинговий відділ компанії. Проблеми, що виникають з перерахованих вище етапів, можуть призвести до відмови компанії від виходу на міжнародний ринок. У цьому плані повинен бути особливо чіткий і науково обґрунтований процес виходу на міжнародний ринок з правильним розподілом функцій між структурними підрозділами компанії.

Бібліографічний список:

1. Артімонова І. В. Особливості формування і функціонування служби маркетингу на аграрних підприємствах. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 1. С. 8 – 85.

2. Булик О.Б. Маркетингова стратегія управління конкурентоспроможністю переробних підприємств. *Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали всеукраїнської конференції, присвяченої 165- річчю заснування університету та 70-річчю створення економічного факультету*. Львів : ЛНУП, 2022. С. 336-339

3. Гаврилюк І.І. Тренди інтернет-маркетингу як ефективний інструмент підприємства. *I Міжнародна науково-практична конференція «SCINTIFIC RESEARCH IN THE MODERN WORLD»* 4.11.2022 р. Торонто, Канада. 2022р. с.772-779.

4. Плотницька С.І. Стратегія виходу організації на міжнародні ринки : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2020. 47 с.

5. Посібник з експорту: визначення, значення та приклади. Кар'єрний гід : веб-сайт. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-are-exports>

Лапчук Я.С.

**доцент кафедри математики та економіки
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка**

Дуб М.Г.

**аспірант
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка**

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОПТИМІЗАЦІЇ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ

Штучний інтелект (ШІ) – це галузь комп'ютерних наук, що займається створенням систем, які здатні виконувати завдання, які зазвичай вимагають інтелекту людини. Це включає в себе розвиток програм і алгоритмів, які наділені здатністю навчатися, адаптуватися, робити висновки, вирішувати проблеми та виконувати завдання, які раніше вважалися виключно людськими [1]. Штучний інтелект використовується у багатьох сферах життя, включаючи медицину, автопромисловість, фінанси, освіту, маркетинг, робототехніку та інші галузі, де велика кількість даних може бути оброблена та аналізована для прийняття рішень. Технології штучного інтелекту включають в себе машинне навчання, глибоке навчання, нейронні мережі, обробку природних мов, робототехніку та інші методи.

Штучний інтелект відіграє важливу роль у сфері маркетингу, пропонуючи нові можливості для аналізу даних, автоматизації процесів та персоналізації комунікацій з аудиторією. ШІ дозволяє обробляти великі обсяги даних для здійснення аналізу та витягнення цінної інформації про споживачів. Це допомагає розуміти поведінку споживачів, їхні вподобання, та робити прогнози щодо майбутніх тенденцій. За допомогою штучного інтелекту можна створювати персоналізовані пропозиції для кожного клієнта на основі його індивідуальних потреб та попередніх взаємодій з брендом. Це може бути використано у вебсайтах, електронній пошті, рекламних кампаніях тощо [2]. Окрім цього, ШІ дозволяє аналізувати дані про ефективність рекламних

кампаній та прогнозувати їхні результати. Це дозволяє маркетологам оптимізувати рекламні бюджети, підбирати оптимальні канали та стратегії реклами.

Штучний інтелект може генерувати контент, такий як статті, огляди, та навіть відео, з використанням алгоритмів глибокого навчання. Це може значно спростити процес створення контенту. ШІ дозволяє створювати інтелектуальні чат-боти, які можуть взаємодіяти з клієнтами, відповідати на питання та надавати підтримку, покращуючи якість обслуговування клієнтів. За допомогою алгоритмів машинного навчання та аналізу даних, ШІ дозволяє прогнозувати попит на товари та послуги, що допомагає компаніям планувати запаси, виробництво та маркетингові стратегії.

Штучний інтелект має ключове значення в оптимізації цифрових маркетингових кампаній через свої можливості аналізу даних, автоматизації процесів та забезпечення персоналізації. Наведемо характеристику декількох способів, які демонструють роль ШІ в цьому процесі [3; 4; 5]:

1. Аналіз аудиторії та поведінки споживачів: ШІ дозволяє проводити глибокий аналіз даних про споживачів – їхні вподобання, звички, реакцію на рекламу тощо. Це допомагає маркетологам краще розуміти свою аудиторію, підбирати точніші стратегії залучення та пропонувати релевантний контент.

2. Персоналізація контенту: ШІ дозволяє створювати персоналізований контент для кожного клієнта, використовуючи дані про його попередні взаємодії з брендом. Це може бути реалізовано через індивідуально підібрані рекламні повідомлення, персоналізовані електронні листи, рекомендації на основі попередніх покупок тощо.

3. Оптимізація рекламних кампаній: ШІ дозволяє аналізувати результати рекламних кампаній в реальному часі та автоматично оптимізувати їх. Це включає автоматичне регулювання бюджету, підбір оптимальних каналів реклами, тестування різних варіантів оголошень тощо.

4. Прогнозування та стратегії маркетингу: ШІ дозволяє маркетологам розробляти стратегії на основі прогнозів, побудованих на аналізі великих обсягів даних. Це допомагає планувати майбутні кампанії та адаптуватися до змін споживчих тенденцій.

5. Автоматизація комунікації з клієнтами: ШІ використовується для створення інтелектуальних чат-ботів та систем автоматичного оброблення запитів. Вони надають швидку та ефективну підтримку клієнтам, відповідаючи на запитання та надаючи інформацію у реальному часі.

Зважаючи на широкий спектр можливостей штучного інтелекту (ШІ) у цифровому маркетингу, наведемо декілька конкретних прикладів його застосування відомими організаціями:

1. Компанія Spotify використовує ШІ для створення персоналізованих плейлистів та рекомендацій музики для своїх користувачів на основі їхніх музичних уподобань і слухової історії. Це допомагає залучати користувачів та підвищує залученість до платформи.

2. Багато компаній, таких як Airbnb, використовують чат-боти на основі ШІ для автоматизованої підтримки клієнтів. Ці інтелектуальні асистенти надають швидку допомогу та відповідають на питання користувачів про бронювання, умови проживання та інше.

3. Компанія Amazon використовує ШІ для створення індивідуальних рекомендаційних систем, які пропонують користувачам товари на основі їхніх попередніх покупок та переглядів. Це сприяє збільшенню конверсії та середнього чеку замовлення.

4. Компанія Netflix використовує аналіз даних на основі ШІ для вибору та рекомендації контенту для своїх абонентів. Алгоритми аналізують перегляди та вподобання користувачів, щоб підібрати ідеальний контент для кожного.

5. Інструмент Google Ads використовує ШІ для прогнозування ефективності рекламних кампаній. Це дозволяє автоматично оптимізувати рекламні бюджети та стратегії з метою отримання кращих результатів.

Ці приклади демонструють, як штучний інтелект впливає на цифровий маркетинг, сприяючи зростанню ефективності, залученню аудиторії та покращенню взаємодії з користувачами.

