ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
ECONOMIC SCIENTIFIC PORTAL
www.economics.net.ua

ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
INSTITUTE OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT

«Modern Management of Economic Systems within the Coordinates of the Sustainable Development Paradigm»

Devoted to the memory of Professor
Kharichkov Serhii Kostiantynovych
1945–2018

September 18, 2023, Odesa, Ukraine

V

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
ECONOMIC SCIENTIFIC PORTAL
ECONOMICS.NET.UA

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА «ІНСТИТУТ РИНКУ І ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ»
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І.І.МЕЧНИКОВА
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМ. АДМІРАЛА МАКАРОВА
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА "ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА
СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ"
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЮБЛІНСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» (ПОЛЬЩА)
ПОЛОНІЙНА АКАДЕМІЯ В ЧЕНСТОХОВІ (ПОЛЬЩА)
МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ INTAMT
(ДЮССЕЛЬДОРФ, ФРН)
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМЕНІ І.П. ПРОДІУСА
ЕКОНОМІЧНИЙ НАУКОВИЙ ПОРТАЛ

МАТЕРІАЛИ V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В КООРДИНАТАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

18 вересня 2023 р.

Харічкову Сергію Костянтиновичу присвячується

ОДЕСА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
2023

УДК 65 (075.8) : 330.34

Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. 18 вересня 2023, Національний університет «Одеська політехніка». м. Одеса, Україна. 220 с.

У збірнику наведені матеріали, які докладалися на V Міжнародній науково-практичній конференції «**Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку**» (Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, 18 вересня 2023 р.) висвітлюються результати науково-методичної роботи Національного університету «Одеська політехніка» та інших вищих навчальних закладів України та зарубіжжя з питань сучасної економічної теорії, конкурентоздатності на мікро- та макрорівнях економіки, сталого економічного розвитку, а також управління фінансами підприємницьких структур.

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Редакційна колегія:

Голова – Оборський Г.О., д.е.н., проф.
Співголови – Філиппова С.В., д.е.н., проф.
– Продіус О.І., д.е.н., проф.

Головний редактор – Філіппов В.Ю., д.е.н., проф.

Учений та технічний секретар – Лук'янчук О.М., ст. викладач

Члени програмного комітету:

– Буркинський Б.В., д.е.н., проф.
– Балан О.С., д.е.н., проф.
– Ковтуненко К.В., д.е.н., проф.
– Кузьмін О.Є., д.е.н., проф.
– Кузнецова І.О., д.е.н., проф.
– Парсяк В.Н., д.е.н., проф.
– Патрік Едуард, д.т.н., проф.
– Садченко О.В., д.е.н., проф.
– Слоніец Іоланта, д.е.н., проф.
– Студінська Г.Я., д.е.н., доц.
– Студінський В.А., д.і.н., к.е.н., доц.
– Хлобистов Є.В., д.е.н., проф.
– Хрущ Н.А., д.е.н., проф.
– Чухрай Н.І., д.е.н., проф.
– Прадіп Кумар Бора, проф.
– Сародж Кумар Саху, проф.

Інформаційно-технічне забезпечення: – Янгулов Е.П., здобувач PhD

Всі матеріали проходять внутрішню перевірку на актуальність та унікальність. Програмний комітет намагається підтримати високу якість опублікованої інформації, проте погляди, висловлені в публікаціях, безпосередньо є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність, зміст, орфографію та якість поданих матеріалів несуть автори та їх наукові керівники. Матеріали друкуються мовами оригіналів

© Національний університет «Одеська політехніка», 2023

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
STATE ORGANIZATION "INSTITUTE OF MARKET AND ECONOMIC & ECOLOGICAL RESEARCHES OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF UKRAINE"
ODESA I.I.MECHNIKOV NATIONAL UNIVERSITY
ODESA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY
LVIV POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
ADMIRAL MAKAROV NATIONAL UNIVERSITY OF SHIPBUILDING
PUBLIC INSTITUTION «INSTITUTE OF ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF UKRAINE»
KHMELNYTSKYI NATIONAL UNIVERSITY
STATE UNIVERSITY OF TRADE AND ECONOMICS
POLITECHNIKA LUBELSKA (POLAND)
AKADEMIA POLONIJNA W CZĘSTOCHOWIE (POLAND)
THE INTERNATIONAL ACADEMY FOR MANAGEMENT AND TECHNOLOGY (INTAMT) (DÜSSELDORF, GERMANY)
I.P. PRODIUS DEPARTMENT OF MANAGEMENT
ECONOMIC SCIENTIFIC PORTAL

V INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

«MODERN MANAGEMENT OF ECONOMIC SYSTEMS WITHIN THE COORDINATES OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM»

September 18, 2023

Devoted to the memory of Professor Kharichkov Serhii Kostiantynovych

ODESA
ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
2023

UDC 65 (075.8) : 330.34

Modern management of economic systems within the coordinates of the sustainable development paradigm: V International Scientific and Practical Conference. September 18, 2023, Odesa Polytechnic National University. Odesa, Ukraine. 220 p.

The materials presented in the collection were contributed to the V International Scientific and Practical Conference "**Modern Management of Economic Systems within the Coordinates of the Sustainable Development Paradigm**" (Odesa Polytechnic National University, September 18, 2023, ODESA, UKRAINE). These materials highlight the results of scientific and methodological work carried out by the Odesa Polytechnic National University and other higher education institutions in Ukraine and abroad on contemporary economic theory, competitiveness at micro and macroeconomic levels, sustainable economic development, as well as financial management of entrepreneurial structures.

PROGRAM COMMITTEE

Editorial Board:

Chair – Oborskyi, H.O., Professor, DTech
Co-Chairs – Filyppova, S.V., Professor, DEcon
– Prodius, O.I., Professor, DEcon

Chief Editor – Filippov, V.Y., Professor, DEcon

Scientific and Technical Secretary – Lukianchuk, O.M., senior lecturer

Members of the Program Committee:

– Burkynskyi, B.V., Professor, DEcon
– Balan, O.S., Professor, DEcon
– Kovtunenko, K.V., Professor, DEcon
– Kuzmin, O.E., Professor, DEcon
– Kuznetsova, I.O., Professor, DEcon
– Parsyak, V.N., Professor, DEcon
– Patrik Eduard, Professor, DTech
– Sadchenko, E.V., Professor, DEcon
– Sloniets Iolanta, Professor, DEcon
– Studinska, G.Y., As.Prof., DEcon
– Studinskyi, V.A., As.Prof., DHist, Ph.DEcon
– Khlobystov, Y.V., Professor, DEcon
– Khrushch, N.A., Professor, DEcon
– Chukhray, N.I., Professor, DEcon
– Pradip Kumar Bora, Professor
– Sarodzh Kumar Sakhu, Professor

Information and technical support – Yangulov E.P., PhD student, assistant

All materials undergo an internal check for relevance and uniqueness. The Program Committee strives to maintain high-quality published information; however, the views expressed in the publications directly represent the authors' positions. The authors and their academic advisors bear full responsibility for the accuracy, content, spelling, and quality of the materials provided. The materials are printed in their original languages.

© Odesa Polytechnic National University, 2023

Шановні учасники наукової конференції!

Вітаємо вас з нагоди цієї важливої наукової події!

Шановні учасники конференції "Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку"!

Вітаю вас на цьому важливому заході, який відкриває двері до розуміння та обговорення сучасних викликів у менеджменті та економіці. Тема конференції є невід'ємною частиною еволюції сучасного світу, яка не лише відзначає актуальні виклики нашого часу, але й визначає нові координати для розуміння та досягнення цілей сталого розвитку. Цілі сталого розвитку стають необхідною картою для керівників та експертів у всіх сферах діяльності, а зміна координат в парадигмі сталого розвитку вимагає від нас нового підходу до управління, збалансованої інтеграції економічних, соціальних та екологічних аспектів.

Саме на цій конференції ви маєте унікальну можливість обговорити, як сучасний менеджмент може сприяти досягненню цих цілей. Ви маєте унікальну можливість обговорити стратегії, інновації та кращі практики, спрямовані на створення економічних систем, які не лише процвітають в даний момент, але й залишають за собою спадщину для майбутніх поколінь.

Бажаю вам плідних дискусій, що виведуть нас на нові рівні розуміння та реалізації концепцій сталого розвитку. Бажаю продуктивних обговорень, нових інсайтів та можливості знайти спільні шляхи до сталого розвитку у сфері менеджменту та економіки.

Нехай цей захід стане для вас і важливим етапом у формуванні високого рівня управлінської ефективності та відповідального підходу до економічних процесів, і результативною платформою для обміну ідеями та створення стратегій, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку.

З найкращими побажаннями та повагою,

голова програмного комітету конференції
Ректор національного університету
«Одеська політехніка» Геннадій **ОБОРСЬКИЙ**

співголова програмного комітету конференції
директор інституту економіки та менеджменту
національного університету
«Одеська політехніка» Світлана **ФІЛИППОВА**

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

18 СЕРПНЯ 2023 р., 10:00 (ONLINE)

18 вересня 2023 р.
Національний університет «Одеська політехніка»
Одеса, Україна

HTTPS://MEET.GOOGLE.COM/GZM-VQWU-CAA

10:00 Відкриття міжнародної наукової конференції «Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку». Вступне слово (Продіус О.І.), початок пленарного засідання.

10:15 – 12:00 Доповіді учасників пленарного засідання

1. Ковальова Олена Миколаївна – *кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту Інституту економіки та менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна.*

Тема доповіді: Peculiarities of grant research realisation "Fintech as a fence for the shock and fuel for the recovery? Lessons from the war"

Виконано в рамках проєкту «Фінтех як призма для оцінки шоку або паливо для відновлення? Висновки впливу війни» (UUT23, НДР №1877-01/23), керівник проєкту – к.е.н., доц. Ковальова О.М.

URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-23
https://economics.net.ua/uut23

2. Філіппов Володимир Юрійович – *доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, Інститут економіки та менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна.*

Тема доповіді: Results of the study on the online learning during times of conflict and the welfare of children and teachers.

Виконано в рамках проєкту «Онлайн-навчання під час конфлікту та добробут дітей і вчителів» (UUT21, НДР №1877-01/21), керівник проєкту – д.е.н., проф. Філіппов В.Ю.

URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-21
https://economics.net.ua/uut21

3. Філиппова Світлана Валеріївна – *доктор економічних наук, професор, директорка інституту економіки та менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна.*

Тема доповіді: Risks of researching the formation of inclusive social responsibility in the innovation process.

Виконано в рамках проєкту «Формування інклюзивної соціальної відповідальності в інноваційному процесі» (UUT10, НДР №1877-01/10), керівник проєкту – д.е.н., проф. Філиппова С.В.

URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-10
https://economics.net.ua/uut10

4. Свінарьова Ганна Борисівна – *доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, аналізу і аудиту, Інститут економіки та менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна.*

Тема доповіді: Identification of the risks of the research of the impact of the military conflict 2022-2023 on women and children in Ukraine as a challenge for the business environment and the socio-economic development of its regions

Виконано в рамках проєкту «Страждання в надії на майбутнє: статус уразливих жінок і дітей в Україні та визначення постконфліктних рішень для підтримки їх реінтеграції та ресоціалізації» (UUT11, НДР №1877-01/11), керівник проєкту – д.е.н., проф. Філиппова С.В.

URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-11
https://economics.net.ua/uut11

5. Волощук Лідія Олександрівна – *доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри обліку, аналізу і аудиту, Інститут економіки та менеджменту, Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна.*

Тема доповіді: Results of the study on the evaluation of opportunities for prevention, reduction, recycling, and reuse of FLW in Ukraine

Виконано в рамках проєкту «Оцінка можливостей запобігання, скорочення, переробки та повторного використання харчових втрат та відходів (ХВВ) в Україні» (UUT17, НДР №1877-01/17), керівник проєкту – д.е.н., проф. Філіппов В.Ю.

URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-17
https://economics.net.ua/uut17

12:00 – 13:00 Подальше обговорення доповідей у відкритому форматі

Завершення пленарного засідання

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 1

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ НА МАКРО– , МЕЗО– ТА МІКРОРІВНЯХ

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

MANAGEMENT OF ENTERPRISE LABOR RESOURCES UNDER THE INFLUENCE OF FORCE MAJEURE AND OTHER FACTORS OF UNCERTAINTY

Volodymyr Y. Filippov, Professor, DEcon
Luiza S. Kondratieva, student of the second (master's) level of higher education
Odesa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

The COVID-19 pandemic and geopolitical conflicts of recent years have brought about unprecedented changes in all aspects of life, including the economy and the labor resources of enterprises. This article aims to study the impact of these two factors on enterprise labor resources and explore possible strategies for companies in this complex context.

Research conducted by other authors in the context of the impact of force majeure circumstances on enterprise labor resources has revealed several important conclusions and trends that can be valuable in understanding this complex phenomenon. For example, the COVID-19 pandemic significantly affected companies and their labor resources. Remote work became the norm for many companies, requiring new approaches to personnel management. Hiring and training processes also underwent changes due to restrictions on personal contact [1]. As for geopolitical conflicts and states of war, these factors also have a significant impact on enterprise labor resources, and various studies have identified several key aspects of this influence [2]. Economic instability often accompanies geopolitical conflicts and can lead to reduced investments and economic activity, population displacement. All of these factors affect companies' decisions regarding hiring new employees and retaining their workforce.

All these conclusions and research underscore the importance of flexibility and adaptability for enterprises in changing conditions and the necessity to develop human resource management strategies that take into account behavioral aspects and social factors of influence. Behavioral models of enterprise labor resource responses to the impact of force majeure factors and other sources of uncertainty are presented in Fig. 1.