Штучний інтелект має значний потенціал для оптимізації цифрових маркетингових кампаній, але він також супроводжується певними недоліками та викликами. Недоліки включають потребу у великій кількості якісних даних, обмежену інтерпретацію контексту, можливість автоматичного прийняття неетичних рішень, необхідність постійного навчання моделей, вартість та складність впровадження, питання приватності та безпеки даних, а також ризик залежності від технології.

Незважаючи на ці недоліки, важливо визнати, що штучний інтелект може допомогти вдосконалити маркетингові стратегії, забезпечуючи аналітику, автоматизацію та удосконалення рекламних кампаній. Однак для успішного використання штучного інтелекту в маркетингу, компанії повинні уважно вирішувати ці виклики, збирати якісні дані, належним чином налаштовувати та навчати моделі, дотримуватися етичних принципів та забезпечувати захист особистих даних. Загалом, використання штучного інтелекту в маркетингу дає можливість більш ефективно взаємодіяти з аудиторією, оптимізувати процеси та приносити більше цінності бізнесу.

Бібліографічний список:

1. Gao, Y., Liu, H. (2023). Artificial intelligence-enabled personalization in interactive marketing: a customer journey perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(5), 663-680. doi:10.1108/JRIM-01-2022-0023.

2. Mikalef, P., Islam, N., Parida, V., Singh, H., Altwaijry, N. (2023). Artificial intelligence (AI) competencies for organizational performance: A B2B marketing capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 164, 113998. doi:10.1016/j.jbusres.2023.113998.

3. Ward, A.F., Marmol, M., Lopez-Lopez, D., Carracedo, P., Juan, A.A. (2023). Data analytics and artificial intelligence in e-marketing: techniques, best

practices and trends. *International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies*, 15(3), 147-178. doi:10.1504/IJDATS.2023.133019.

4. Wu, C.-W., Monfort, A. (2023). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. *Psychology and Marketing*, 40(3), 484-496. doi:10.1002/mar.21737.

5. Bezuidenhout, C., Heffernan, T., Abbas, R., Mehmet, M. (2023). The impact of Artificial Intelligence on the marketing practices of Professional Services Firms. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 31(4), 516-537. doi:10.1080/10696679.2022.2090005.

Линдюк А.О.
доцент кафедри МЕВ та маркетингу
Львівський національний університет природокористування

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО ІМІДЖУ БРЕНДІВ

У сучасних умовах, завдяки стрімкому розвитку технологій та зростанню доступності до Інтернету, соціальні мережі стали не лише платформами для спілкування, але й потужним інструментом для реклами та маркетингу. Враховуючи, що «соціальна мережа – це веб-сервіс, віртуальне співтовариство, що складається з людей з однаковими інтересами, нахилами, діяльністю тощо» [1, с. 180], тому цілком логічним є використання цієї сформованої спільноти у маркетингових цілях. Особливо, якщо врахувати, що протягом багатьох років кількість користувачів соціальних мереж постійно зростає. Так, станом на 2023 рік чисельність активних користувачів соціальних мереж у світі досягла майже 5 мільярдів.

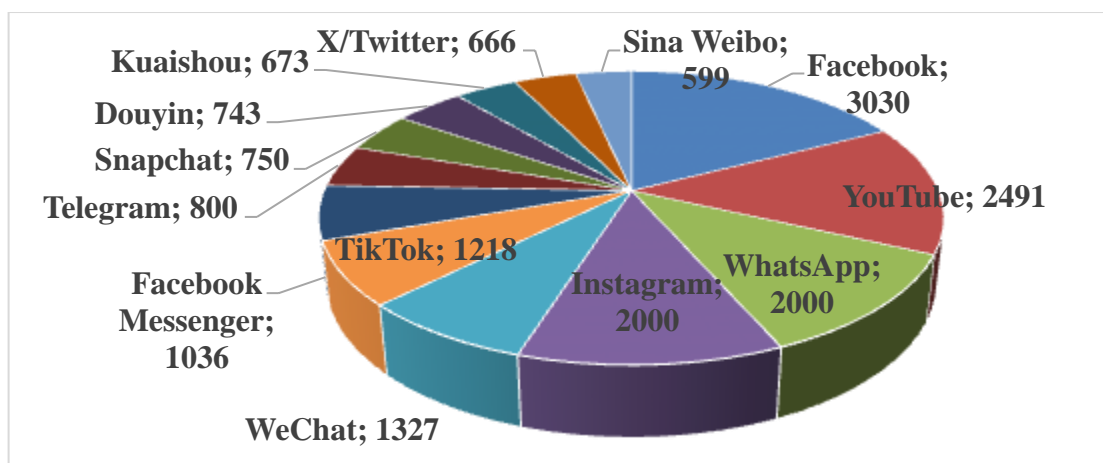


Рис 1. Структура найпопулярніших соціальних мереж у світі (станом на жовтень 2023 року), млн

Джерело: розраховано на основі [3]

Як бачимо на рис. 1, лідером серед усіх соціальних мереж світу є Facebook. Зазначимо, що ця мережа першою перевищила мільярд зареєстрованих облікових записів, і на сьогодні налічує понад три мільярди активних користувачів щомісяця. Meta Platforms володіє чотирма найбільшими соціальними мережами, кожна з яких має понад мільярд активних користувачів: Facebook (основна платформа), WhatsApp, Facebook Messenger та Instagram. У другому кварталі 2023 року Facebook сумарно мав понад 3,8 мільярда щомісячних користувачів основного продукту.

Більшість найпопулярніших соціальних мереж з більш ніж 100 мільйонами користувачів походять зі Сполучених Штатів Америки, але такі сервіси, як китайські соціальні мережі WeChat, QQ або додаток для обміну відео Douyin, також отримали масову популярність у відповідних регіонах завдяки місцевому контексту та вмісту. Популярність Douyin призвела до того, що платформа випустила міжнародну версію своєї мережі: невеликий додаток під назвою TikТок, який особливо набув популярності серед молоді.

Провідні соціальні мережі зазвичай доступні декількома мовами та дозволяють користувачам спілкуватися з друзями чи людьми за географічними, політичними чи економічними кордонами. За експертними оцінками очікується, що кількість користувачів соціальних мереж зростатиме і в майбутньому, оскільки використання мобільних пристроїв і мобільних соціальних мереж все більше набирає популярності на ринках, які раніше недостатньо обслуговувалися.

В умовах максимального поширення он-лайн технологій у світі основними цілями просування у соціальних мережах є «залучення нових клієнтів, підвищення лояльності покупців та брендинг» [2, с. 63]. Отже, застосування аналітичних інструментів управління соціальними мережами є важливим етапом у формуванні іміджу бренду. Оцінка ефективності рекламних кампаній, аналіз взаємодії з аудиторією та визначення трендів дозволяють брендам адаптуватися до змін в споживчому середовищі та підтримувати актуальність свого іміджу та впізнаваність бренду. Загалом, кожен бренд має свою ціну, яка формувалась під впливом багатьох чинників і окремі світові бренди досягли сумарної вартості більшої як вартість усіх активів певних країн.

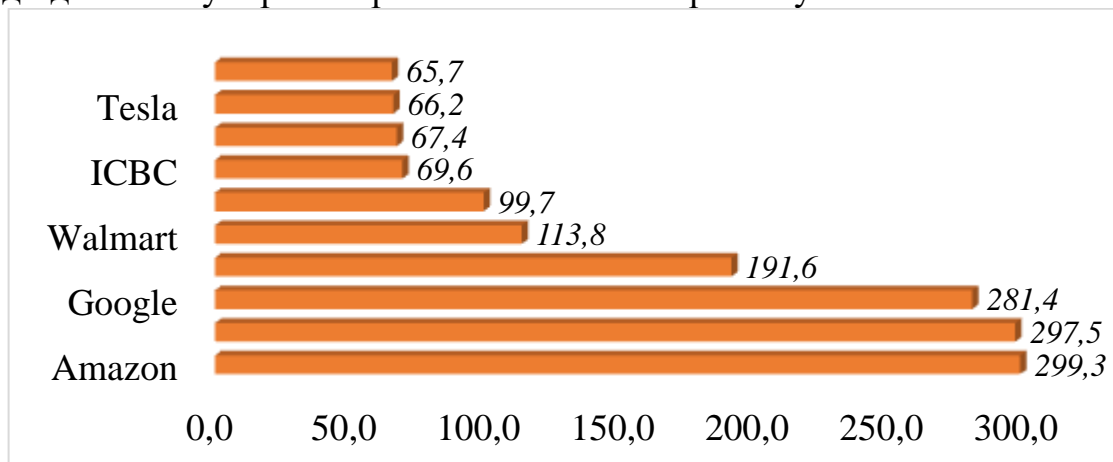


Рис. 2. Найдорожчі бренди світу у 2023 році (млрд. дол. США)
Джерело: розраховано на основі [3]

Наведені дані свідчать, що у 2023 році найдорожчим брендом світу став Amazon обігнавши позицію Apple як найдорожчого бренд у попередні періоди. Оціночна вартість бренду гіганта електронної комерції становила близько 299,3 млрд. доларів США, тоді як Apple – 297,5 млрд. доларів. Детальніший аналіз світових брендів свідчить, що у 2023 році в списку топ-10 переважали технологічні бренди США.

Вартість бренду – це поняття, яке використовується в індустрії маркетингу для його опису, виходячи з того, що власник відомого бренду може отримати більший прибуток, ніж власник менш відомого. Взаємозв'язок між іміджем бренду і його вартістю визначає, як споживачі сприймають бренд та як це впливає на готовність платити за продукти чи послуги цього бренду. Цей взаємозв'язок може бути складним і впливати на різні аспекти бізнесу. Так, згідно з глобальним опитуванням 2022 року, п'ять із 10 споживачів були б готові витратити більше на бренд із позитивнішим іміджем, згідно їх суб'єктивних оцінок.

Імідж бренду – це термін, який запропоновано у 1950-х рр. класиком рекламного жанру Девідом Огілві. Робота зі створення іміджу бренду, як правило, орієнтується на конкретну ринкову ситуацію. Імідж бренду формують декілька складових:

- якість пропонованих товарів і послуг;
- рівень професійної підготовки персоналу;
- якість пропонованого сервісу;
- взаємодію компанії з клієнтами;
- впізнаваність бренду;
- досвід роботи на ринку пропонованих послуг;
- комплекс рекламних та PR-заходів;
- фірмовий стиль (логотип, сайт, фірмові атрибути і т.п.).

Враховуючи, що протягом останніх десятиліть відбувається перехід від традиційних методів просування брендів до інноваційних стратегій, у яких акцент робиться на взаємодії з аудиторією через соціальні мережі, тому дослідження їх впливу на формування глобального іміджу брендів є актуальним та важливим завданням для розуміння сучасних тенденцій маркетингових комунікацій.

Формування глобального іміджу брендів визначається не лише кількістю підписників або лайків, а й якістю контенту, який подається на платформах соціальних мереж. Стратегії створення контенту повинні бути гнучкими, враховуючи культурні відмінності та індивідуальні особливості різних регіонів. Контент повинен бути не лише зрозумілим та цікавим, але й відповідати цінностям та очікуванням різноманітної глобальної аудиторії.

Соціальні мережі надають унікальну можливість брендам взаємодіяти безпосередньо зі споживачами. Відгуки, коментарі та репости визначають не лише рівень відчуття бренду, але і дозволяють надати індивідуальні відповіді, побудувати довіру та створити позитивне враження.

Розуміння культурних різниць та адаптація стратегій маркетингу до них визначають успішність в формуванні глобального іміджу. Врахування унікальних культурних контекстів дозволяє уникати конфліктів та створювати бренд, який сприймається як близький та релевантний для різних глобальних аудиторій.

Таким чином, сформована за останні десятиліття сукупність соціальних мереж стала потужним інструментом при формуванні глобального іміджу брендів у сучасному світі. Аналіз взаємодії брендів із споживачами через ці платформи свідчить, що соціальні мережі не лише розширюють аудиторію, але й впливають на формування емоційного сприйняття бренду. Також є прямий взаємозв'язок між активністю бренду в соціальних мережах та його глобальним іміджем. Комунікація зі споживачами, взаємодія та врахування їхніх відгуків через ці канали може вирішально впливати на створення позитивної асоціації та визнання бренду на міжнародному рівні.

Отже, соціальні мережі стають необхідною складовою для будь-якого глобального бренду, і їхній вплив на формування та утримання іміджу може визначати успіх або невдачу в конкурентному світовому середовищі.

Бібліографічний список:

1. Данько Ю.А. (2012). Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. С. 179—184. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2012_2_25.
2. Ярмолюк , О., Фісун, Ю., & Шаповалова , А. (2020). Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*, (11-2), 62-65. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28>.
3. Statista. URL : <https://www.statista.com/>

Огінок С. В.
доцент кафедри менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»

СОЦІАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Питання сталого розвитку стає все більше актуальним у сучасному світі. Глобальні виклики, такі як зміни клімату, демографічні процеси, економічні кризи та соціальні напруги, вимагають комплексних рішень та системного підходу. У цьому контексті соціальний менеджмент відіграє важливу роль у досягненні сталого розвитку суспільства.

Соціальний менеджмент - це системний підхід до управління соціальними процесами в суспільстві. Він спрямований на забезпечення якісного життя населення, враховуючи соціальні, економічні та екологічні аспекти. Соціальний менеджмент має на меті забезпечити рівний доступ до

освіти, охорони здоров'я, житла та інших соціальних послуг, а також сприяти соціальній інклюзії та зменшенню соціальних відмінностей.[1]

Соціальний менеджмент відіграє ключову роль у забезпеченні соціальної інклюзії. Він сприяє створенню умов, в яких всі групи населення мають рівний доступ до соціальних послуг та можливостей для розвитку. Це включає в себе заходи з підтримки маргіналізованих груп, включаючи людей з інвалідністю, мігрантів, безробітних тощо.[2]

Збереження природних ресурсів та довкілля є однією з ключових складових сталого розвитку. Соціальний менеджмент спрямований на створення умов для гармонійного співіснування суспільства та природи. Це включає в себе прийняття екологічно відповідальних рішень у сферах споживання, виробництва та використання ресурсів.[3]

У досягненні сталого розвитку важлива роль належить співпраці різних секторів суспільства: державного, громадського та приватного. Соціальний менеджмент стимулює цю співпрацю, оскільки він передбачає взаємодію між різними стейкхолдерами для досягнення спільних цілей сталого розвитку.