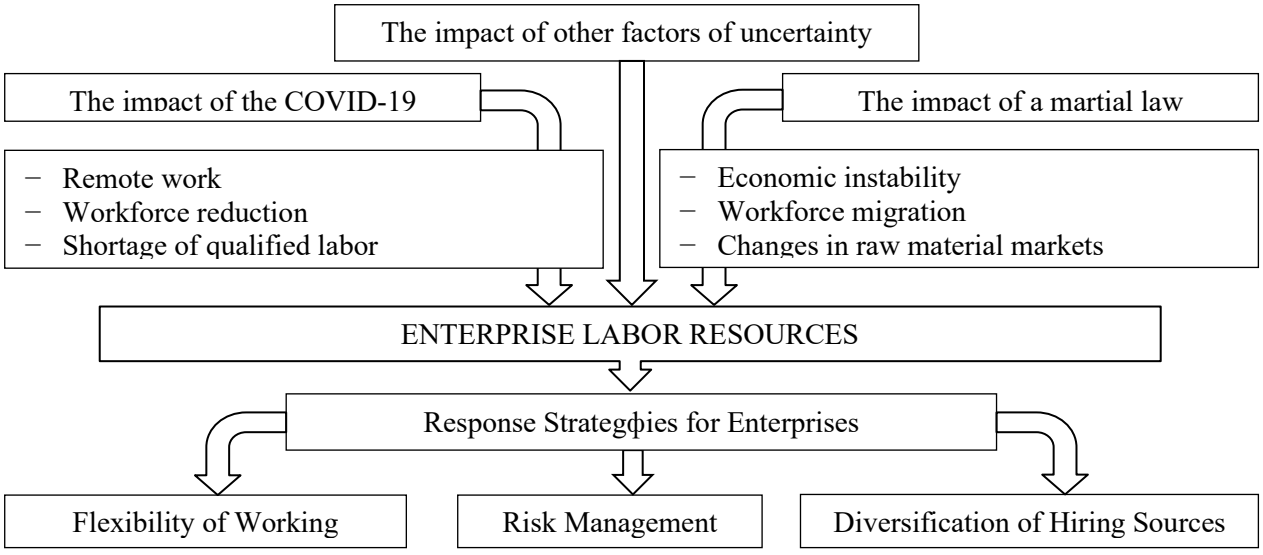

Figure 1. The behavioral model of enterprise labor resource management in response to the impact of force majeure factors and other sources of uncertainty

Particularly important is the understanding of behavioral aspects in managing labor resources during the declaration of a state of war due to the full-scale invasion by the Russian Federation into the territory of sovereign Ukraine. A behavioral model can be utilized to analyze factors influencing the decisions of employees and company management regarding further employment. This allows for

the prediction and adaptation of resource management strategies under the influence of force majeure and other uncertainty factors. In the section discussing the impact of the COVID-19 pandemic on labor resources, the pandemic is characterized as a challenge to all sectors of the economy, including industry, services, and trade. Measures taken to limit the spread of the virus, such as quarantine, border closures, and restrictions on mass gatherings, have led to significant changes in consumer demand and production processes. In the section addressing the impact of a state of war on labor resources, it is noted that geopolitical conflicts and a state of war also have a significant influence on enterprise labor resources.

Uncertainty is a complex and multifaceted issue for enterprises and their labor resources. In addition to the pandemic and a state of war, there are several other factors that can contribute to uncertainty in the field of labor resources: economic instability, technological changes, regulatory changes, global competition, shifts in consumer demand, demographic changes, environmental issues, political instability, natural disasters, or fluctuations in currency exchange rates and energy resource prices. In the context of such challenges, enterprises must implement response strategies to ensure the resilience of their labor resources under the influence of any force majeure factors and other sources of uncertainty.

The COVID-19 pandemic, geopolitical conflicts, and other sources of uncertainty leave a profound impact on enterprise labor resources. Adaptation and the development of strategies to ensure resilience in uncertain conditions become crucial tasks for successful enterprises. Special attention should be given to flexibility and risk management to ensure sustained operations and growth.

A behavioral model for managing enterprise labor resources in response to force majeure factors and other sources of uncertainty can be a valuable tool for analyzing and forecasting changes in labor resources. This model can take into account the psychological and social aspects of decisions made by employees and company management during a pandemic. It can be used in the context of:

1) Risk analysis and decision-making.
2) Forecasting changes in working conditions.
3) Evaluation of the impact of communication and support.
4) Forecasting training and development needs.

Furthermore, it is important to establish mechanisms for monitoring and analyzing market trends. The application of a behavioral model will enable enterprises to better understand their staff's response to the pandemic and make more informed decisions regarding human resource management.

Therefore, the COVID-19 pandemic, global geopolitical conflicts, including the declaration of a state of war due to the full-scale invasion of the Russian Federation into the territory of sovereign Ukraine, as well as the impact of other sources of uncertainty, pose numerous challenges for enterprises concerning labor resources. However, they also provide an opportunity to rethink business strategies and develop new approaches to personnel management. Enterprises that are prepared to adapt to changes and invest in the development of their workforce will have a better chance of success in these complex conditions.

References

1) Makalyuk I.V. & Kisil A.P. (2021) Consequences of the COVID-19 Pandemic for the World's National Economies. *Business, Innovation, Management: Issues and Prospects*: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference. April 22, Ukraine, Kyiv, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. P. 180-181. URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230936 (Date of reference: September 10, 2023) [in Ukrainian]

2) Kozak K.B., Korsikova N.M., Petrenko Yu.O. (2022) Personnel Motivation Management in Post-Pandemic and State of War Conditions. Food Industry Economics. Vol. 14, Issue 4. P. 26-34. DOI: 10.15673/fie.v14i4.2426 [in Ukrainian].

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

М.Л. Тараканов, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
Н.І. Носова, провідний інженер
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»
(м. Одеса, Україна)

Важливу роль у формуванні продовольчої безпеки країни відіграє сільськогосподарське виробництво, розвиток якого впливає на місткість аграрних ринків, на індикатори споживання продуктів харчування, їх якість. Одним із провідних агропродовольчих ринків є ринок овочів. У довоєнний період для ринку була характерною наявність низки проблем, зокрема: недостатня державна підтримка ринку, низький рівень використання потенціалу меліоративних земель, недосконаліть каналів просування продукції на зовнішні ринки, незадовільний стан з використання овочесховищ та інших об'єктів інфраструктури, функціонування тіньового ринку, відсутність у переважної більшості виробників доступу до ефективних технологій вирощування та зберігання продукції.

Сучасні умови функціонування ринку в умовах війни характеризуються низкою додаткових проблем: посиленням непередбачуваності та мінливості ринкової кон'юнктури, розбалансуванням попиту та пропозиції, руйнуванням логістичних ланцюгів постачання. Дослідження ринку свідчить про тенденцію до скорочення місткості ринку, що обумовлено загальним зменшенням чисельності споживачів та втратою частки території, яка спеціалізується на овочівництві. Ринок овочів у попередньому році скоротився в середньому на 30 %, а попит на продукцію був не задовільненим [1].

Ринковий механізм певною мірою відреагував на зміни у відносинах попиту та пропозиції. Результат даного процесу проявився у збільшенні частки виробництва продукції у інших регіонах, що дозволило в цілому задовольнити споживчий попит, зокрема, у літній період. В той же час з огляду на цілорічне споживання овочевих продуктів набуває актуальності завдання збереження вирощеного врожаю та збалансування попиту і пропозиції у міжсезонний період.

Проблема ефективного збереження овочевої продукції передбачає в тому числі врахування особливостей географічних меж ринку та умов її зберігання.

Географічні межі овочевого ринку характеризуються високим рівнем локалізації. Споживчий попит має стійке тяжіння до продовольчих ринків та супермаркетів в межах окремих населених пунктів. Вплив на мотивацію до купівлі товару в іншому (сусідньому) локальному ринку (населеному пункті, місті), не прослідковується з причин значних додаткових витрат на придбання продукції. Виключенням з цього правила може розглядатись ситуація довготривалої відсутності товару, або його значного дефіциту, що відповідає форс-мажорним ситуаціям. В той же час незначні цінові коливання в межах одного локального ринку (населеного пункту, міста) істотно впливають на еластичність попиту. Незначні цінові відхилення у вартості товару створюють ситуацію зосередження попиту в місцях здешевлення продукції.

Враховуючи, що а) рівень цін на овочі у межах України має незначні коливання; б) якість і споживчі властивості продукції при належному зберіганні та транспортуванні не змінюються протягом певного часу, а тому «переміщення» пропозиції між локальними ринками є недоцільним; в) відсутні бар'єри для транспортування овочів в межах країни; г) відсутня споживча мотивація до придбання товарів на сусідніх ринках тощо, територіальними межами овочевого ринку слід визначити межі локальних ринків в складі населених пунктів (міст), оскільки кожний з них не замінює групу овочевих товарів, які продаються в інших локальних ринках, тоді як в межах кожного окремого ринку можливі динамічні зміни у наданні споживчих переваг тому чи іншому торговому місцю: продовольчому ринку, супермаркету,

центру оптової торгівлі та ін. Таким чином питання збереження овочів носить виключно локальний характер, що потребує компактного розміщення овочевих баз та овочесховищ.

Овочева продукція носить швидкопсувний характер. Забезпечення рівномірного постачання овочів на ринок передбачає створення розгалуженої системи спеціалізованих овочесховищ з різними температурними режимами. В той же час, не задовільне інвестування у будівництво овочесховищ та інших об'єктів інфраструктури і, як наслідок, незадовільний стан зберігання пов'язаний з тим, що лише 30 відсотків овочесховищ відповідають сучасним вимогам [2].

Результатом цього стають значні втрати овочевої продукції. Якщо у 2010 р. обсяги втрат становили 835 тис. т (9,4% від загального виробництва), то у 2014 р. – 1223 тис. т (11,85%). Загальні втрати за цей період збільшилися у 1,5 рази [3]. У подальшому за експертними оцінками ця частка також мала тенденцію до збільшення.

Ефективне використання овочесховищ передбачає пріоритетний розвиток у наступних напрямках.

Перший напрямок передбачає створення промислових овочесховищ в складі крупних товаровиробників. У довоєнний час в Україні сумарна потужність промислових овочесховищ складала біля 800 тис. т, з них 600 тис. т призначалась для зберігання картоплі, 200 тис. т – під інші овочі. В той же час необхідна потужність з врахуванням потреби внутрішнього ринку становила 1,4 млн. т для картоплі та 300 млн. для інших овочів. Тобто, дефіцит овочесховищ складав 600 тис. т по картоплі та 100 тис. т по решті овочевих культур. У воєнний період потужності овочесховищ додатково скоротились в результаті руйнування переважно крупних центрів зберігання, зокрема, у Каховському районі – найбільш провідному з розвитку овочівництва [4].

Промислові овочесховища створюють умови для подальшої переробки та реалізації продукції кінцевим споживачам. Вони формують провідну ланку завершеного ланцюга з повним відтворювальним циклом та забезпечують максимальну ринкову додану вартість і створюють умови для експорту продукції.

Промислові овочесховища створюються в складі крупних компаній із залученням спеціалізованих девелоперських фірм. Девелопери віддають переваги крупним аграрним підприємствам навіть якщо орендні ставки є дещо нижчими від середньоринкових. Скорочення орендних надходжень перекриваються подовженими строками оренди, стабільністю орендних платежів, скороченням частки ротації орендарів [5].

Другий напрямок передбачає входження малих форм господарювання у рівноправні ринкові відносини шляхом створення спільних локальних овочесховищ з первинного збереження врожаю та подальшого постачання овочів до оптових ринків сільськогосподарської продукції (ОРСП) [6].

У воєнний час особливості зберігання овочів полягають у необхідності розпорошеного розміщення овочесховищ та ОРСП. Локальний рівень створює умови для скорочення витрат на товарні поставки, полегшує взаємодії товаровиробників з ОРСП, скорочує обсяги та терміни їх фінансування. Додаткові переваги ОРСП створюють сприятливі умови для використання прямих постачань, доробки продукції, її рівномірного надходження на ринок у відповідності з мінливістю споживчого попиту тощо.

В основу запропонованого варіанту диверсифікації послуг щодо збереження та реалізації овочевої продукції закладено територіальний принцип розмежування овочесховищ та ОРСП: оптові ринки надають послуги переважно в межах крупних населених пунктів, тоді як спільні локальні овочесховища переважно обслуговують особистих виробників, розташованих в зонах вирощування овочевих культур.

Для дрібних виробників збут товарів через ОРСП створює умови для стабільного продажу продукції оптовим операторам ринку за ринковими цінами в результаті задоволення споживачів відносно обсягів товарних партій, якості продукції, строків, періодичності постачань. Забезпечення перелічених умов в середньому збільшує вартість продукції на 20-30%, а рівномірне її постачання впродовж сезону продажів додатково підвищує доходи виробників ще на 30-50%. Перспективними регіонами компенсації потужностей зі зберігання

овочів доцільно розглядати центральні, західні та південні регіони України, в яких стрімко нарощується виробництво овочевих культур.

Локальний підхід до розміщення овочесховищ полягає у максимальному врахуванні факторів наближення до перспективних овочівницьких зон у сполученні з ефективною логістикою постачань продукції до центрів переробки та споживання. У зв'язку з цим узагальненою умовою зберігання продукції має бути мережа спеціалізованих овочесховищ з різними температурними режимами та відповідністю локальному споживчому попиту. Переваги такої схеми розвитку овочесховищ полягають у децентралізації місць зберігання, що особливо актуально у період дії воєнного стану.

Третій напрям полягає у створенні багатофункціональних овочевих кооперативів з подовженими циклами товароруху продукції в складі виробництва, переробки та реалізації власної продукції споживачам. Така форма взаємовідносин забезпечує максимізацію кооперативної доданої вартості та розширює зону товарного збуту. Для кооперативних форм господарювання перевагами зберігання продукції доцільно розглядати модульні складські потужності загального користування. Переваги модульних овочесховищ полягають у забезпеченні гнучкості використання складських потужностей залежно від ринкової кон'юнктури, скороченню інвестиційних витрат, відсутності необхідності у розбудові власних овочесховищ тощо [7].

Список використаних джерел

1) Ринок овочів у 2023 р. скоротився на 30 % і не повернувся до довоєнного рівня / "Рійк Цваан Україна". *Медійна агенція Interfax* : веб-сайт. 2023. URL: https://interfax.com.ua/news/economic/911734.html

2) Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку овочівництва на період до 2025 року Розпорядження КМУ від 21 жовтня 2020 р. № 1333-р Київ URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1333-2020-%D1%80#n14

3) Тихонова Н.О. Баланс виробництва та споживання овочевої продукції в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. Вип. 11. URL: http://global-national.in.ua/archive/11-2016/8.pdf

4) Для відновлення промислових овочесховищ потрібно понад 10 млрд грн інвестицій. *Медійна агенція Interfax* : веб-сайт. 2023. URL: https://interfax.com.ua/news/investments/922894.html

5) Гураль Л. Что нам стоит склад построить: группа компании FIM Group первопроходцы украинского складского девелопмента. Транспорт і логістика. 2006. № 9-10. С. 42-45.

6) Лисюк В.М. Стратегія розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні. *Економічні інновації.* 2011. Вип. 43. С. 150-159.

7) Організація роботи овочевого цеху. *Інтернет-магазин «ФУД-ЭКВІП»* : веб-сайт, 2023. URL: https://food-equip.com.ua/ua/stati/ovoshchnoi-tseh1

РОЗВИТОК ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ

О.В. Балахонова, доктор економічних наук, професор
Вінницький соціально-економічний інститут університету «Україна»
(м. Вінниця, Україна)
О.М. Лук'янчук, старший викладач кафедри менеджменту
В.А. Біюк, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

В умовах докорінного перетворення економічного базису суспільства на перший план висувається проблема чіткого механізму оцінки наслідків для людей та заходів, що проводяться в країні, і вироблення на цій базі послідовних етапів поступового підвищення соціальної захищеності населення, і, в першу чергу, населення, яке за своїм фізичним станом, або віком, позбавлене можливості самозабезпечення [1],

В даний час, система соціального захисту в Україні представлена трьома видами програм: соціального страхування, соціальної допомоги та соціального обслуговування.