Соціальний менеджмент є важливим чинником сталого розвитку суспільства. Він сприяє соціальній інклюзії, екологічній стійкості та економічному зростанню, забезпечуючи гармонію між соціальними, економічними та екологічними аспектами розвитку. Для досягнення цих цілей важлива співпраця між різними секторами суспільства та прийняття комплексних рішень на всіх рівнях управління. Соціальний менеджмент може стати важливим інструментом у реалізації концепції сталого розвитку на практиці.

Бібліографічний список:

1. Drucker, P. *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. - К.: Elsevier Science, 2013. - 325 p. - ISBN 9781483165424.
2. Kusunoki, S. Hayek on corporate social responsibility: *Const Polit Econ* 27, 2016. p.93–110 <https://doi.org/10.1007/s10602-015-9192-4>
3. Надвинична Т. Соціальний менеджмент: перспектива технологізації / Т. Надвинична // *Психологія і суспільство*. –2011. –№1. –С. 114–121

Шинкаренко В.О.
аспірант кафедри адміністративного та фінансового менеджменту
Науковий керівник: Дзюрах Ю.М.
доктор філософії за спеціальністю публічне управління та
адміністрування, доцент, доцент кафедри адміністративного та
фінансового менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Впровадження маркетингових комунікацій в публічному управлінні відіграє важливу роль у сучасному світі, де ефективна комунікація стала невід'ємною частиною управління органами публічної влади, громадськими організаціями та іншими установами. Маркетингові комунікації в публічному секторі включають в себе різні стратегії та інструменти, спрямовані на покращення відносин між державою та громадянами, а також на підвищення ефективності роботи установ та організацій. Цей процес допомагає створювати ефективні інструменти для спілкування між органами публічної влади та громадянами, залучення громадськості до прийняття рішень, підвищення рівня інформованості, створення позитивного образу установ та поліпшення репутації. Це сприяє більшому довір'ю та лояльності громадян до державних структур, сприяє ефективнішому використанню ресурсів і розв'язанню суспільних проблем. Маркетингові комунікації в публічному управлінні сприяють зміцненню демократичних процесів.

Впровадження маркетингових комунікацій в публічному управлінні є надзвичайно важливим і повинно відбуватися з врахуванням актуальних інноваційних підходів. Активна реакція на технологічні та комунікаційні зміни дозволяє органам публічної влади і громадським установам підтримувати високий рівень ефективності, залучати громадян до прийняття рішень та покращувати взаємодію з ними. Інновації також допомагають покращувати якість послуг, збільшувати лояльність громадян і створювати більш відкрите та прозоре публічне управління. Все це сприяє розвитку сучасного та демократичного суспільства, де комунікація між органами публічної влади і громадянами є ключовим фактором успіху.

Інновації в маркетингових комунікаціях органів публічного управління є ключовими для вдосконалення взаємодії між органами публічної влади та громадянами, а також для підвищення ефективності управління та впливу на суспільні процеси. Ось декілька інноваційних аспектів, які відіграють важливу роль у цій сфері [1; 2]:

1. Використання соціальних мереж та онлайн-платформ. Органи публічної влади все частіше використовують соціальні мережі, спеціалізовані онлайн-платформи та веб-сайти для спілкування з громадянами. Це дозволяє

створювати відкриті канали спілкування, отримувати зворотний зв'язок та надавати інформацію у зручній спосіб.

2. Персоналізація комунікацій. Інновації у зборі та аналізі даних дозволяють органам публічного управління надавати індивідуально настроєні повідомлення та послуги, враховуючи потреби та побажання громадян. Це підвищує рівень задоволеності і лояльності.

3. Використання штучного інтелекту. Штучний інтелект допомагає автоматизувати процеси обробки запитів громадян, аналізувати великі обсяги даних та розробляти прогнози для поліпшення прийняття рішень.

4. Мультимедійні засоби комунікації. Використання відео, анімації, інтерактивних вебсайтів і мобільних додатків дозволяє зробити інформацію більш доступною та зрозумілою для громадян.

5. Гейміфікація. Застосування ігрових елементів у комунікаційних стратегіях може сприяти залученню громадян до участі у програмах і проектах органів публічного управління.

6. Мобільні додатки та чат-боти. Розробка мобільних додатків та чат-ботів допомагає забезпечити легкий доступ до інформації та послуг для громадян. Це зручний спосіб здійснювати взаємодію з установами публічного управління.

7. Онлайн-голосування та звіти. Інновації включають в себе створення онлайн-платформ для голосування та збору думок громадян. Крім того, публічні органи можуть регулярно публікувати відкриті звіти та оцінки своєї діяльності.

8. Захист від кіберзагроз. З огляду на зростання кількості онлайн-загроз, органи публічного управління повинні приділяти особливу увагу забезпеченню кібербезпеки та захисту особистої інформації громадян.

Використання інновацій в маркетингових комунікаціях органів публічного управління має низку значущих переваг, які сприяють покращенню спілкування з громадянами та ефективності управління. Основні переваги включають [3; 4]:

– інновації дозволяють більш швидко та точно доносити інформацію до громадян. Використання нових технологій і платформ дозволяє створювати більш цільові та персоналізовані повідомлення;

– інновації, такі як мобільні додатки та онлайн-платформи, роблять інформацію та послуги державних установ більш доступними для громадян, що сприяє зручності та доступності;

– інновації допомагають створювати більше можливостей для залучення громадськості до прийняття рішень та участі у процесах управління. Це підвищує вплив громадян на прийняття рішень та дозволяє враховувати їхні потреби;

– інновації дозволяють автоматизувати процеси та спрощують взаємодію з громадянами. Це допомагає знижувати витрати та підвищувати ефективність діяльності органів публічного управління;

– інновації можуть включати в себе створення платформ для публікації відкритої інформації та звітності про діяльність органами публічної влади, що підвищує рівень довіри громадян до влади;

– з урахуванням кіберзагроз, інновації також можуть включати в себе заходи з підвищення захисту особистої інформації громадян та забезпечення безпеки даних.

Загалом, використання інновацій в маркетингових комунікаціях органів публічного управління сприяє покращенню якості обслуговування громадян, збільшенню ефективності управління та сприяє більш відкритому, прозорому та демократичному публічному сектору.

Проте, використання інновацій в маркетингових комунікаціях органів публічного управління може стикається з деякими викликами та бар'єрами, зокрема [1; 3; 4]:

– зі зростанням використання інформаційних технологій і онлайн-комунікацій збільшується загроза кібератак та порушенням конфіденційності даних. Захист важливих інформаційних ресурсів та особистих даних громадян стає важливою проблемою;

– інновації можуть призвести до нерівності в доступі до інформації та послуг. Не всі громадяни мають доступ до сучасних технологій, і це може створювати нерівності в доступі до державних ресурсів та інформації.

– не всі громадяни готові або здатні користуватися новими технологіями і платформами. Це вимагає врахування потреб різних груп населення та забезпечення альтернативних способів доступу до інформації;

– розроблення та впровадження інноваційних рішень може бути дорого вартісним рішенням. Державні установи повинні визначити бюджетні ресурси для цих проектів, щоб забезпечити їх успішну реалізацію;

– громадяни, а також персонал установ, можуть потребувати часу для адаптації до нових інноваційних технологічних рішень та підходів. Це може створювати труднощі при впровадженні інновацій;

– збільшення збору та обробки даних може створити загрози приватності громадян. Органи публічної влади повинні дотримуватися високих стандартів захисту особистих даних та забезпечити їх безпеку;

– громадяни можуть бути схильні до відчуття необхідності захищати свою приватність в онлайн-середовищі або бути обережними відносно державного втручання в цифровому просторі.

Щоб ефективно використовувати інновації в маркетингових комунікаціях органів публічного управління, необхідно уважно враховувати ці недоліки і виклики, розробляти відповідні політики і заходи безпеки, а також забезпечувати рівноправний та доступний доступ до інновацій для всіх громадян.

Інновації в маркетингових комунікаціях дозволяють органам публічної влади покращувати якість обслуговування громадян, реагувати на зміни у суспільстві та технологіях, а також підвищувати рівень довіри і задоволеності громадян. Ці інновації сприяють більш відкритому, ефективному та гнучкому публічному управлінню.

Впровадження інновацій в маркетингові комунікації органів публічного управління є важливим і комплексним завданням, яке вимагає систематичного та стратегічного підходу. Дотримання принципів, таких як стратегічний аналіз, колаборація, залучення громадян, культура інновацій та оцінка результатів, сприяє успішному впровадженню інновацій та покращенню спілкування з громадянами. Інновації повинні бути відокремлені та адаптовані до загальної стратегії маркетингових комунікацій органів публічного управління. Вони повинні відповідати місії, цілям та цінностям організації та сприяти досягненню стратегічних завдань. Перш ніж впроваджувати інновації, необхідно ретельно вивчити потреби аудиторії та їхні очікування. Це допомагає зрозуміти, які інновації будуть найкориснішими та ефективними. Співпраця з іншими органами та громадськими організаціями може забезпечити обмін ідеями та ресурсами для спільного впровадження інновацій. Залучення громадян до процесу розробки та впровадження інновацій може зробити їх більш прийнятними та корисними для громади. Це може включати в себе опитування, консультації та звіти громадян.

При цьому важливо також враховувати негативні аспекти, такі як кібербезпека, нерівність в доступі та інші виклики. Забезпечення безпеки та приватності даних, а також врахування потреб різних груп населення, є важливими частинами успішного впровадження інновацій у маркетингові комунікації органів публічного управління.

Бібліографічний список:

1. Bovaird, T. (2023). Strategic management and marketing in public service organizations. *Public Management and Governance: Fourth Edition*, pp. 79-102.
2. Kolovou, V., Kutsikos, K., Bithas, G. (2019). Beyond digital government: The role of internal marketing in public sector innovation. In: *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 1, pp. 539-552.
3. Rodrigues, A.P., Barreira, M., Madeira, C.R., Vieira, I. (2023). The impact of internal marketing on employee attitudes and behaviours in local public sector organisations. *Tourism and Management Studies*, 19(3), pp. 41-57.
4. Teixeira Filho, C., Stocker, F., Toaldo, A.M.M. (2022). Public service performance from the perspective of marketing and innovation capabilities. *Public Management Review*, 24(4), pp. 558-578.

СЕКЦІЯ 5

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Прокопишин О.С.

доцент кафедри обліку та оподаткування,

Східницька Г.В.

**доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний університет природокористування**

СПЕЦІАЛЬНИЙ РЕЖИМ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК НАПРЯМ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Налагоджена робота національного бізнесу під час війни – запорука наповнення державного бюджету, збереження платоспроможного попиту населення, а активізація діяльності бізнесу – ключовий чинник економічної стійкості держави та її здатності протистояти агресору. Спрощена система оподаткування тривалий час викликає дискусії щодо її поліпшення та вдосконалення.

Як засвідчує досвід США, Японії, європейських країн, малий бізнес безпосередньо впливає на показники економічного розвитку країни, адже забезпечує бюджетні надходження, створює робочі місця, здійснює діяльність у ринкових сегментах, в яких важко адаптуватися великому бізнесу.

Спеціальні податкові режими законодавчо регулюють розвиток виробництва, в умовах економічних криз їх регулювання обов'язкове в економіці.

Податки – джерело формування доходів державного та місцевих бюджетів, гарант фінансової стабільності держави, що забезпечує можливість своєчасного й повного фінансування урядових витрат.

Нова податкова модель, яка була запроваджена в Україні з 01 квітня 2022 року на період воєнного стану, передбачає обрання суб'єктами господарювання спеціального режиму оподаткування [1].

Запроваджений спеціальний режим оподаткування передбачає, що платники єдиного податку третьої групи будуть сплачувати його в розмірі 2 % отриманого доходу.

При цьому такі платники звільняються від обов'язку нараховувати і сплачувати ПДВ, а також від подання податкової звітності з ПДВ щодо операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України.

Для обрання спеціального режиму суб'єкт господарювання має подати заяву до органу ДПС за місцем своєї податкової адреси, у строки не пізніше останнього числа місяця, що передує періоду переходу.

Новостворені господарства, які бажають бути платниками єдиного податку третьої групи із застосуванням спеціального режиму оподаткування, подають заяву протягом 10 днів із дня державної реєстрації.

При цьому вони будуть вважатися платниками єдиного податку із спеціальним режимом оподаткування з дня їхньої державної реєстрації.

Після припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України платники єдиного податку третьої групи, які використовували спеціальний режим оподаткування, втрачають право на його застосування з першого дня наступного місяця. При цьому такі платники автоматично повертаються на систему оподаткування, яку вони застосовували до обрання спеціального режиму оподаткування.

Податковим періодом для платників єдиного податку третьої групи, які використовують спеціальний режим оподаткування, є календарний квартал.

Такі платники мають подавати податкову декларацію платника єдиного податку за звітний квартал із зазначенням суми помісячного доходу в строки, установлені для квартального податкового періоду [4].

Платники єдиного податку щомісяця до 15-го числа сплачують авансовий внесок із єдиного податку за підсумками попереднього календарного місяця.

Платник єдиного податку за ставкою 2 % звільняється від сплати:

- податку на прибуток підприємств;
- податку на доходи фізичних осіб у частині доходів ФОП, що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку (фізичної особи);
- податку на додану вартість;
- земельного податку за земельні ділянки, що використовуються платниками єдиного податку третьої групи зі ставкою у розмірі 2 % доходу для провадження господарської діяльності (крім діяльності з надання земельних ділянок та/або нерухомого майна, що знаходиться на таких земельних ділянках, в оренду (найм), позичку, на іншому праві користування);
- загального мінімального податкового зобов'язання за земельні ділянки, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями рф, та/або за земельні ділянки, визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди, за 2022 та 2023 податкові (звітні) роки;
- екологічного податку за об'єкти оподаткування, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями рф [3].