Програми соціального страхування частково відшкодовують втрати заробітків, пов'язані з виходом на пенсію, тимчасовою непрацездатністю та безробіттям.

Програми державної соціальної допомоги передбачають допомогу тим, хто не може заробити сам, є непрацездатним чи має дітей на своєму утриманні [2].

Програми соціального обслуговування в Україні поки що не набули широкого поширення і лише починають розвиватися.

У рамках цих програм передбачається надавати соціально-медичні, психолого-педагогічні, соціально-правові, соціально-побутові, соціально-консультативні послуги, послуги із соціальної адаптації громадян з асоціальною поведінкою, реабілітації інвалідів.

Загальні витрати держави на фінансування системи соціального захисту неухильно зростають. Економічні витрати на різні соціальні програми (за винятком витрат на освіту та охорону здоров'я) в Україні досягли 18% валового внутрішнього продукту. Разом з тим, ефективність їхнього використання залишається низькою. Як показують дослідження, соціальні програми підтримують багаті верстви населення більше, ніж бідні. Соціальні виплати та пільги найчастіше надаються за категоріальним принципом, незалежно від матеріального становища їх одержувачів, потреб та економічних можливостей.

Немає чіткого розмежування між різними рівнями бюджетної системи країни, які здійснюють фінансування виплат допомоги та пільг. Це призводить до розмивання відповідальності та дисбалансу між обов'язковими соціальними витратами та можливостями їх фінансування.

Для розвитку ефективної системи захисту в Україні необхідні раціоналізація та централізація існуючих соціальних програм з метою створення єдиної системи адресної підтримки депривaційним групам населення [3].

В даний час, загальноприйнятих методик визначення розмірів та умов надання адресної допомоги поки не існує. На наш погляд, досить доцільним може бути застосування методики виявлення депривaційних груп населення та оптимізації розподілу для них матеріальних засобів, суть якої полягає у використанні системи показників оцінки рівня життя малозабезпечених верств населення, що відповідає низці вимог: доступність та простота застосування соціальним працівником; чіткість критеріїв для виявлення ступеня насиченості допомоги для реципієнта; відкритість для зміни, нарощування числа показників залежно від обставин, що змінюються; накопичення масиву даних для відстеження реципієнтів соціальної допомоги протягом тривалого часу; автоматизація обліку нужденних сімей із застосуванням комп'ютерних технологій. Найважливішим показником зазначеної системи є розмір сукупного доходу. Саме цей критерій насамперед має стати вихідною точкою від рахунку, з якого починається відбір реципієнтів (одержувачів) соціальної допомоги.

У той же час, як показує практика, обліку одного цього критерію недостатньо для об'єктивного вибору кола осіб, які потребують соціальної допомоги. Тут потрібен комплексний підхід, що дозволяє всебічно оцінити рівень життя потенційних реципієнтів соціальної допомоги та вибрати з них справді тих, які цього найбільш гостро потребують.

При оцінці рівня життя депривaційних груп населення, які потребують першочергового соціального захисту, необхідно керуватися такими критеріями:

- грошовий (місячний) дохід одного члена сім'ї чи тих, які проживають самостійно;
- наявність додаткового заробітку;
- матеріальна допомога з боку родичів – внутрішньосімейні трансферти;
- склад сім'ї: кількість неповнолітніх дітей;
- чи перебувають на утриманні старі батьки, родичі;
- наявність у сім'ї інвалідів;
- житлові умови;
- наявність комунальних зручностей;
- майнова забезпеченість;
- дохід від особистого підсобного господарства;
- просторова схильність місця проживання;
- стан здоров'я.

Запропонований перелік критеріїв повинен стати основою робочої методики визначення сімей з тяжкими сімейними обставинами, і які потребують адресної соціальної підтримки. Адресна соціальна допомога має бути результативною. Основними показниками ефективності системи соціального захисту населення є: оптимальний рівень охоплення нужденних; підвищення рівня купівельної спроможності; достатній сукупний доходів після виплати допомоги; зниження рівня малозабезпеченості та диференціація населення країни.

Список використаних джерел

1) Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Затверджено постановою КМ України від 03.03.2021 р. №179. *Урядовий кур'єр*, 2021. №45. С. 8-36

2) Ярошенко І.С. Право соціального забезпечення: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2005. 232 с.

3) Філіпчук В.Р. Соціальний захист населення: зміст категорії та відповідність викликам глобалізації. *Науковий вісник УНУ*, 2018. Вип.20. Ч.3. С.106-110.

ПРОБЛЕМА ДОСТАТНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ТРАСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
Д.М. Дукіна, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Вільна ринкова економіка характеризується недостатньо повним використанням ресурсів суспільства; невисокою ефективністю у вирішенні структурних проблем; слабкою мотивацією до довгострокових капіталовкладень; нездатністю протистояти циклічним коливанням, відсутністю механізму захисту об'єктів власності від недобросовісних власників і керуючих, можливістю реалізації приватного інтересу не тільки в економічному зростанні, але і в згортанні соціально-значущих виробництв; тенденцією до монополізації виробництв, руйнуванням конкурентного середовища та механізму саморегулювання, відсутністю достатніх умов для задоволення всіх суспільно значущих потреб.

Потреба в державному регулюванні економіки особливо зростає в період переходу від командно-адміністративної економіки до ринкової [1]. Транс-формаційної природи вітчизняної економіки притаманні:

- високий рівень концентрації та спеціалізації суспільного виробництва;
- слабка адаптація власності до вимог ринку;
- глибока загальноекономічна, інвестиційна та структурна криза;
- нерозвиненість інституційної сфери;
- слабка конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників;
- відсталість промислової інфраструктури.

Крім того, для української економіки характерно: переважання адміністративних методів управління, значна роль державного сектора, відсутність традиції соціального партнерства, відданість значної частини населення, особливо в східних областях, колективістським, зрівняльним цінностям, високий ступінь централізації, концентрації та монополізації економіки [4].

У самому загальному вигляді державне регулювання ринкової економіки можна визначити як сукупність інструментів, спрямованих на створення сприятливих умов для стабільного та еволюційного розвитку суспільного виробництва [2]. Воно включає два основних блоки.

У завдання першого входить забезпечення функціональної стійкості і працездатності економіки в кожен конкретний момент часу, що передбачають інституціоналізацію суб'єктів ринку, чітке заключне визначення їх прав і відповідальності, підтримку структури економічної системи в стані, що забезпечує технічну можливість здійснення господарських операцій.

Другий блок покликаний оптимізувати умови розширеного відтворення, сприяти динамічному розвитку національного господарства за найповнішого та ефективного використання всіх його ресурсів, залучення всіх необхідних факторів економічного зростання.

Досвід країн Центральної та Східної Європи, що для переходу до дійсності регульованого ринку необхідно:

- забезпечити реальну самостійність та економічну відповідальність підприємств як вільних товаровиробників з механізмом ціноутворення, що чуйно реагує на динаміку попиту та пропозиції; розвивати конкуренцію, яка спонукає до зниження витрат виробництва, цін, задоволенню попиту споживачів, змушуючи виробника продукції вводити технічні досягнення у виробництво, структура якого повинна відповідати платіжному попиту та швидко реагувати на його зміни;
- розробити систему соціальної підтримки населення;
- створити систему надійного нормативно-правового забезпечення розвитку ринкових відносин;

− здійснити роздержавлення тоталітарної власності і на цій основі забезпечити формування змішаної економіки та класу дрібних і середніх власників, розширюючи коло товаровиробників, що поєднують в одній особі та управлінські та виконавські функції;

− запровадити державну підтримку приватного підприємництва (насамперед у галузі середнього та дрібного виробництва) як основного товаровиробника, що працює на внутрішній ринок, ведучи боротьбу з будь-якими проявами монополії;

− визнання та законодавче закріплення права приватної власності на капітал у всіх формах прояву, забезпечивши його функціонування у рамках, встановлених законом та нормативно-правовими актами.

Але, як наголошують автори [2], ідеологією державного втручання у 1980-х роках стало визнання обмеженості його можливостей, усвідомлення того, що спонтанні ринкові процеси мають визначальний вплив на відтворення, а тому роль держави полягає не в протидії і припущенні ринку, а в його стимулюванні й розумному обмеженні.

Список використаних джерел

1) Геєць В. Особливості взаємозв'язку економічних і політичних трансформацій на шляху до реконструктивного розвитку економіки України. *Економіка України*, 2017. №10. С. 3-17

2) Запоточний І.В., Захарченко В.І. Державне регулювання регіональної економіки. Харків: Одіссей, 2003. 592с.

3) Кіндзерський Ю.В. Імператив використання державного сектору в модернізації економіки. Економіка України, 2015. №4 С. 40-52

4) Райт Г. Державне управління / Перек. з англ. Київ: Основи, 1994. 191с.

РОЗВИТОК МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ІНТЕГРОВАНИМИ ПРОМИСЛОВИМИ СТРУКТУРАМИ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)
С.В. Онешко, кандидат економічних наук, доцент
Одеський національний морський університет
(м. Одеса, Україна)

На кафедрі міжнародного менеджменту та інновацій тривають дослідження зі створення і функціонування організаційно-технологічних систем (ОТС) у високотехнологічному (ВТ) виробництві у промисловості [1]. Ціллю такої роботи є розробка теоретичних, методологічних і практичних основ створення механізму управління ВТ інтегрованими структурами, розробка заходів з ефективного використання такого механізму в умовах військової агресії проти України. Робиться спроба вирішити такі задачі: доопрацювати методологію розвитку механізму управління ВТ інтегрованими структурами у вітчизняній промисловості, обґрунтувати критерії розвитку механізму управління ВТ інтегрованими промисловими структурами, виявити можливості використання процесного підходу в управлінні ВТ інтегрованими структурами, запропонувати методичні підходи до структурних перетворень на ВТ підприємствах промисловості з ціллю створення потужних ВТ інтегрованих структур, провести аналіз стратегічних змін в механізмі управління ВТ інтегрованими підприємствами, розробити методичне забезпечення проведення багатокритеріального управлінського аналізу складних ОТС у складі ВТ інтегрованих промислових бізнес-системах, запропонувати шляхи розвитку механізму управління ВТ інтегрованими промисловими структурами на основі застосування інтерактивно-діяльнісного підходу, проаналізувати ефективність реалізації концепції контролінгу у діяльності ВТ підприємств оборонно-промислового комплексу [2, с. 9], обґрунтувати напрями розвитку механізму управління інтегрованими промисловими структурами в умовах військової агресії. Об’єктом досліджень авторів виступають ВТ промислові підприємства півдня України, а предметом – саме розвиток організаційно-економічного механізму управління ВТ інтегрованими структурами у вітчизняній промисловості. Проведення дослідження базується на фундаментальних і прикладних роботах закордонних і вітчизняних вчених, власних наукових напрацюваннях авторів. Важливу увагу приділяємо стратегії розвитку вітчизняного оборонно-промислового комплексу [2, с. 11], орієнтованій на середньо і довгострокову перспективу з урахуванням існуючих військових обставин. Теоретичні положення і висновки ґрунтуються на фактологічному матеріалі, який продовжуємо отримувати в процесі проведення дослідження, а також на аналізі статистичних даних, моделюванні інтеграційних та дезінтеграційних процесів. Створена методологія базується на: діалектичному методі; системному, стратегічному і процесному підходах до об’єктів та процесів, що аналізуються; урахуванні закономірностей розвитку інноваційної економіки. У теоретичному і методологічному аспектах функціонування інтегрованих структур і удосконалення механізму управління ВТ інтегрованими підприємствами отримано попередні наукові результати:

1) Обґрунтовані методологічні підходи до розвитку механізму управління ВТ структурами, що включає: зміну відношень власності на активи інтегрованих структур на основі впровадження у їх склад сучасних ОТС на користь держави у військовий час шляхом цілеспрямованої централізації інтелектуальних і виробничих ресурсів на рівні промислового холдингу [3, с. 35, 118]; використання вартісних і організаційних інструментів підвищення конкурентоспроможності ВТ продукції шляхом зниження витрат за інтегрованими ланцюгами створення ВТ продуктів, а також застосування структуризації зв’язків по вертикалі та горизонталі ВТ структури [3, с. 30–31, 83–84, 117].

2) Визначення сучасних особливостей формування ВТ структур у промисловості, які мають стратегічне значення, так як: діагностика та ефективне використання науково-

технологічного потенціалу на основі мобілізаційної інтеграції [1, с. 39–43], визначення вихідних позицій побудови організаційної структури ВТ інтегрованих підприємств як гібридного компонента вертикальних зв'язків між вхідними до їх складу ОТС [1, с. 27–29], дослідження ролі концепції контролінгу у побудові стійкого агрегованого об'єднання ОТС [1, с. 233].

3) Обґрунтування алгоритму розвитку механізму управління ВТ структурою на прикладі оборонної сфери, що включає: формування оптимальної моделі управління ВТ підприємством, визначення припустимих обмежень функціонування ВТ структури та її ОТС у процесі взаємодії з оточуючим середовищем шляхом синтезу змін в організаційній структурі, закріплення параметрів безпечних організаційних змін механізму управління ВТ підприємствами виходячи з обмежень інтеграційного циклу розвитку структури [1, с. 57].

4) Розробка моделі багатофакторних структурних перетворень у великих ВТ структурах під впливом глобалізаційних змін, наслідком яких буде створення стратегічних альянсів з ОТС вітчизняних підприємств [1, с. 283]. Сьогодні основними факторами глобальних структурних змін є: варіанти створення доданої вартості у науково-технологічній діяльності у різних країнах та різних економічних умовах; використання новітніх технологічних і технічних ідей, конструкторських розробок, досвіду кращих дослідницьких центрів; просування ВТ продукції (у тому числі військового призначення) за ринковими сегментами усього світового співтовариства; використання світової інформаційно-аналітичної системи для цілей інтеграції та кооперації у виробничій, науковій і маркетинговій діяльності [1, с. 300-301].

5) Формування моделі розподілу бізнес-функцій ВТ інтегрованих структур між її ОТС, внутрішніми підрозділами, дочірніми і сторонніми організаціями з ціллю зниження управлінських витрат [1, с. 66], яка включає: виділення інтегрованих бізнес-ланцюжків, договорні відносини, виділення бізнес-процесів на окремій території, використання науково-технологічного аутсорсингу для створення гібридної організаційної структури [1, с. 79].

6) Обґрунтування стратегії управління ВТ бізнесом та його ОТС, виходячи зі специфіки їх функціонування у військовий час на різних етапах інтеграційного циклу на основі: виявлення різних стратегій з позиції змін станів ВТ промислових підприємств, активності науково-технологічного функціонування; виявлення організаційно-економічних характеристик ОТС у складі інтегрованої структури, що включає досягнення режиму стійкого бізнесу, в основу якого покладена саморегулююча система організації та управління бізнес-процесами; удосконалення бізнес-процесів у складі ОТС з ціллю подолання бар'єрів організаційних змін [1, с. 278–283].

Реалізація запропонованих заходів планується за допомоги використання сформованого активного інтерактивно-діяльнісного підходу до розробки ієрархії бізнес-системи ВТ промислової структури [1, с. 285–289], який відбиває активну функцію топ-менеджменту зі здійснення проєктів інтеграційних змін за основними етапами інтегрованого ланцюжка створення вартості кінцевого ВТ продукту.

Список використаних джерел

1) Захарченко В.І., Єрмак С.О., Онешко С.В. Теорія створення і функціонування організаційно-технологічних систем у високотехнологічному виробництві : Монографія / за ред. В. І. Захарченко. Одеса : Фенікс, 2022. 324 с.

2) Стратегія розвитку оборонно-промислового комплексу України. Затв. Указом Президента України №72/2021 від 20.08.2021. *Урядовий кур'єр,* 2021. №162. С. 9–11.

3) Захарченко В.І., Стремядін В. М. Проєктування інтеграційних бізнес-структур у сучасному промисловому виробництві України : монографія. Одеса : Наука і техніка, 2016. 152 с.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

О.І. Продіус, доктор економічних наук, професор
К.В. Пастушенко, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Війна впливає на різні аспекти життя суспільства та країни. При цьому найбільшого впливу зазнає економічна система. Так серед наслідків є: зниження обсягу виробництва багатьох видів продукції, у тому числі зерна, яке є основою експорту України; нищення інфраструктури країни, зокрема транспортно-логістичної та соціальної; відтік робочої сили за кордон та на фронт, а також значне підвищення рівня інфляції. І це лише мала частина проблем з якими стикнулась українська економіка.

При цьому воєнні дії завдали значної шкоди й конкретно українському підприємництву. Від початку 2022 року було зруйновано понад 120 підприємств та заводів, великий відсоток компаній повністю припинили свою діяльність [1]. Що звісно ж мало вкрай негативний вплив на бюджет та економіку України в цілому. Тож зрозуміло, що для того, щоб наша країна скоріше перемогла у цій війні, підприємства мають «вижити», оскільки саме на них тримається держава. Для цього вони повинні мати ефективну управлінську систему. Управлінці всіх рівнів мають сформувати стратегію та забезпечити оперативну реалізацію стратегічного плану та при цьому бути готовими до впровадження змін до стратегії та швидкого прийняття управлінських рішень.

Розглядаючи наслідки війни, можна виділити такі проблеми, з якими стикнулися підприємства в цілому: проблеми з логістичною частиною експорту та імпорту; проблеми пов’язані з постачанням пального, що негативно впливає як на виробництво, так і на транспортування; відключення світла; валютні коливання та інфляція; зменшення попиту на деякі види продукції, через зниження платоспроможності населення; втрата майна, зокрема заводів, складів тощо; погіршення психоемоційного стану працівників, через що з’являється ризик не тільки поганого виконання обов’язків, але й неявки їх на роботу з тих чи інших причин; нестача кадрів через те, що велика частина населення була мобілізована на війну, а деякі мігрували за кордон чи у західні регіони України. Якщо ж поглибитися у внутрішні проблеми підприємств, які виникають на управлінських рівнях, то серед них виявляються такі. Першою проблемою є «нежиттєздатна» організаційна структура. Деякі її види не пристосовані до мінливого зовнішнього середовища. Тому важливо, щоб організаційна структура підприємства завжди відповідала зовнішній та внутрішній кон’юнктурі підприємства, а під час війни й поготів. Тому при значних змінах середовища підприємство повинне проводити реорганізацію. При цьому розробляючи стандарти прийняття типових управлінських рішень, та систему моніторингу макросередовища, що забезпечить більш швидку реакцію на зміни.

Друга проблема полягає в занадто довгому вирішенні проблеми та прийнятті рішень, що, до речі, цілком може бути наслідком проблеми описаної вище. Стрес –це фактор, що сильно впливає на людську психіку. Він може викликати ступор, через що управлінець не зможе оперативно відреагувати на проблему, і підприємство у цей момент може зазнавати великих збитків, як фінансових, так і майнових.

Третьою є надмірна залежність від порад ззовні. Керівництво може бути схильне значною мірою покладатися на зовнішні поради, наприклад, на ідеї з бізнес-літератури, без належного врахування унікального ситуаційного контексту [2, с.3]. Ця проблема може нести за собою наслідки у вигляді невідповідності рішень стратегічним цілям підприємства та його потребам.

Четвертою проблемою є відсутність чітких цілей та стратегії підприємства. Ця проблема передбачає те, що при такій різкій зміні ринкової кон’юнктури, цілі та стратегія підприємства можуть бути вже не актуальними, не досяжними. І якщо швидко не сформулювати новий стратегічний план, це може призвести до збільшення невизначеності та підвищення ризикованості діяльності підприємства.

Найбільше впливають на стан підприємства економічні ризики, оскільки вони позначаються безпосередньо на його діяльність через ті ж проблеми, що були описані раніше, а саме: валютні коливання, інфляція та зниження платоспроможності населення. Через воєнний стан ці ризики, зрозуміло, є найбільш критичними, тому так важливо, щоб українські компанії оперативно формували ті методи, які змогли б мінімізувати вплив цих та будь-яких інших видів ризиків на їхню діяльність. При цьому ще одними завданнями менеджерів українських підприємств є реструктуризація організаційної структури компанії, її зміна на, наприклад, матричну структуру, для підвищення гнучкості та більш швидкого реагування на зміни, управління перебоями у виробництві, спричиненими факторами іззовні, для підтримки якості продукції та вчасного її виготовлення, а також запровадження конкретних математичних моделей прийняття рішення для підвищення ефективності менеджерської системи.

Однією з головних умов успішності діяльності підприємств під час такої кризової ситуації як війна, є також продуктивний менеджер. Як лідер, він має одним із перших вийти зі стресового стану, знайти власну рівновагу та оперативно приймати рішення, проявляючи свій професіоналізм. Керівник зобов'язаний брати відповідальність за загальний стан підприємства в цілому, його напрями діяльності, плани та стратегії, а також вирішення поточних проблем. Управлінець має чітко орієнтуватися в мінливому зовнішньому середовищі, для чого йому потрібні такі характеристики, як: адаптивність та вміння передбачати зміни та проблеми, використовуючи фактичні дані, а також, звісно ж, використання стратегічного управління. Ці навички мають допомогти менеджеру у розробці стратегій, пом'якшувальних наслідки воєнних дій для підприємства, для того, аби він міг підтримувати його операційну стабільність. Якщо ж відходити від описання того, яким має бути апарат управління на підприємстві, та перейти до звичайних працівників, то ідеальними для нинішніх умов були би універсальні, «гнучкі» працівники. Наявність таких працівників не тільки врятує підприємство від впливу проблеми відтоку робочої сили, але й допоможе компанії триматися на плаву навіть, коли деякі співробітники мають проблеми із виконанням власних обов'язків, наприклад, через поганий психоемоційний стан чи з будь-яких інших проблем.

Зараз не найлегші часи для української економіки та бізнесу, повномасштабне вторгнення призвело до багатьох економічних, логістичних, виробничих та соціальних проблем, але підприємці мають пам'ятати, що саме від них залежить доля нашої країни, оскільки саме українське підприємництво наразі є основою бюджету країни. Тому першочерговим завданням вітчизняних підприємств є відновлення та підтримка власного бізнесу, задля сприяння відродженню економіки України, а також зниженню безробіття у країні. Нинішні умови диктують потребу у якісному операційному менеджменті, ефективному стратегічному управлінні та ризик-менеджменті. Отже, найголовнішим в управлінні у кризисній ситуації є своєчасне вживання заходів, що зменшать негативний вплив на діяльність підприємства. Та, на нашу думку, незважаючи на різноманітність існуючих підприємств, основоположні принципи, описані у цій роботі у будь-якому випадку допоможуть менеджерам краще орієнтуватися в умовах війни.

Список використаних джерел

1) Ніколаєнко Н.О. Особливості менеджменту підприємства в умовах війни. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ 2023. № 165 С. 132-138

2) Копчак Ю.С., Матвеєв М.Е., Пугачов В.М. Трансформація сучасного менеджменту в умовах війни. *Економіка та суспільство.* 2023. № 51 7 с.

3) Скоробогатова Н.Є., Товкачова А.С., Федоренко К.В. Методи управління економічними ризиками в умовах військового стану. *Економіка і підприємництво.* 2022. С. 195-196.

НАПРЯМКИ МОТИВАЦІЇ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Алсаввафі Фахед Мохаммед Ахмед Саіф, здобувач PhD
Б.Г. Браткова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

У сучасних умовах трудовий чинник став ще більш важливим: працівники повинні організувати свою діяльність так, щоб їхня праця приносила прибуток. Саме тому побудова повноцінної команди, що складається з необхідних фахівців, є важливим завданням для компанії та для її ефективного розвитку. Прагнення керівництва в цій сфері - забезпечити адекватну мотивацію. Це забезпечення робочої сили, а також забезпечення того, щоб наймані працівники досконало розуміли один одного.

Успіх компанії, розвиток економіки країни та добробут її народу залежать не тільки від ефективного менеджменту, а й від його мотивації. Саме трудова мотивація як процес формує новий тип працівника - ініціативного, націленого на високі результати в роботі, здатного до творчої та інноваційної діяльності. Без вміння правильно використовувати стимули управління людськими ресурсами, компанія не буде успішною.

Швидкі зміни світових тенденцій та зовнішнього середовища змушують кожне підприємство реагувати швидко та негайно. Це пов'язано з тим, що без адаптації та негнучкості в управлінні пережити кризу, швидше за все, буде неможливо. В умовах воєнного стану бізнес повинен швидко приймати рішення, перебудовувати усталені процеси та переглядати принципи управління. Виникла значна кількість нових питань, які необхідно швидко вирішувати, адаптуючись до нових ситуацій та викликів. Завдання всіх керівників - управляти своїми підлеглими та знаходити механізми впливу на їхню поведінку таким чином, щоб зменшити негативні наслідки та зберегти бізнес [1].

Під час воєнного стану задоволення базових потреб, таких як безпека, захищеність та відпочинок, є критично важливим для всіх менеджерів. Тому найважливішим для всіх керівників при впровадженні нових методів мотивації є створення безпечних умов праці та розробка плану дій на випадок надзвичайних ситуацій. Ці заходи містять: підготовку бомбосховищ та зон евакуації з усіма необхідними запасами; проведення інструктажів про те, що робити під час повітряних тривог, як поводитися в бомбосховищах або укриттях і як швидко надавати першу медичну допомогу; переміщення бізнесу із зон ведення бойових дій, якщо це можливо; планування віддаленої роботи; консультації щодо прав менеджерів згідно з новим законодавством, змін у діяльності та угодах, якщо такі є.

Ці заходи допоможуть менеджерам зрозуміти, як поводитися в надзвичайних ситуаціях, підвищать їхнє почуття безпеки та впевненості, а також довіру до компанії. Навіть якщо компанія розташована далеко від зони ведення бойових дій, не можна нехтувати такими питаннями, як безпека на робочому місці, укриття, можливість швидкої евакуації з будівель та інструкції щодо поведінки співробітників під час повітряної тривоги. Робота в умовах можливої ракетної атаки є серйозним порушенням безпеки праці.

Психологічний стан менеджерів має значний вплив на робочі процеси та продуктивність в умовах військового конфлікту чи економічної кризи. Це пов'язано з тим, що неможливо досягти високої продуктивності у складних емоційних станах, високому стресі та підвищеній тривожності.

Для менеджерів також важливо мати можливість планувати свою кар'єру, навчатися та вдосконалювати свої навички. Методи, які доступні в цій сфері: тренінги, курси, підвищення кваліфікації та коучинг; участь у зовнішніх вебінарах та майстер-класах; участь у виставках та культурних програмах; планування кар'єри; розробка кар'єрних програм для окремих менеджерів; участь менеджерів у процесах прийняття управлінських рішень тощо. Отже, у воєнний час на перший план виходять такі базові потреби людини, як безпека та фізичний і психологічний комфорт. І якщо раніше деяким роботодавцям сходило з рук ігнорування всіх

цих факторів, то сьогодні українці не готові миритися з недбалим ставленням до своєї безпеки, фізичного та психологічного добробуту.

Найбільшу віддачу можна отримати, коли керівники задовольняють матеріальні потреби та залучають менеджерів до матеріальних інтересів, тобто від матеріальної мотивації.

Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення до певного рівня добробуту та матеріального рівня життя. Бажання людини підвищити свій добробут вимагає збільшення трудових затрат, що, в своєю чергою, вимагає збільшення кількості, якості та ефективності праці. Заробітна плата – це основна матеріальна мотивація, якої потребують усі менеджери. Найкращий спосіб - коли заробітна плата складається з двох частин, одна з яких є фіксованою мінімальною сумою, а інша визначається конкретними підсумками роботи. У такому випадку менеджери розуміють, що вони, як і компанія, зацікавлені у відмінних результатах своєї виконаної роботи.

Декілька прикладів такої мотивації:

1) Премії – один зі звичних та традиційних варіантів мотивації. Премії дають відчуття впевненості, що є винагорода за відповідальну роботу.

2) Надбавки. Бувають за: складність, напруженість у роботі; виконання особливо важливої роботи; високі досягнення у праці; почесні звання; роботу з особливими умовами праці.

3) Відсоток від продажу товарів. Відсоток від продажів викликає у співробітників мимовільний азарт, бажання швидше виконати свою роботу та показати себе якнайкраще, серед інших.

4) Відпочинок для заслужених менеджерів. Не обов'язково витрачати великі суми, це можуть бути квитки на культурні заходи, вручення туристичних путівок на декілька днів, додаткові дні відпустки тощо [2-3].

5) Святкові подарунки. Наприклад, приємний і недорогий подарунок менеджерові з нагоди його Дня Народження – це спосіб винагородити його за сумлінну роботу. Навіть маленький подарунок дає змогу одержувачу відчути, що його цінують і що він важливий в компанії.

Воєнний стан завдав важкого удару по компаніях, але, з усім тим, деякі вже адаптувалися до нових вимог і продовжують працювати. Оскільки в кризових ситуаціях найбільш вразливою є психіка менеджерів, мотиваційні інструменти мають бути спрямовані насамперед на зменшення впливу негативних емоцій, почуттів і тривог на людей та їхні робочі процеси. Однак не варто забувати й про звичайні методи мотивації.

Виходячи із загального становища та спираючись на сукупність усіх вище перерахованих і згаданих фактів, можна зробити такий висновок, що не вважаючи на важкі часи, нові стимули та винагороди повинні комплексно розв'язувати проблему низької продуктивності праці. Від зменшення організаційного стресу до покращення репутації компанії, довіри до керівництва та згуртованості колективу. За жодних обставин не треба втрачати свою команду, навіть, якщо достатньо грошей, щоб перечекати до закінчення війни. Але в такому випадку буде набагато дорожче набирати менеджерів і клієнтів з нуля.