Спеціальний режим оподаткування є не вигідним для:

- суб'єктів господарювання, хто співпрацює з контрагентами – платниками ПДВ, які не переходитимуть на спеціальний режим оподаткування. Причиною є відсутність вхідного ПДВ від суб'єктів господарювання, які застосовують спеціальний режим оподаткування;
- імпортерів, оскільки сплачений під час розмитнення товару ПДВ не можна буде включити до податкового кредиту;

– суб'єктів господарювання, які здійснюють товарообмінні (бартерні) операції, які є заборонені відповідно до чинного податкового законодавства для платників єдиного податку;

– платників ПДВ, які після закінчення дії спеціального режиму і відновлення ПДВ-статусу зобов'язанні визначити умовне постачання (нарахувати податкові зобов'язання із ПДВ) товарів (послуг, необоротних активів), які були придбані до початку застосування спеціального режиму (і суми ПДВ за цими придбаннями були включені до податкового кредиту) і використані у постачаннях у період дії спеціального режиму;

– платників єдиного податку четвертої групи, які виступають платниками ПДВ і продають сільськогосподарську продукцію своїм покупцям (замовникам) – платникам ПДВ. У такому разі з ним можуть відмовитися співпрацювати контрагенти.

Обрання спеціального режиму оподаткування доцільне платникам єдиного податку четвертої групи, хто не є платником ПДВ.

Обрання спеціального режиму оподаткування є добровільною справою для суб'єктів господарювання. Якщо платник єдиного податку третьої або четвертої групи або платник на загальній системі оподаткування не бажає змінювати систему та режим оподаткування, він має право не переходити на спеціальний режим оподаткування у третій групі платників єдиного податку.

Фізичні особи-підприємці, які є платниками єдиного податку першої та другої груп, мають право не сплачувати єдиний податок з 1 квітня 2022 року до припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України. Такі особи можуть не подавати декларацію платника єдиного податку – фізичної особи-підприємця за період, у якому вони не сплачували єдиний податок [3].

На сьогодні органи ДПС мають право проводити камеральні та фактичні перевірки.

Камеральні перевірки стосуються в основному податкової декларації і з ПДВ або уточнювальних розрахунків до них, до яких подано заяву про повернення суми бюджетного відшкодування, а також митних декларацій.

Тобто у разі, коли суб'єкт господарювання обирає спеціальний режим оподаткування, він не потрапляє під камеральні перевірки з боку фіскальних органів.

Фактичні перевірки у період воєнного стану можуть проводитися у випадках, якщо:

– у фіскалів є інформація, яка свідчить про можливість порушення платником податків вимог податкового законодавства щодо забезпечення можливості проведення розрахунків за товари (послуги) з використанням електронних платіжних засобів;

– до фіскальних органів надійшло письмове звернення покупця про порушення платником податків порядку проведення розрахункових операцій, зокрема про те, що платник податків не забезпечив покупцям можливість

розрахуватися за товари (послуги) за допомогою електронних платіжних засобів [4].

На період воєнного стану в Україні не застосовуються штрафні санкції до платників податків за порушення останніми податкового законодавства. Особливості полягають в тому, що Закон України № 2118 звільнив платників податків від відповідальності за податкові порушення, допущені в період воєнного стану.

У разі відсутності у платника податків можливості своєчасно виконати свої обов'язки (зокрема, дотримати строки сплати податків і зборів, подання звітності, терміни реєстрації у відповідних реєстрах податкових або акцизних накладних, розрахунків коригування, подання електронних документів, що містять дані про фактичні залишки пального й обсяг обороту пального або спирту етилового тощо), такий платник податків звільняється від відповідальності, але повинен виконати свої обов'язки протягом трьох місяців після скасування воєнного стану в Україні [3].

За порушення, виявлені під час камеральних чи фактичних перевірок, до платників податків застосовуватимуть санкції, які передбачено чинним податковим законодавством, а контроль за його виконанням покладено на податкові органи. Зазначимо, що в період дії воєнного і надзвичайного стану штрафні санкції не діють, а також є звільнення від відповідальності за порушення внаслідок форс-мажорних обставин.

Сьогодні в нашій державі поставлено за мету віднайти оптимальну спрощену систему оподаткування, яка б сприяла забезпеченню бюджетів усіх рівнів податковими надходженнями і водночас стимулювала економічну активність й підтримувала суб'єктів малого підприємництва.

У підтримці розвитку малого бізнесу під час війни основне завдання держави – вдосконалити спрощену систему бухгалтерського обліку і звітності. На підтримку підприємництва уряд країни запровадив нові правила, що послаблюють вимоги щодо ведення бізнесу, у тому числі на період воєнного стану було суттєво розширено можливість застосування платниками податків спрощеної системи оподаткування.

Бібліографічний список:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755\\$17](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755$17) (дата звернення: 25.11.2023).
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 р. № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 24.11.2023).
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану: Закон України від 03.03.2022 р. № 2118-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text> (дата звернення: 22.11.2023).

4. Elschner C. Special tax regimes and the choice of organizational form: Evidence from the European Tonnage Taxes. *Journal of Public Economics*. 2013. № 97(1). P. 206-216.

Ксьонжик І. В.

**д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування,
Миколаївський національний аграрний університет**

Мацьків Г.В.

**к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування**

Райтер Н. І.

**к.е.н., доцент кафедри підприємництва та торгівлі,
Львівський національний університет природокористування**

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Ефективність аграрного виробництва значною мірою залежить від ступеня впровадження інноваційних технологій у всі стадії виробничого процесу. З огляду на це освоєння електронної комерції, глобальної мережі Інтернет в АПК відіграє важливу роль у підвищенні ефективності функціонування агроформувань України.

Сьогодні найпопулярнішими вітчизняними торговельними сайтами є Rozetka.com.ua, Olx.ua, Prom.ua, іноземними – Aliexpress.com, Amazon.com, Ebay.com. У структурі товарів, які продаються онлайн, найбільшу частку займають одяг і взуття, техніка та електроніка, косметика, товари для дому.

За даними міжнародного центру All.biz серед найпопулярніших видів сільськогосподарської продукції, яку купують онлайн є домашні кури, приладдя бджільництва (у т. ч. вулики), інкубаційне обладнання для птахів, саджанці кущів і дерев, свійські тварини, домашні птахи, ґрунти та посівні матеріали. Важливу роль електронні торговельні майданчики відіграють в експортних та імпорتنих операціях із купівлі та продажу сільськогосподарської продукції. Так, за допомогою інтернет-технологій надходять запити на українські товари, укладаються зовнішньоекономічні контракти, налагоджуються міжнародні зв'язки [2].

Подальший розвиток електронної торгівлі має змусити українських агротоваровиробників активніше використовувати інструменти й технології інтернет-маркетингу, адже багато країн шукають товари саме в мережі Інтернет. У сучасних умовах виробники мають неабиякі можливості продавати й купувати сільськогосподарську продукцію онлайн через електронні торговельні майданчики, електронні біржі, електронні дошки оголошень та електронні магазини [4].