Список використаних джерел

1) Козак К. Б., Корсікова Н. М., Петренко Ю.О. Управління мотивацією персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану. *Економіка харчової промисловості.* Вип. 414. 2022. С.26-34. DOI: 10.15673/fie.v14i4.2426.

2) Монєтова-Федорова О. Як мотивувати працівників в умовах війни. *Європейська Бізнес Асоціація* : веб-сайт. 2023. URL: https://eba.com.ua/yak-motyvuvaty-pratsivnyka-v-umovah-vijny/ (дата звернення: 07.09.2023)

3) Продіус О.І., Звонарьова В.О. Концептуальні основи управління персоналом у проектах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 25, Ч. 2. С. 82-87.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТЯГНЕННЯ НЕПРАЦЮЮЧИХ КРЕДИТІВ ДЕРЖАВНИХ БАНКІВ

К.В. Клименко, кандидат економічних наук,
завідувачка відділу бюджетної системи та фінансів інституційних секторів економіки
Є.Р. Слюсаренко, здобувач PhD
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»
(м. Київ, Україна)

В сучасному світі фінансів та економіки однією з важливих складових є кредитний ринок, який сприяє розвитку підприємств, особистих проектів та економічного зростання держави в цілому. Однак серед всіх аспектів кредитування існує проблема, яка може стати суттєвою загрозою для фінансової стабільності та економічного розвитку країни – це непрацюючі кредити, або NPL (Non-Performing Loans). Непрацюючі кредити представляють собою ті кредити, погашення яких ускладнюється або стає неможливим. Це може бути результатом різних факторів, таких як економічна нестабільність, невдалі інвестиції, зміни у фінансовому стані позичальників, політичні та регуляторні зміни, війна в країні тощо. Непрацюючі кредити впливають на банківську систему, зменшуючи її ліквідність та здатність надавати нові позики, що може призвести до зростання ризику фінансової кризи. В даному контексті розуміння причин та наслідків непрацюючих кредитів стає критично важливим завданням для економістів, банкірів, регуляторних органів та інших учасників фінансового ринку.

Величина та динаміка NPL можуть слугувати важливим індикатором стану економіки та ефективності кредитної політики [1].

Підвищення ефективності стягнення непрацюючих кредитів є важливим завданням для держави з метою покращення стану банківської системи, сприяння економічному розвитку та забезпечення фінансової стабільності.

Кроки, які держава може вжити для досягнення цієї мети наведені нижче:

1) Удосконалення правового середовища: для ефективного стягнення непрацюючих кредитів важливо мати чітке та ефективне законодавство, яке регулює процедури відшкодування заборгованості. Держава повинна сприяти розробці та прийняттю такого законодавства, яке забезпечує швидке та справедливе врегулювання спорів.

2) Створення спеціалізованих судів: для ефективного вирішення спорів, пов'язаних з непрацюючими кредитами, можна створити спеціалізовані судові органи. Це дозволить прискорити розгляд справ та приймати компетентні рішення.

3) Розвиток внутрішнього ринку стягнення боргів: держава може сприяти розвитку альтернативних механізмів стягнення боргів, таких як аукціони, ринки відшкодування заборгованості та інші фінансові інструменти.

4) Підвищення прозорості та доступності інформації: доступ до якісної та зрозумілої інформації є ключовим для ефективного стягнення непрацюючих кредитів. Держава може стимулювати банки та інші кредитори публікувати інформацію про боржників, стан їхніх заборгованостей та вживані заходи для їх врегулювання.

5) Фінансова підтримка та стимулювання банків: держава може надавати фінансову підтримку банкам, що активно працюють над стягненням непрацюючих кредитів. Також можуть бути встановлені позитивні стимули, такі як податкові пільги, для банків, які показують успішні результати в цьому напрямку.

6) Продаж непрацюючих кредитів: держава може стимулювати продаж непрацюючих кредитів спеціалізованим фінансовим інституціям чи інвесторам. Це дозволить банкам швидше відновити свої активи та зосередитися на основній діяльності.

7) Розвиток кредитних бюро: ефективні кредитні бюро допомагають в оцінці кредитоспроможності позичальників та зменшують ризик надання неплатоспроможних позик. Держава може регулювати та сприяти розвитку таких бюро для покращення виявлення ризикових позичальників.

Ці кроки можуть сприяти підвищенню ефективності стягнення непрацюючих кредитів, зменшенню впливу NPL на банківську систему та економіку загалом.

Розглянемо ще декілька напрямів / кроків, які державі необхідно провести для підвищення ефективності стягнення непрацюючих кредитів, систематизуємо їх за підсумками круглого столу, «NPL в державних банках: особливості роботи під час війни», який провів «Фінансовий клуб» у 2023 р. (рис.1) [2].

Кроки, які державі необхідно провести для підвищення ефективності стягнення непрацюючих кредитів

1. Створення запобіжників для неможливості блокування арештами в кримінальних провадженнях продажу заставного майна.
2. Надання можливості продажу в межах виконавчого провадження в одному лоті рухомого та нерухомого майна.
3. Покращення процедури примусової реалізації земельних ділянок.
4. Зміни до закону «Про захист економічної конкуренції».
5. Зміни для скорочення строків тривалості процедур банкрутства.
6. Вдосконалення процедури реалізації майна на електронних аукціонах у банкрутстві.
7. Надання однакових прав забезпеченому та конкурсному кредитору в процедурах банкрутства.
8. Необхідність реформування дисциплінарної комісії арбітражних керуючих при Мін'юсті.
9. Передбачити в КУзПБ можливість дієвого контролю забезпеченого кредитора над передачею майна банкрута в користування (як правило, безоплатне) іншим особам.
10. Зміни для додання прозорості процедурі банкрутства шляхом встановлення в КУзПБ обов'язку для ліквідатора складати план-графік проведення ліквідаційної процедури.
11. Зміна норм КУзПБ для автоматичного припинення мораторію для звернення стягнення на заставу в разі затягування розгляду справи про банкрутство.
12. Внесення інших змін до КУзПБ та інших законодавчих актів для підвищення ефективності окремих аспектів процедури банкрутства.

Рисунок 1 – Кроки, які державі необхідно провести для підвищення ефективності стягнення непрацюючих кредитів [2]

Унормування та оптимізація нормативного регулювання з метою подолання наведених вище викликів та загроз матиме вплив не лише на підвищення показників відновлення непрацюючих кредитів банківським установам, але й зробить світову спільноту більш зацікавленою в інвестуванні в Україну.

Без удосконалення результативності в цій сфері суттєво скорочуються можливості реалізації очікувань стосовно привабливості заходів іноземних інвестицій після конфлікту, оскільки гарантії забезпечення повернення боргу для кредиторів є невід'ємною частиною довіри та захисту інвесторів. [2-3].

Також слід відмітити, що новелою сьогодення є той факт, що Фонд гарантування вкладів з метою досягнення максимальної ціни на активи банків, що перебувають у процесі ліквідації, ініціює запуск "пілотного проекту". Від цього моменту пули кредитів суб'єктів господарювання, що знаходяться на балансі банків, які підлягають ліквідації, будуть формуватися згідно з новим – галузевим підходом. Це рішення було ухвалено виконавчою

дирекцією Фонду в серпні 2023 року. Вже з 25 вересня цей проект почне діяти, відкриваючи нові перспективи у вдосконаленні роботи з проблемними активами та підтримки стабільності банківської системи. Так, відповідно перший "пілотний" пул, що сформований за галузевою ознакою, буде виставлений на онлайн аукціоні Прозорро.Продажі. До складу цього пулу, позначеного як лот №GL18N124640, входять права вимоги за 91 договором, які знаходяться на балансі ПАТ "Промінвестбанк", АТ "МР БАНК" та АТ "МЕГАБАНК".

Спільною ознакою всіх позичальників є вид діяльності за КВЕД. Для забезпечення виконання своїх зобов'язань перед банками вони використовують різні види забезпечення, такі як транспортні засоби, житлові та комерційні об'єкти нерухомості, фінансові гарантії та інше. Уся інформація, включаючи інформацію, яка містить банківську таємницю, доступна для ознайомлення потенційним інвесторам у віртуальній кімнаті даних. Початкова ціна реалізації лота №GL18N124640 становить 66,6 млн грн.

Торги відбудуться за голландською моделлю аукціону з відкритим та прозорим ходом. Участь у аукціоні можуть брати як юридичні, так і фізичні особи, за винятком осіб з російської федерації або осіб, пов'язаних з державою-агресором, позичальників та поручителів за кредитними договорами [4].

Передбачену Стратегією заходів щодо підвищення ефективності управління проблемними активами банків висвітлено в розділі IV. Декомпозиція цілей стратегії розвитку фінансового сектору України 2.2. «Збалансоване регулювання та нагляд, спрямовані на розвиток фінансових установ 2.2.4. «Вирішення питання проблемних активів НБУ, ФГВФО (Фокус 1)» [5].

Тому вважаємо, що такий проактивний підхід до підвищення ефективності стягнення непрацюючих кредитів державних банків сприятиме підвищенню довіри вкладників, зменшенню втрат та забезпеченню позитивного впливу на фінансовий сектор та економіку в цілому.

Список використаних джерел

1) Обсяг непрацюючих кредитів у банках у першому півріччі скоротився на 7 млрд грн. URL:https://bank.gov.ua/ua/news/all/obsyag-nepratsyuyuchih-kreditiv-u-bankah-u-pershomu-pivrichchi-skorotivsya-na-7-mlrd-grn

2) Як державі підвищити ефективність стягнення непрацюючих кредитів. NPL в державних банках: особливості роботи під час війни : Матеріали круглого столу, 2023. URL: https://finclub.net/ua/priama-mova/yak-derzhavi-pidvyshchyty-efektyvnist-stiahnennia-nepratsiuiuchykh-kredytiv.html

3) Максимум NPL ще попереду: чому зарано говорити про скорочення частки проблемних кредитів. URL https://delo.ua/finance/maksimum-npl-shhe-poperedu-comu-rano-govoriti-pro-skorocennya-castki-problemnix-kreditiv-422993/

4) Фонд змінює підхід до формування пулів кредитів: перший «пілотний» пул на торгах 25 вересня. URL: https://www.fg.gov.ua/articles/55347-fond-zminyuye-pidhid-do-formuvannya-puliv-kreditiv-pershiy-pilotniy-pul-na-torgah-25-veresnya.html

5) Регулятори фінансового ринку, Мінфін та Фонд гарантування вкладів фізосіб затвердили нову Стратегію розвитку фінансового сектору України. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/reguliatori_finansovogo_rinku_minfin_ta_fond_garantuvannia_vkladiv_fizosib_zatverdili_novu_strategiiu_rozvitku_finansovogo_sektoru_ukraini-4158

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ У КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ГОТОВНОСТІ ДО МАЙБУТНЬОГО ВИРОБНИЦТВА

В.М. Головатюк, доктор економічних наук, старший науковий співробітник
Державна установа «Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України»
(м. Київ, Україна)

Проблема пошуку й формування інструментів і механізмів ефективної науково-інноваційної політики України обумовлює необхідність розробки та впровадження її нової науково-центричної моделі навіть під час нинішньої російсько-української війни (2014 р.), а також визначення особливостей, які мають бути притаманними такій моделі державної політики розвитку науково-інноваційної сфери у стратегічній перспективі.

Метою даного матеріалу є потреба привернути увагу державних органів влади на всіх рівнях управління стосовно необхідності прийняття комплексу рішучих політичних рішень для впровадження в Україні ефективної науково-центричної моделі державної інноваційної політики. Впровадження її саме зараз є вкрай необхідним та важливим політичним кроком, як для вирішування нагальних проблем, що нині стоять перед українським суспільством в умовах війни, так і тих, що обумовлюватимуть якнайшвидшу розбудову національного наукоємного господарства у повоєнний період.

Однак, перед нинішнім українським суспільством, вже вкотре знову стоїть нетривіальний вибір, якій моделі розвитку українського майбутнього влада надасть перевагу. В черговий раз влада шукає модель розвитку майбутнього українського суспільства без врахування існуючих реалій, які історично склалися стосовно розвитку науково-технологічного потенціалу в Україні.

Один із напрямів концептуальних підходів стосовно вирішення проблеми пошуку моделі розвитку майбутнього українського суспільства можна розглядати в контексті впливу інвестиційного потенціалу наукових досліджень і розробок (ДР), оцінюваним як валові внутрішні витрати на ДР (ВВДР), економічної системи країни на нарощування потенціалу її готовності до майбутнього наукоємного виробництва. А отже, у новій науково-центричній моделі державної інноваційної політики країни доцільно враховувати закономірності означеного процесу, що притаманні, як для глобального соціально-економічного середовища, так і окремих провідних економік світу. При цьому, важливо базуватись на особливостях взаємозв'язку між такими складовими науково-інноваційної сфери економічної системи як витрати на наукові дослідження та розробки, наукоємність ВВП і рівень дослідницького потенціалу (чисельність дослідників). А також їхнього впливу на нарощування потенціалу готовності країни до майбутнього наукоємного виробництва.

Зокрема, слід зазначити, що, наприклад, глобальні витрати на наукові дослідження та розробки в абсолютному вимірі за паритетом купівельної спроможності (ПКС, долар США), як засвідчують матеріали доповідей ЮНЕСКО з питань науки [1, 2, 3], продовжують зростати. У 2018 р. вони складали вже 1767,3 млрд дол. США [3]. А з початку XXI сторіччя зросли більше ніж у 2,2 раза. Зростання цього показника було характерним, як для економічно розвинених країн і країн, що розвиваються, так і для найменш розвинених країн.

Але при цьому змінюються тенденції глобального впливу економічно розвинених країн та країн, що розвиваються на нарощування потенціалу готовності світової економічної системи до майбутнього наукоємного виробництва.

Зокрема, матеріали доповідей ЮНЕСКО з питань науки висвітлюють важливу особливість динаміки змін світових інвестицій у наукові дослідження та розробки, що склалася після 1990 р. Вона полягає в тому, що, при загальному зростанні абсолютного показника світових інвестицій у науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, частка економічно розвинених країн в цьому процесі постійно зменшувалась (табл. 1). У 1990 р. більше 95% науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт світу виконувались в економічно розвинених країнах [1]. У 2002 р. частка економічно розвинених країн в цій сфері

економіки стала складати менше 82,6% від світового показника, у 2018 р. – менше 64,4% (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка частки валових внутрішніх витрат на ДР (ВВДР) економік світу у загальних світових витратах на ДР, 2002-2018 рр.

Країни світу	ВВДР (ПКС, млрд. $), %	ВВДР (ПКС, млрд. $), %	ВВДР (ПКС, млрд. $), %	ВВДР (ПКС, млрд. $), %	ВВДР (ПКС, млрд. $), %
	2002	2007	2013	2014	2018
СВІТ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Розвинені країни	82,6	79,7	69,3	68,2	64,4
Країни, що розвиваються	17,2	23,9	30,4	31,7	35,5
Найменш розвинені країни	0,1	0,2	0,3	0,1	0,1
США	35,1	31,7	26,8	27,1	26,1
Європа	30,2	26,2	22,7	23,3	22,1
ЄС	26,1	22,2	19,1	19,6	18,7
Японія	13,7	12,4	9,6	9,7	8,2
Китай	5,0	10,2	19,6	21,2	24,8
Індія	1,6	2,7	2,9	2,9	3,1
Німеччина	7,2	6,1	5,7	5,8	5,7
Франція	4,8	3,6	3,1	3,2	2,8
Великобританія	3,9	3,3	2,4	2,4	2,3

Дані сформовано з [1, 2, 3].

Отже, матеріали доповідей ЮНЕСКО з питань науки засвідчують, що частка економічно розвинених країн у світовому показникові інвестицій у наукові дослідження та розробки у XXI ст. постійно зменшувалась. Натомість зростала частка групи країн, що розвиваються, яка у 2018 р. вже складала більше 35,5%.

Завдяки означеному феномену, США, ЄС, Японії, Китаю та Індії як головним центрам науково-технологічного прогресу сумарно все ще вдається утримувати свій домінуючий вплив на зростання світових інвестицій у наукові дослідження та розробки. Частка цих країн у загальних світових витратах на ДР у 2018 р. складала 80,9% (табл. 1).

Якщо витрати на наукові дослідження та розробки в абсолютному вимірі зростають у світовому вимірі, можна вважати, що це відбувається внаслідок того, що наукові дослідження та розробки на даний час розглядаються державною політикою великого числа країн в якості ключового фактора соціально-економічного розвитку та зростання. Тобто, країни, незалежно від рівня свого соціально-економічного розвитку, вважають сферу наукових досліджень та інновацій пріоритетом своєї національної конкурентоспроможності та використовують її, щоб забезпечити кращі умови суспільного благополуччя своїм громадянам і зайняти гідне місце в конкурентоспроможності серед інших країн світу.

Як засвідчують дані табл. 1, можна вважати, що тенденції, характерні при нарощуванні інвестиційного потенціалу наукових досліджень і розробок світової економічної системи у період до 2018 р., загалом сприяли нарощуванню потенціалу її готовності до майбутнього наукоємного виробництва. Однак, якщо на кінець XX ст. у цьому процесі абсолютним було домінування економічно розвинених країн, то вже з початку XXI ст. такого домінування не спостерігається. Країни, що розвиваються наростили свій потенціал впливу більше, ніж у 2,1 раза.

Активне нарощування інвестиційного потенціалу наукових досліджень і розробок економічних систем групи країн, що розвиваються сприяло не тільки зростанню їхнього впливу на нарощування інвестиційного потенціалу наукових досліджень і розробок глобальної економічної системи, а, водночас, і зростанню їхнього впливу загалом на соціально-економічний розвиток світової економічної системи. Якщо на початок XXI ст. їхня частка у світовому ВВП складала 35,4%, то вже у 2018 р. – 47,6% (частка економічно розвинених країн складала 50,2%) [1, 3].

Іншими словами, в сучасний період група країн, що розвиваються майже на рівних з економічно розвиненими країнами забезпечує нарощування світового ВВП (піддається сумніву наукове та технологічне домінування країн Заходу, а також, що високий рівень розвитку інноваційної сфери може бути притаманним лише високорозвиненим економікам [1]). В історичному контексті розвитку світової економічної системи такого раніше ніколи не спостерігалося.

Таким чином, впровадження ефективної науково-центричної моделі державної інноваційної політики в країнах, що розвиваються, яка забезпечує нарощування в них продуктивного потенціалу інноваційної сфери, може обумовити можливість досягнення ними високого рівня національного соціально-економічного розвитку. Важливо, що завдячуючи впровадженню ефективної науково-центричної моделі національної інноваційної політики та нарощуванню в країнах їхнього потенціалу готовності до майбутнього наукоємного виробництва, країни, що не входять до клубу високорозвинених, мають можливість змінити ситуацію та увійти до цього клубу країн.

Слід також зазначити, що активізація діяльності сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт обумовила, разом з тим, і нарощування наукоємності ВВП світової економіки. Так, упродовж 2002-2018 рр. цей показник для неї зріс з 1,7% до 1,8% [1, 3]. Аналогічна тенденція характерною була у цей період і для економічно розвинених країн, країн, що розвиваються і, навіть, незначною мірою для економічних систем найменш розвинених країн.

Якщо розглянути проблему активізації діяльності сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт у розрізі економічних систем окремих країн та інших круп країн, ніж ті, які вже були наведені раніше, то слід зазначити, що означена вище тенденція нарощування наукоємності ВВП була характерною не для всіх економік. Наприклад, упродовж означеного періоду 2002-2018 рр. відбувся спад наукоємності ВВП економіки Великобританії з 1,8% до 1,72%, Індії – з 0,7% до 0,65% тощо.

Натомість, наукоємність ВВП країн-членів ЄС зросла з 1,8% до 2,02%, Європи загалом – з 1,7% до 1,78%, Японії – з 3,2% до 3,26%, Німеччини – з 2,5% до 3,09%, США – з 2,7% до 2,84%, Китаю – з 1,1% до 2,19%.

Водночас, означені тенденції активізації діяльності сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт і нарощування наукоємності світового ВВП сприяли загалом і нарощуванню дослідницького потенціалу світової економічної системи. Наприклад, світовий показник чисельності дослідників у розрахунку на 1 млн населення впродовж 2002–2018 рр. зріс з 926,1 особи до 1368,0 осіб (на 47,7%). Для економічно розвинених країн він зріс з 3363,5 особи до 4301,1 особи (на 27,9%), для країн, що розвиваються – з 397,8 особи до 662,2 особи (на 66,5%) , для найменш розвинених країн – з 40,5 особи до 62,0 особи (на 53,1%) .

У розрізі же економічних систем окремих країн та окремих їхніх круп (крім тих, які були означені вище) не завжди активізація діяльності сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт і нарощування наукоємності в них ВВП сприяють нарощуванню і дослідницького в них потенціалу.

Зокрема, у США за досліджуваний період характерними були і зростання витрат на наукові дослідження та розробки в абсолютному вимірі (за паритетом купівельної спроможності), і зростання наукоємності ВВП цієї країни, а її науково-дослідний потенціал знизився. Чисельність дослідників у розрахунку на 1 млн населення впродовж 2002–2018 рр. у США зменшилась з 4566,0 особи до 4412,4 особи (на 3,4%).

Натомість, наприклад, для країн-членів ЄС, Європи загалом, Німеччини, Франції, Японії та Китаю впродовж 2002-2018 рр. характерним було зростання за всіма трьома означеними чинниками науково-інноваційної сфери.

Відмінну від означеної вище тенденції розвитку науково-інноваційної сфери світової економіки, демонструє українська економічна система. Феномен швидкого наукоємного соціально-економічного зростання в країні попри прийняття владою низки численних різного рівня стратегій упродовж Доби Незалежності поки що не спрацьовує. Україна постійно втрачає свій науково-інноваційний потенціал і слабо позиціонується за ним у світовій економіці.

Особливості розвитку української науково-інноваційної сфери у досліджуваний період, певною мірою, можна простежити за матеріалами державної статистики. Так, витрати на наукові дослідження та розробки в абсолютному вимірі в поточних цінах української грошової одиниці впродовж 2002–2018 рр. зросли з 2611,7 млн грн. до 16773,7 млн грн. (більш ніж в 6,4 раза), наукоємність ВВП країни за цей же період знизилась з 0,95% до 0,45% (більш ніж 2,1 раза), а чисельність дослідників у розрахунку на 1 млн населення зменшилась на 22,6% (з 1756,9 осіб на млн населення до 1359,2 осіб на млн населення). Найбільш контрастні їхні втрати простежуються на регіональному рівні (зокрема, і за рахунок війни).

Авторські дослідження засвідчують, що зростання наукоємності ВВП в інтервалі 1,28–2,9 % обумовлює найбільш продуктивне нарощування потенціалу готовності економічної системи країни до майбутнього наукоємного виробництва.

Отже, за сучасних суспільно-економічних та політичних умов державній владі України важливо забезпечити прийняття комплексу рішучих політичних заходів щодо нарощування потенціалу наукоємності ВВП вітчизняної економічної системи до найбільш прийнятного для країни його рівня в інтервалі 1,28–2,9 % ВВП навіть в умовах війни, щоб вирішувати вже зараз нагальні проблеми наукоємного розвитку українського суспільства. Водночас, якнайшвидший перехід на нову науково-центричну модель державної інноваційної політики сприятиме формуванню власного науково-інноваційного потенціалу, необхідного для розбудови вітчизняної конкурентоспроможної економіки у повоєнний період.

Як засвідчують численні дослідження, наукоємне промислове виробництво країни є тим базовим фактором, який здатен генерувати інноваційний розвиток інших секторів економіки, стати локомотивом формування науково-інноваційної економіки загалом. Сучасні концепції політики науково-інноваційного розвитку промисловості різних країн лише підтверджують ефективність означеного сектору економіки та посилюють його провідну роль як головного драйвера системного наукоємного розвитку економіки в цілому.

Це означає, що українська економіка, яка продовжує залишатись інноваційно-периферійною, має шанс стати конкурентоспроможною за рахунок нарощування власних потенціалу складності виробництва, людського капіталу та високих технологій. Україна все ще залишається державою з домінуванням регіональних економік індустріально-аграрного типу. Це вимагає докорінної зміни її стратегічної політики в напрямі інтенсивного формування індустріально-аграрного ресурсно-компетентнісного потенціалу на базі технологій «Індустрії 4.0» для забезпечення продуктивної науково-інноваційної конкурентоспроможності в сучасному глобальному соціально-економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1) UNESCO science report, 2010: the current status of science around the world : executive summary. UNESCO Publishing, Paris. 2010. 36 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189883. (Accessed 13 September 2023).

2) UNESCO science report, towards 2030 : executive summary. UNESCO Publishing, Paris. 2015. 45 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235407. (Accessed 13 September 2023).

3) UNESCO Science Report: the race against time for smarter development; executive summary. UNESCO Publishing, Paris. 2021. 58 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377250. (Accessed 13 September 2023).

ВЗАЄМОДІЯ СФЕР РЕГЛАМЕНТОВАНОГО ТА НЕРЕГЛАМЕНТОВАНОГО ТОВАРОРУХУ НА РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

О.О. Зеркіна, кандидат економічних наук, доцент
Державна установа «Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України»
(м. Одеса, Україна)

Розуміння природи і характеру взаємодії сфер регламентованого та нерегламентованого товароруху на ринку хліба та хлібобулочних виробів в Україні є важливою та складною проблемою, оскільки вона впливає на різні аспекти економіки, податків, якість продукції та безпеку споживання. В умовах сучасної системної кризи відзначається зростання тіньового сектору в економіці України. Ця інформація була включена в звіт Міністерства економіки [1].

Тіньовий сектор становить приблизно половину усієї економіки України. Він забезпечує зайнятість та доходи мільйонів українців і виконує функції соціальної підтримки. Спроби заборонити або придушити цю тіньову діяльність мають обмежений успіх. Це пояснюється тим, що "напівтіньовий" спосіб ведення бізнесу і отримання доходів громадян надає владі додатковий засіб впливу на населення з метою забезпечення політичної лояльності та економічної підтримки. Це призводить до відсутності інтересу влади у створенні більш прозорого економічного середовища.

Фахівці, дослідники та аналітики, які вивчають ринок хліба та хлібобулочних виробів, вказують на те, що «тіньові» сфери можна поділити на дві категорії: сферу частково регламентованого товароруху і сферу нерегламентованого товароруху. Для аналізу обігу продукції в «тіньових» секторах ринкового ланцюга ми використовуємо терміни «регламентований товарорух», «частково регламентований товарорух» і «нерегламентований товарорух».

«Регламентований товарорух» описує процес переміщення матеріальних та відповідних інформаційних і фінансових потоків між різними ланками ринкового ланцюга відповідно до технічних стандартів, правил, процедур та законодавства, яке регулює цей процес. Ця регламентація включає в себе контроль якісних і кількісних характеристик матеріальних потоків, установлення графіків постачань, визначення відносин між різними суб'єктами ланцюга, а також впорядкування потоків відповідно до діючого законодавства. Суб'єкти, які діють у сфері регламентованого товароруху, зазвичай дотримуються всіх необхідних вимог і є відповідальними платниками податків та зборів. Розміри сектору регламентованого товароруху можна визначити на основі офіційної статистики, наданої Державною службою статистики України. Сфера регламентованого товароруху включає в себе офіційну торгівлю хлібом та хлібобулочними виробами, яка підлягає державному регулюванню, оподаткуванню та відповідає стандартам якості та безпеки продукції. У цій сфері підприємства сплачують податки та відзначаються в офіційних статистичних джерелах.

«Частково регламентований товарорух» описує процес переміщення товарно-фінансових потоків між ланками ринкового ланцюга, який частково відповідає вимогам технічних стандартів, логістичних правил і процедур, а також нормативно-правових актів. Суб'єкти цієї сфери зазвичай здійснюють часткові виплати офіційної заробітної плати, соціальних внесків і податків, проте можуть відхилятися від технічних стандартів і технологій виробництва продукції. Споживачі відчувають певні ризики від таких відхилень. Діяльність суб'єктів у цій сфері може призводити до податкових втрат для держави та спричиняти відхилення від якісних параметрів товаропотоку.

«Нерегламентований товарорух» описує процес переміщення товарно-фінансових потоків між різними ланками ринкового ланцюга, який не відповідає вимогам діючих технічних стандартів, правил і процедур, а також законодавства. Суб'єкти цієї сфери зазвичай не є платниками податків і соціальних внесків, не надають статистичної звітності і не дотримуються технічних стандартів якості продукції. Їхня діяльність зазвичай обмежена локальними ринками. Покриття цієї сфери може бути оцінено за допомогою експертної оцінки та інших альтернативних методів. Сфера нерегламентованого товароруху охоплює нелегальну

або неофіційну торгівлю, яка зазвичай ухиляється від оподаткування та регулювання. Ця сфера може включати в себе тіньові операції, контрабанду, виготовлення підробок та інші незаконні дії.

Взаємодія між цими сферами може мати різні наслідки. З одного боку, сфера нерегламентованого товароруху може конкурувати з офіційною торгівлею та призводити до втрати податкових надходжень для держави. З іншого боку, ця взаємодія може мати позитивний вплив на консументів, оскільки збільшує конкуренцію та знижує ціни на хлібну продукцію.

Проте важливо враховувати, що сфера нерегламентованого товароруху може призводити до порушення якості та безпеки хлібних виробів, а також сприяти поширенню тіньового ринку, який ускладнює боротьбу з корупцією та нелегальною діяльністю.