Діяльність аграрних підприємств відбувається в секторі B2B (бізнес-до-

бізнесу), отже, основні зусилля мають бути спрямовані на розміщення інформації на великих майданчиках і біржову торгівлю. Основна мета таких платформ полягає в спрощенні взаємодії між підприємствами незалежно від галузі, розмірів або географічного положення.

Дрібні та середні сільськогосподарські товаровиробники мають змогу застосовувати потужний інструмент електронної комерції – торгівлю через інтернет-магазини. Основна відмінність інтернет-магазинів від перелічених торговельних майданчиків полягає в тому, що вони працюють у корпоративному секторі B2C (бізнес-до-споживача) та більше орієнтовані на персональний підхід до клієнта [1].

Електронна торгівля, як і будь-який вид діяльності суб'єктів господарювання, що займаються виробництвом та реалізацією товарів (робіт, послуг) є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування. До основних складових об'єктів бухгалтерського обліку електронної торгівлі належать витрати на створення сайтів і презентацію товару, оформлення електронних договорів, приймання замовлення, електронні платежі в різних формах, здійснення операцій щодо виконання замовлення і т. д. Усі зазначені господарські операції повинні бути зареєстровані у хронологічному порядку, підлягають обробці та відображенню на рахунках бухгалтерського обліку, що є підставою для складання фінансової звітності.

З позицій бухгалтерського обліку для того, щоби розпочати віртуальний бізнес, необхідно перш за все створити сайт підприємства. Веб-сайт суб'єкта господарювання доцільно розглядати як нематеріальний актив, а витрати на його створення – як капітальні витрати. Оскільки веб-сайт – це результат творчої діяльності, то він є об'єктом авторського права, а таке авторське право належить підприємству.

Організація електронної торгівлі агровиробниками веде також до низки витрат, які пов'язані з оплатою послуг хостингу; орендою сервера у провайдера; платою за домен; оплатою за використання окремих віртуальних торгових майданчиків; витратами на утримання веб-сайту підприємства, інтернет-магазину та іншими супутніми витратами, які відображаються на рівні суб'єкта господарювання як витрати на збут.

Щодо обліково-аналітичного забезпечення ведення бізнесу суб'єктами господарювання, то тут дуже важливо виокремити витрати й доходи, які вони отримують за умови традиційної та електронної торгівлі, оскільки більшість господарств веде змішану діяльність. Для забезпечення реалізації цього завдання необхідно виділити окремі аналітичні рахунки в робочому плані рахунків для деталізації інформації про доходи, витрати й фінансові результати, отримані в розрізі традиційної та електронної торгівлі [3].

Алгоритм здійснення Інтернет-торгівлі співпадає із традиційною торгівлею, оскільки є продавець і покупець, між якими неможливі взаємовідносини без укладення договору

Організація оплати за товар через Інтернет-магазини може здійснюватися такими чотирма способами: 1) готівкові розрахунки, які можна здійснити

безпосередньо в офісі продавця або під час доставки розрахуватися з кур'єром; 2) безготівкові розрахунки можливо здійснити банківським платіжним дорученням через зарахування на поточний рахунок продавця; 3) застосування банківських платіжних карток через платіжний термінал або оплата на сайті Інтернет-магазину (Інтернет-еквайринг) через фінансових посередників (Portmone.com, Liqpay та ін.), при цьому обов'язковим є застосування реєстратора розрахункових операцій і видача клієнтам фіскального касового чеку; 4) електронні гроші - в Україні випуск електронних грошей мають право лише 23 банки на базі карткових платіжних систем Visa, MasterCard, НСМЕП (Національна система масових електронних платежів) [5].

Отже, глобалізація господарських взаємовідносин вимагає від суб'єктів господарювання нових підходів до організації бізнесу, особливо щодо його віртуалізації. При цьому кожному суб'єкту бізнесу необхідно чітко розуміти, які вони витрати понесуть на організацію електронної торгівлі і, які вигоди отримають від такого напрямку діяльності. В такій ситуації необхідно суттєву увагу приділяти системі бухгалтерського обліку на підприємстві, яка покликана забезпечувати всіх користувачів необхідними даними для прийняття ефективних управлінських рішень.

Бібліографічний список:

1. Зосімов В., Берко О. Проблеми та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні. *Геометричне моделювання та інформаційні технології*. 2018. № 1 (5), квітень. С. 51–57.
2. Малюта І. А., Оголь А Є. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. № 1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2019/51.pdf.
3. Мацьків Г. В., Ціцька Н. Є., Мирончук З. П. Обліково-аналітичне забезпечення електронної комерції в аграрному бізнесі. *Економічний простір*. 2020. № 153. С. 105–109.
4. Matskiv H. V. Trends of consumer behavior in the digital economy. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: III Міжнародна науково-практична конференція, 25–26 лютого 2022 р. Рівне: О. Зень, 2022. С. 214–215.
5. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 9. С. 12–132.

**Хірівський Р.П.,
доцент кафедри МЕВ та маркетингу
Східницька Г.В.**

**доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний університет природокористування**

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Розпочата у 2014 році Українсько-російська війна (котра набула у 2022 році повномасштабних обрисів), суттєво вплинула на усі аспекти життя і розвитку нашої держави. Одним із ключових аспектів, котрий зазнав значних змін протягом війни, є еволюція розвитку фінансових механізмів діяльності територіальних громад. Масштабний характер військових дій має значний вплив на рівень фінансової стабільності, показники економічного розвитку і соціальних захист місцевого населення.

Унаслідок війни у нашій державі посилюється економічний тиск на органи місцевого самоврядування, оскільки більшість фінансових ресурсів спрямовано на обороноздатність. Наявність військових дій на значній частині території держави призвела до значної кількості громадян, котрі втратили роботу і домівки, що спричинило масову міграцію жителів до більш безпечних регіонів.

Із початком повномасштабного військового вторгнення Росії 24.02.2022 року у нашій державі введено воєнний стан. Відповідно до чинного законодавства, а саме - ЗУ від 2015 року "Про правовий режим воєнного стану" органами місцевого самоврядування здійснюються повноваження, передбачені Конституцією України, вказаним законом й іншими законами нашої держави. Згідно законодавства, на період дії військового стану передбачено наступні режими взаємодії ОМС із новоствореними військовими адміністраціями:

1) заміщення органів місцевого самоврядування військовою адміністрацією;

2) співуправління громадою як із боку органів місцевого самоврядування, так й військової адміністрації;

3) повноцінне управління ОМС із одночасним частковим підпорядкуванням військовим адміністраціям вищого рівня.

Обрання та застосування тих чи інших режимів залежить від низки передумов:

1) Наближеності до зони бойових дій;

2) Наявності на територіальній громаді чинного керівництва органів місцевого самоврядування;

3) Рівнем збереженості на території громад ресурсного потенціалу.