Визначимо загальний обсяг двох «тіньових» секторів у ланцюгу виробництва хліба як різницю між розрахунковим обсягом внутрішнього ринку хліба згідно з Методологією визначення основних показників продовольчої безпеки № 1379 [2] та обсягом фактичного виробництва хліба та хлібобулочних виробів на підставі офіційних статистичних даних. Результати наших розрахунків можна знайти на рисунку 1.

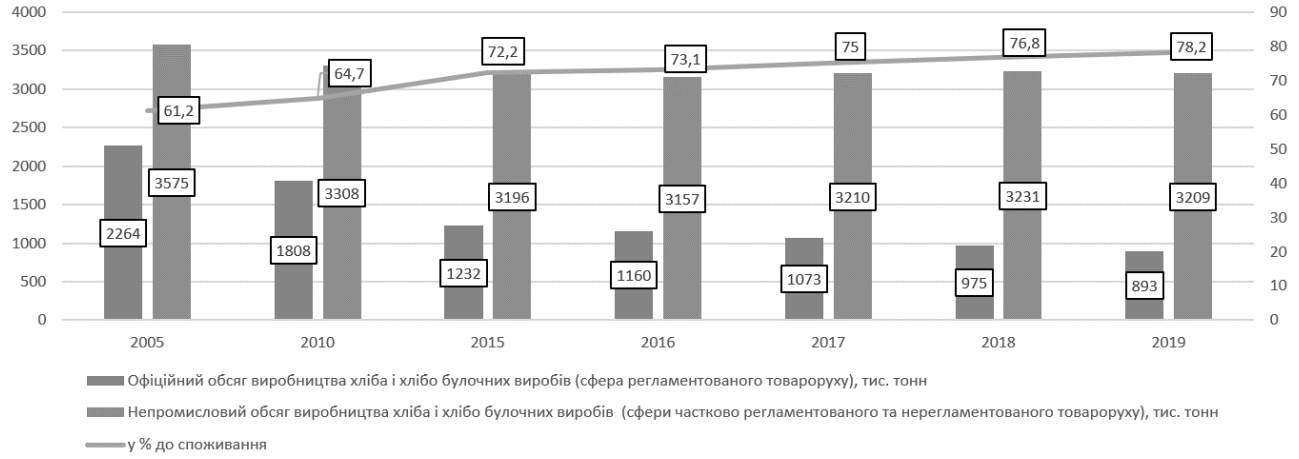

Рисунок 1 – Динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів у сферах регламентованого та нерегламентованого товароруху [3]

На основі даних Державної служби статистики України можна спостерігати, що з 2015 по 2019 рік населення України зменшилося на 11,1%, а це супроводжувалося вражаючим спадом виробництва хліба на 60,6%. Середній обсяг випуску хліба та хлібобулочних виробів на кожну особу зменшився з 48 кілограмів до 21 кілограма (в порівнянні з 1990 роком, коли цей показник становив 141 кілограм). Аналіз реальних потреб населення у хлібних продуктах дозволяє визначити обсяг непромислового виробництва хліба, що функціонує в секторах частково регламентованого та нерегламентованого товароруху в ланцюгу постачання.

У 2019 році загальний обсяг виробництва хліба та хлібобулочних виробів у цих двох сферах склав 3,2 мільйона тонн або 78,2% від загального обсягу споживання хлібних продуктів населенням України. Незважаючи на загальне зменшення виробництва (на 10,2% порівняно з 2015 роком), частка обсягів, що припадає на сфери частково регламентованого та нерегламентованого товароруху, постійно зростає (з 61,2% до 78,2%). Водночас виробництво в сфері регламентованого товароруху у хлібній ланці продовжує зменшуватися.

Прицьому попит на пшеничне борошно в сферах частково регламентованого та нерегламентованого товароруху хлібної ланки сприяє росту подібних галузей у суміжному ланцюгу постачання. За розрахунками, у 2019 році обсяги сировинних потоків для сфери нерегламентованого товароруху в хлібній ланці складають приблизно половину в сфери часткової регуляції (49,3%) та нерегламентованого товароруху (50,7%) в ланці виробництва борошна.

Результати розрахунків показують складні взаємодії між суб'єктами трьох сфер товароруху в сировинному та виробничому ланцюгах ринкового ланцюга. Це призводить до формування складної динамічної системи міжланкових зв'язків між учасниками трьох сфер товароруху в переробних ланках ланцюга. У результатах дослідження можна виявити, що розподіл регуляторних сфер в сировинному та виробничому ланцюгах різний. У виробничій ланці частка сфери регульованого товароруху становить 50,7%, у той час як сфери частково регульованого та нерегульованого товароруху складають відповідно 29% і 20,3% від загального обсягу. Характерною рисою для цієї ланки є збільшення частки сфери частково регламентованого товароруху (від 23,4% в 2015 році до 29% в 2019 році) за рахунок скорочення інших сфер.

У виробництві хлібобулочних виробів тіньові сфери товароруху, такі як частково регульована і нерегульована, домінують (у 2019 році - 38,2% і 40%). Питома вага сфери регульованого товароруху є відносно невеликою і становить 21,8%, що вдвічі менше, ніж в сфері виробництва борошна. Таким чином, обсяги тіньових сфер товароруху в хлібній ланці перевищують відповідні показники для суміжної ланки в 1,6 рази, і це істотно впливає на процеси відтворення та логістику на внутрішньому ринку хлібобулочних виробів.

Загалом, аналіз даних свідчить про серйозний вплив змін в населенні та виробництві хліба в Україні протягом останніх років. Зменшення населення і зростання частки сфер частково регламентованого та нерегламентованого товароруху в сферах виробництва хліба та борошна свідчать про необхідність уважніше регулювати та контролювати цей сегмент ринку для забезпечення стабільності та якості хлібних продуктів для споживачів.

Отже, дослідження доводить, що внутрішній ринок хлібобулочних виробів України має багатонапрямлену структуру, яка впливає на всі сфери товароруху та виробництва цих продуктів. Необхідно розглядати цей ринок в комплексі та звертати увагу на тіньові сфери товароруху для ефективного регулювання та підтримки розвитку хлібопекарської галузі в Україні.

Протягом останніх років, з 2015 по 2019 рік, в галузі виробництва хліба і хлібобулочних виробів спостерігається стійке збільшення частки частково регульованої та нерегульованої торгівлі, зростаючи на 4% і 2% відповідно, при одночасному зменшенні частки регульованої торгівлі. В цьому секторі господарства відбувається зростаюча конкурентна боротьба між учасниками офіційного та "тіньового" секторів торгівлі. Ті непромислові виробники хліба, які частково дотримуються інституційних і технічних норм, мають конкурентну перевагу, продаючи свою продукцію за цінами, які нижчі, ніж ціни хлібобулочних виробів в сфері регульованої торгівлі.

За розрахунками, в сфері частково регламентованого товароруху, частка прибутку становить 46,1% в структурі доданої вартості. Це забезпечує рентабельність хлібобулочної продукції на рівні 12,5%, а також частку доданої вартості в загальному обсягу випуску продукції на рівні 24%.

У сфері нерегульованого товароруху, питома вага прибутку перевищує показник промислової сфери в 4,5 рази і становить 69,5%. Це забезпечує рентабельність хлібобулочної продукції на рівні 33,3% і частку доданої вартості в загальному випуску продукції на рівні 36%.

Отже, структура доданої вартості, сформована в сферах частково / нерегульованого товароруху, відображає передусім економічні інтереси підприємств і сприяє забезпеченню розширеного відтворення ресурсів у цих сферах.

Дослідження також підтверджує наявність взаємодії між суміжними сировинними і виробничими ланками ринку хлібобулочної продукції в сферах регульованої, частково регульованої та нерегульованої торгівлі.

Крім того, на рівні переробних ланок спостерігається конкурентна боротьба між суб’єктами трьох сфер товароруху, що призводить до податкових втрат для держави, втрат прибутку для промислових виробників та погіршення якості продукції (через порушення технічних регламентів). Це також впливає на безпеку хлібних продуктів для споживачів, яка є одним з індикаторів продовольчої безпеки країни.

У сучасних умовах, з початком російсько-української війни, галузь хлібопекарства стикається зі значними викликами та новими факторами, що впливають на її функціонування. Початково, пекарі були особливо обурені зростанням вартості сировини, однак обмежений експорт і закриті порти створили можливість для закупівлі пшениці за більш прийнятними цінами.

Зараз найважливішою проблемою для виробників хлібних виробів є перебої в електропостачанні та значне підвищення вартості логістики. Результатом цих факторів є зниження обсягів виробництва та споживання хлібних продуктів у країні.

Середньодобове споживання хліба в Україні в порівнянні з попередніми десятиліттями суттєво зменшилося, з часткою непромислового виробництва хліба, що рухається у «тіньовому» секторі, який становить значну частину ринку хлібних продуктів.

Наразі на ринку спостерігається рост сектору крафтового хлібу, який виробляється на невеликих пекарнях за оригінальними рецептами. Цей хліб має вищу собівартість, але має попит серед споживачів. Також заморожені хлібобулочні вироби стають все більш популярними, оскільки торгові мережі та споживачі цінують можливість мати щодня свіжий хліб, який можна підсмажувати вдома.

За даними Всеукраїнської асоціації пекарів, 30 років тому середньодобове споживання хлібу на душу населення становило 354 грами. Проте, за офіційною статистикою, цей показник скоротився до приблизно 50 грамів на душу населення, хоча в продовольчому кошику передбачено споживання 270 грамів хліба на день. Фактично ж реальне середньодобове споживання хліба в Україні зараз складає 200 грамів на душу населення. Ця різниця в показниках виникла через те, що близько 50% виробників перейшли у тіньовий сектор економіки, а також через неточність статистичних даних щодо кількості населення. Спостерігається зниження обсягів виробництва через скорочення кількості споживачів, яка на цьому рік зменшилася принаймні на 20%. Зміни в культурі споживання та підвищення цін на хліб також вплинули на споживання.

Всеукраїнська асоціація пекарів вказує на зменшення попиту на традиційні види хліба зі спрощеною рецептурою та низькою ціновою категорією в нерегульованому секторі товароруху. Замість цього, зростає попит на продукцію вищого цінового діапазону, таку як хлібобулочні вироби з додатковими властивостями, наприклад, безглютеновий хліб або вироби із фортифікованого борошна, які вже складають близько 3% ринку.

У цьому контексті, галузь хлібопекарства стикається з новими викликами та можливостями, включаючи удосконалення логістики та пошук альтернативних джерел енергії для запобігання відключенню електроенергії.

Загалом, хлібопекарська галузь в Україні продовжує адаптуватися до змінних умов, і результати цього процесу можуть виявитися обіцяючими для розвитку галузі у майбутньому.

Список використаних джерел

1) Міністерство економіки України (2023). Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у січні-вересні 2021 року. URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=fc48bdd5-178c-47af-b64c-c7ee533cb4b0&title=ZagalniTendentsiiTinovoiEkonomikiVUkrainiUIKvartali2021-Roku

2) Кабінет Міністрів України (2007). Деякі питання продовольчої безпеки. Постанова від 5 грудня 2007 р. N 1379, Київ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-%D0%BF.

3) Державна служба статистики України (2021). URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ У ВИРОБНИЧОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

М.О. Акулюшина, кандидат економічних наук
Є.В. Ніколаєва, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Сучасне бізнес-середовище вимагає від підприємств швидкого реагування на зміни, ефективного використання ресурсів та оптимізації всіх аспектів виробничого процесу. Однак це не завжди просте завдання, оскільки виробництво може бути складним із великою кількістю елементів, що впливають на витрати. Вміння ефективно управляти витратами виробничої діяльності надає змогу підприємству: результативно використовувати ресурси, підвищенню конкурентоспроможність, фінансовій стійкості, соціальній відповідальності, інноваційному розвитку та глобалізації. Відповідно оптимізація витрат має критичне значення для досягнення цілей і забезпечення довгострокової життєздатності підприємства.

Розгляду оптимізації витрат у виробничій діяльності, присвячено велику кількість наукових праць, що надають базу для розгляду більш детальних питань в даній темі. З наукової роботи Чорна М.В. Смірнова П.В., Бугріменко Р.М., виокремимо визначення поняття управління витратами: динамічний процес, що включає в себе керовані дії для досягнення високоефективних економічних показників підприємства. Суть управління витратами полягає, перш за все, не у точному визначенні величини собівартості продукції, а в розкритті процесу її формування. Крім того, управління витратами спрямоване на створення собівартості як на попередній, так і на поточний стадіях функціонування, а також на оперативні втручання у діяльність підприємства у разі виявлення відхилень від бажаного стану [1].

Основним завданням, що постає перед управлінням витратами є пошук найбільш ефективного використання наявних ресурсів, тобто оптимізація витрат. Омельниченко О.С., розглядає оптимізацію витрат, як неперервний процес, що охоплює планування, облік, аналіз, контроль витрат і прийняття рішень стосовно подальшої економічної стратегії підприємства з використанням засобів для мотивації працівників на різних рівнях організаційної структури [2].

Окремо зауважимо, що оптимізація витрат полягає в мінімізації затрат при збереженні або підвищенні якості продукції та обслуговування.

Для здійснення ефективної оптимізації витрат, використовують методи, які є важливою складовою ефективного виробничого менеджменту, оскільки дозволяють підприємствам досягти більшого рівня продуктивності та конкурентоспроможності на ринку.

Сучасні методи оптимізації витрат включають: Target Costing, Caesar Costing, Balancing, Operational Application Activities, Functional Costing Analysis, LCC Costing, EVA Costing, XYZ Analysis, Just in Time, ABC Analysis, Outsourcing, Budgeting. Кожен з методів має в собі такі характеристики, як: гнучкість, простота та надання точної інформації для прийняття управлінських рішень [3].

Проаналізувавши літературні джерела, розглянемо детальніше деякі з них:

1) LEAN-підхід: Lean-підхід або система «тонкої виробництва» спрямований на мінімізацію витрат шляхом виявлення та усунення зайвих операцій, запасів та непродуктивних процесів.

2) Just-In-Time (JIT): JIT система передбачає виробництво продукції лише в тій кількості, яка необхідна для задоволення попиту. Це допомагає зменшити запаси та зв'язані з ними витрати.

3) Theory of Constraints (TOC): TOC орієнтований на ідентифікацію та усунення обмежень у виробничому процесі, що дозволяє досягти більшої продуктивності та оптимізації витрат.

4) Six Sigma: Six Sigma орієнтований на зниження дефектів та помилок в процесі виробництва, що призводить до покращення якості продукції та зниження витрат.

5) Total Quality Management (TQM): TQM спрямований на досягнення високої якості продукції шляхом залучення всіх рівнів персоналу та удосконалення процесів, що може призвести до зниження витрат на виправлення помилок.

6) Value Stream Mapping (VSM): VSM допомагає ідентифікувати та усувати зайві кроки у виробничому процесі, спрямовуючи зусилля на ефективні та цінні дії.

7) Cost-Benefit Analysis (CBA): Аналіз вартості та користі допомагає визначити, які ініціативи оптимізації витрат є найбільш вигідними з економічної точки зору.