Актуальним для керівництва ОМС залишається процес безпеки жителів ТГ. Зокрема Тетяна Лукеря вказує на перелік ключових умов, за умов дотримання котрих відбудеться повноцінне або часткове відновлення процесу

функціонування органів місцевого самоврядування на звільнених територіях:

1) виявлення та максимально швидко розслідування правоохоронними органами фактів колабораційної діяльності керівництвом ОМС, котрі мають підозру співпраці із окупантами;

2) наявність кворуму, що забезпечує здатність ухвалювати необхідні рішення. На даний час значна частка місцевих депутатів під дією низки обставин (міграція у інші регіони, підозра у колаборації, викрадення окупантами, загибель) не здатна виконувати покладені обов'язки що унеможливило діяльність окремих громад;

3) проведення у вказаних громадах виборів, котре є неможливим в умовах воєнного стану [1].

Таким чином, єдиною альтернативою для відновлення діяльності найбільш постраждалих громад є введення управління ними військовими адміністраціями до завершення дії воєнного стану [2].

У зв'язку із цим, з метою вдосконалення законодавчої бази ведення державної регіональної політики 9.06.2022 року було Верховною Радою України прийнято ЗУ «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій», у межах котрого вказується необхідність формування стратегії розвитку ТГ із урахуванням пріоритетів, що визначені Державною стратегією регіонального розвитку України і наявними регіональними стратегіями розвитку.

Згідно положень наведеного закону, в Україні запроваджено трирівневу систему стратегічного планування. Зокрема - виокремлено чотири функціональні типи територій:

- 1) територія відновлення;
- 2) регіональний полюс росту;
- 3) територія із особливими умовами розвитку;
- 4) територія сталого розвитку.

На процес віднесення територій до тієї чи іншої групи основний вплив відіграють соціальні, просторові, екологічні, економічні, безпекові й інші особливості територій.

Загалом, на другому році повномасштабного вторгнення Росії можна впевнено стверджувати, що ТГ є базовою ланкою, котра забезпечує організаційну та фінансову стійкість тилу. На найбільш критичному, початковому етапі війни, саме громади взяли на себе частину обов'язків із підтримки ЗСУ, евакуації та прийому мирних жителів та максимального збереження економічного та демографічного потенціалу держави, котре проявилось у облаштуванні життя біженців, релокації підприємств, підтриманні стабільності у суспільстві, зборі та направленні гуманітарної допомоги потребуючим регіонам.

З метою розширення правової бази діяльності громад 12.05.2022 року Верховною радою України прийнято ЗУ «Про внесення змін до деяких законів України щодо функціонування державної служби та місцевого самоврядування

у період дії воєнного стану”, котрий значно розширив повноваження ОМС, надавши їм право ухвалювати наступні рішення [3]:

1. надання коштів із місцевих бюджетів на потреби Збройних сил України;

2. формування установ з метою надання безоплатної первинної юридичної допомоги;

3. демонтаж на земельних ділянках комунальної власності незаконно розміщених тимчасових споруд, зокрема - МАФів;

4. здійснення обстеження та аудиту будівель та споруд, пошкоджених внаслідок бойових дій (із подальшим демонтажем будівель та споруд, котрі за результатами здійсненого обстеження визнано аварійно небезпечними та такими, котрі становлять загрозу життю жителів громад).

Звичайно, для підтримання процесів життєдіяльності держави загалом та громад – зокрема органи місцевого самоврядування потребують необхідних (хоч і обмежених в умовах бойових дій) фінансових ресурсів, котрі реалізовуватимуться для підтримання благоустрою населених пунктів громад, забезпечення стабільної роботи критично важливих об’єктів інфраструктури та державних комунікаційних систем.

На даний час основними фінансовими ресурсами територіальних громад є наступні:

1. Податкові надходження, зокрема:

1.1. 60% ПДФО (значна частка із котрого припадала на т.зв. “військовий ПДФО”);

1.2. 25% екологічного податку;

1.3. 5% акцизного податку сплаченого із реалізації підакцизних товарів;

1.4. Увесь обсяг єдиного податку;

1.5. Увесь обсяг податку на дохід підприємств комунальної власності;

1.6. Увесь обсяг податку на майно;

2. Збори та платежі, зокрема:

2.1. державне мито;

2.2. плата за надання адміністративних послуг;

2.3. збір за паркування;

2.4. туристичний збір;

2.5. орендна плата за користування майном у комунальній власності;

2.6. рентні плати за користування надрами;

2.7. 50% грошових стягнень за шкоду довкіллю;

2.8. 75% коштів від відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва;

3. інші доходи, зокрема:

3.1. різноманітні трансферти (базова дотація, освітня і медична субвенції, капітальні трансферти)

3.2. цільові та добровільні внески установ до місцевих фондів охорони довкілля;

3.3. надходження в рамках програм міжнародної технічної допомоги;

3.4. кошти пайової участі у розвитку інфраструктури;

3.5. кошти від відчуження комунального майна;

3.6. кошти від реалізації безхазяйного майна; місцеві запозичення; інше.

В умовах, коли значна кількість підприємств припинили власну діяльність, більшість об'єктів критичної інфраструктури пошкоджено, Урядом України вжито радикальні економічні реформи для підтримання економічної стабільності держави, окремі із котрих, проте, значно знизили дохідність бюджетів громад. Як приклад – можливість добровільної сплати єдиного податку на всій території України для платників єдиного податку 1 та 2 груп. Частка цього податку у надходженнях бюджетів громад перевищувала 14% у довоєнний період [4].

Проведення вищеприписаного дослідження дозволяє сформулювати висновок про те, що незважаючи на те, що повномасштабне вторгнення Російської Федерації зумовило значне погіршення ресурсної бази функціонування фінансових механізмів діяльності територіальних громад України, органи місцевого самоврядування проявили значний потенціал до збереження соціально-політичної та фінансово-економічної стабільності регіонів, що є найкращим свідченням важливості здійснюваної із 2014 року реформи децентралізації

Бібліографічний список:

1. Лукеря Т. Хто керуватиме громадами на деокупованих територіях? Лабораторія законодавчих ініціатив. 12 січня 2023. [Електронний ресурс]. - URL: <https://parlament.org.ua/2023/01/12/hto-keruvatime-gromadamina-deokupovanih-teritoriyah/> (дата звернення: 21.10.2023)

2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій: Закон України № № 2389-IX від 9 липня 2022 року. [Електронний ресурс]. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text> (дата звернення: 18.10.2023)

3. Про внесення змін до деяких законів України щодо функціонування державної служби та місцевого самоврядування у період дії воєнного стану. [Електронний ресурс]. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2259-20#Text>. (дата звернення 01.11.2023).

4. Сенищ Павло, Фугело Павліна. Фінансово-бюджетна підтримка соціально-економічного розвитку територіальних громад в умовах війни. *Економіка та суспільство*, 2022. Вип. 39. [Електронний ресурс]. - URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1433/1380> (дата звернення 02.11.2023).

ББК 65.9(4УКР) Я54

УДК 339.922 (043.2)

T-65

**Збірник тез всеукраїнської науково-практичної конференції
«Трансформаційні зміни національної економіки в умовах
євроінтеграції»**

Дубляни 2023