8) Activity-Based Costing (ABC): ABC допомагає визначити реальні витрати на кожну дію або процес у виробництві, що дозволяє керувати ними більш ефективно.

9) Economic Order Quantity (EOQ): EOQ визначає оптимальну кількість одиниць продукції для замовлення з урахуванням витрат на зберігання та замовлення.

10) Kaizen: Kaizen орієнтований на постійне пошук вдосконалення і оптимізації процесів на всіх рівнях підприємства.

Це лише кілька прикладів методів оптимізації витрат у виробничому менеджменті. Вибір конкретних методів може залежати від специфіки діяльності підприємства, його потреб та цілей.

Окрім вище зазначених підходів, важливо відзначити, що для ефективного розподілу ресурсів та вибору оптимальних стратегій діяльності підприємства є важливим використання методів прогнозування. Серед цих методів варто виділити наступні: аналіз витрат за допомогою методу кореляційно-регресійного аналізу; метод керованих індикаторів (аналіз показників можливих змін попиту на основі динаміки зростання заробітної плати, безробіття, інфляції тощо); моніторинг поведінки споживачів для оцінки перспектив зростання обсягів продажу; дослідження конкурентного середовища на ринку за допомогою маркетингових досліджень [4].

Отже, можна стверджувати, що методи оптимізації витрат у виробничому менеджменті мають великий потенціал для поліпшення ефективності підприємств. Вони дозволяють досягати економії ресурсів, знижувати витрати та підвищувати якість продукції. Розуміння та впровадження цих методів може стати важливим кроком у напрямку сталого росту та успіху організації на ринку. Важливим аспектом оптимізації витрат є врахування індивідуальних особливостей кожного підприємства та адаптація методів до конкретних умов. Необхідно також підкреслити роль інновацій у виробничому менеджменті, які можуть допомогти знизити витрати шляхом впровадження нових технологій, процесів та підходів.

Список використаних джерел

1) Чорна М.В. Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами : Навч. посіб. Харків, 2017. 166 с.

2) Омельниченко О.С. Напрями оптимізації витрат в системі управління. *Ефективна економіка*. 2016. №4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4901 (дата звернення: 09.08.2023)

3) Яценко Т. О., Свистун Л. А. Процеси та методи оптимізації витрат у системі завдань управління підприємством. *Ефективна економіка.* 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7076 (дата звернення: 10.08.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.152

4) Продіус О.І. Особливості забезпечення економічної безпеки підприємств в розвинених країнах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2016. №19. С. 79-82.

ПЕРЕДУМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД, ОБУМОВЛЕНИЙ ВТРАТАМИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ

В.М. Лисюк, доктор економічних наук, головний науковий співробітник
Н.І. Носова, провідний інженер
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»
(м. Одеса, Україна)

Напружена ситуація у державі потребує усвідомлення як щодо наших поточних воєнних дій, так і перспектив, які нас очікують у повоєнний період. Як приклад у публікації ми навели попередні оцінки економічних наслідків руйнування Каховської ГЕС та дамби Каховського водосховища [1].

Руйнування дамби в Каховському водосховищі може становити потенційну загрозу для Запорізької атомної електростанції (АЕС), оскільки вода з Каховського водосховища [2] необхідна для поповнення конденсаторів турбін і систем безпеки.

Знищення Каховської ГЕС означає втрату 335 МВт потужностей відновлюваної енергетики (сумарна потужність гідроелектростанцій у 2020 році становила 5849 МВт).

За даними «Укргідроенерго» [3], щоб побудувати нову станцію, потрібно від $800 млн. до $1 млрд. За попередніми оцінками тривалість будівництва може сягнути 5 років [4].

Через паводок без світла лишилися майже 20 тисяч споживачів. Через підрив Каховської ГЕС у майбутньому можливі труднощі із заживленням та налагодженням стабільного електропостачання для споживачів прилеглих територій.

Техногенна катастрофа може зупинити водопостачання 31 системи зрошення полів Дніпропетровської, Херсонської та Запорізької областей.

У позаминулому 2021 році ці системи забезпечували зрошення на 584 тис. га. з яких Україна збирала близько 4 млн. тонн зернових і олійних культур, на суму близько 1,5 млрд. доларів. Ці області відіграють важливу роль у виробництві овочів та фруктів для внутрішнього ринку.

У поточному 2023 році на правому березі Дніпра працюють лише 13 зрошувальних систем. Фактично залишились без джерела води 94% зрошувальних систем в Херсонській, 74% – в Запорізькій та 30% – в Дніпропетровській областях [5].

Тобто без зрошення залишиться більше, аніж півмільйона гектарів. За словами міністра аграрної політики, до півтора мільйона гектарів не зможуть використовуватись повною мірою в сільському господарстві. На відновлення їх зрошення знадобиться декілька років [6].

У Держрибагентстві [7] заявили, що збитки у рибній галузі внаслідок знищення Каховського водосховища можуть сягнути 11 млрд. грн.

Зерновий термінал компанії «Нібулон» (один з найбільших операторів зернового ринку України).

Мережа доріг у Херсонській області загальною протяжністю до 300 км, яка знаходиться в безпосередній близькості від Дніпра нижче за течією дамби, пошкоджена. Причому підтоплено до 20 населених пунктів, в тому числі, частково, місто Херсон, пошкоджено міську інфраструктуру, зокрема лінії електропостачання, системи водопостачання та каналізації.

Нижче Запоріжжя Дніпро перестане бути судноплавним тривалий час.

Приміські поїзди з Кривого Рогу, Апостолова, Тимкова, що прямують до Нікополя, “Укрзалізниця” тимчасово обмежує. В цілому збитки гідротехнічної меліорації від підриву Каховської ГЕС перевищили 150 млрд. грн.

Підприємства Кривого Рогу зменшили споживання води. Зокрема, АрселорМіттал Кривий Ріг обмежив споживання води та вже поставив на паузу низку процесів металургійного виробництва.

Робота фактично усього обладнання, яке охолоджується водою. Такі руйнування Каховської дамби та ГЕС призведуть до скорочення виробництва феросплавів на Запорізькому заводі феросплавів та Нікопольському заводі феросплавів [8].

Орієнтовна сума збитків довкіллю через підрив Каховської ГЕС вже перевищила 55 млрд. гривень.

Станом на червень з Каховського водосховища витекло 62% його об'єму або 12,24 куб. км води, рівень води у водосховищі склав10,55 м та продовжує знижуватися.

За повідомленням Міндовкілля, Каховське водосховище обміліло на 70 % – втрачено 13,95 куб. км води.

Велика кількість прісної води, забрудненої пестицидами та іншими агрохімікатами із затоплених територій потрапила в Чорне море через Дніпро. Це може вплинути не лише на українські води, а й на рибальство в територіальних водах інших країн басейну Чорного моря.

Описані події значно погіршують загальні наслідки воєнних втрат в Україні і слід замислитись реально щодо можливостей їх ліквідувати. При цьому слід зважати на реальну можливість допомоги з боку західних партнерів.

Розглянемо участь міжнародної спільноти у відродженні економіки України.

Про відновлення українських міст на міжнародному рівні почали говорити ще навесні 2022 р. У липні уряд України показав офіційний план, у якому вказано хто які відновлюватиме міста, скільки це може коштувати і які країни братимуть участь.

Незалежна організація Центр досліджень економічної політики (Centre for Economic Policy Research -CEPR) опублікувала доповідь під назвою План відбудови України (Blueprint for the Reconstruction of Ukraine).

Ідеї сценарію засновані на попередніх прикладах відновлення територій після війни (наприклад, на плані Маршалла, що з'явився після Другої світової війни, програм відновлення Іраку та Афганістану), а також після природних катастроф.

План багато в чому збудовано на припущеннях про майбутнє України. Він написаний як інструкція щодо підготовки країни до вступу до ЄС, відновлення інфраструктури та економіки України, як про покращення та переналаштування її законодавства так, щоб воно відповідало європейським стандартам – забезпечувало верховенство права, низький рівень корупції та стійку демократію.

Ми вважаємо, що відноситися до цього плану слід уважно, але й критично, тому, що складається враження не повної обізнаності закордонних партнерів з реаліями України.

На конференції у швейцарському місті Лугано Рада представила офіційний План відновлення України і заклала основу для планів реконструкції України у довгостроковій перспективі.

Зокрема, у 750 мільярдів доларів оцінив збитки, завдані російськими військами, прем'єр-міністр України Денис Шмигаль під час свого виступу на конференції країни-учасниці ухвалили «Декларацію Лугано».

У цьому документі описуються умови для надання коштів на відновлення країни, включаючи боротьбу з корупцією та інші реформи в Україні.

У декларації прописано 7 головних принципів. Їх уже назвали Луганськими тезами:

1) Партнерство (Partnership)
2) Фокус на реформах (Reform focus)
3) Прозорість, підзвітність та верховенство права (Transparency, accountability and rule of law)
4) Демократичні засади (Democratic participation)
5) Залучення широкого переліку стейкхолдерів (Multi-stakeholders engagement)
6) Інклюзивність та гендерна рівність (Gender equality and inclusion)
7) Стійкість (Sustainability)

Ми погоджуємось з тим, що план відновлення є платформою для проектів відновлення, який одночасно надає можливість залишити заявку зі своєю ідеєю. Зараз на сайті йдеться про 850 проектів. Усі вони мають бути реалізовані протягом найближчих 10 років за успішного приросту ВВП у 7 % [9].

Результати проведеного аналізу втрат України у воєнний період за останні часи підтвердили в цілому результати прогнозу стану економіки України у повоєнний період, який розроблений за авторською методикою ще півроку тому.

Це заставляє нас замислитись щодо проблеми управління, яка потребує реформування, що доводиться у цій науковій доповіді [10, 11].

Список використаних джерел

1) Економічні наслідки руйнування дамби на Каховській ГЕС URL: https://ces.org.ua/ekonomichni-naslidki-rujnuvannya-kahovsko%D1%97-ges/

2) Підрив рашистами Каховської ГЕС може мати негативні наслідки для ЗАЕС, проте ситуація контрольована. URL: https://www.energoatom.com.ua/o-0606231.html

3) «Каховське водосховище спустошиться до нульової відмітки за чотири доби». Бліцінтерв'ю з керівником «Укргідроенерго» Ігорем Сиротою про наслідки знищення Каховської ГЕС. URL: https://forbes.ua/war-in-ukraine/kakhovske-vodoskhovishche-spustoshitsya-do-nulovoi-vidmitki-za-4-dobi-blitsintervyu-z-kerivnikom-ukrgidroenergo-igorem-sirotoyu-pro-naslidki-znishchennya-kakhovskoi-ges-06062023-14033

4) Ситуація в енергосистемі станом на 7 червня. Повідомлення прес-центру Міністерства енергетики України від 7 червня 2023 р. URL: https://mev.gov.ua/novyna/sytuatsiya-v-enerhosystemi-stanom-na-7-chervnya-cherez-pidryv-kakhovskoyi-hes-ta-sprychynenu

5) Знищення росіянами Каховської ГЕС завдало значних збитків сільському господарству України. Повідомлення Міністерство аграрної політики та продовольства України від 6.06.2023 р. URL: https://minagro.gov.ua/news/znishchennya-rosiyanami-kahovskoyi-ges-zavdalo-znachnih-zbitkiv-silskomu-gospodarstvu-ukrayini

6) Після підриву Каховської ГЕС проблема зрошування стане найбільшою в сільському господарстві півдня України. Доповідь М. Сольського. URL: https://minagro.gov.ua/news/pislya-pidrivu-kahovskoyi-ges-problema-zroshuvannya-stane-najbilshoyu-v-silskomu-gospodarstvi-pivdnya-ukrayini-mikola-solskij

7) Державне агентство меліорації та рибного господарства України. URL: https://www.facebook.com/dargua/posts/pfbid0WPwMhM2uAqe8aY2bjWR7GcXbjJjeq72FJN5YkYtEmJyBi63CnAgzioPj7w83t7bVl

8) Підрив Каховської ГЕС призведе до скорочення виробництва феросплавів. Доповідь О. Дмитрієнко від 06.06.2023 р.URL: https://ukranews.com/ua/news/937025-pidryv-kahovskoyi-ges-pryzvede-do-skorochennya-vyrobnytstva-ferosplaviv

9) Вектори економічного розвитку 2030 URL: https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf

10) Державні борги та дефіцити воюючої країни / Зеркало тижня 19 червня 2023. URL: https://zn.ua/ukr/macroeconomics/derzhavni-borhi-i-defitsiti-vojujuchoji-krajini.html

11) Лисюк В.М., Лозова Т.П. Відтворення повоєнної економіки на засадах селективного регулювання та політики імпортозаміщення *Зб. Наук. праць Пріоритетні напрямки розвитку наукової думки в XXI столітті.* Одеса: МАУП, 2023. С.174-184.

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ

М.А. Саєнсус, доктор економічних наук, доцент
О.Е. Полянська, старший викладач кафедри маркетингу та міжнародної логістики
О. В. Берназ, здобувач PhD
Одеський національний економічний університет
(м. Одеса, Україна)

Для успішного створення бренду необхідно виконати декілька кроків, що допоможуть виробити унікальну концепцію бренду та вивести його на ринок. Зазвичай ці етапи формування бренду є досить складним і довготривалим процесом.

Перший етап формування бренду — це створення ідеї. Це може бути все — від загальної концепції бренду до окремих ідей для продукту або послуги, які він надає. Важливо знайти нішу на ринку та виробити ідею, яка буде відповідати потребам споживачів та бути відмінною від інших ідей на ринку. Вивчення потреб та уподобань споживачів допомагає визначити, які цінності та якості є важливими для цільової аудиторії, що дозволяє зорієнтуватися в розробці концепції бренду.

Другий етап — це розробка концепції бренду. На цьому етапі визначається те, як бренд буде виглядати, яку мету він має, яку місію виконує та якими цінностями керується. Ефективним інструментом для цього є проведення SWOT-аналізу компанії, з метою визначити її конкурентні переваги та слабкі місця, а також внутрішні та зовнішні можливості та загрози. Аналіз конкурентів допомагає вивчити стратегії та слабкі сторони конкурентів, а також знайти можливості для відмінності свого бренду від інших на ринку. До того ж SWAT-аналіз конкурентів також є ефективним засобом утворення сильної та добре диференційованої концепції бренду. Психологи стверджують, що при виборі серед багатьох можливостей, споживачі зазвичай базують свій вибір на наявних відмінностях між продуктами. Якщо ці відмінності явні та пов'язані з продуктом, то вони можуть покращити сприйняття та запам'ятовування продукту. У рекламі важливо показати споживачеві, чому саме цей продукт є кращим вибором, та, якщо можливо, одночасно розважити його [2, с.12].

Третій етап — це визначення бренду, розробка його візуальної ідентифікації. На цьому етапі вирішується питання, як саме бренд буде називатися, якими будуть його візуальні та вербальні атрибути, такі як логотип, слоган тощо. Загалом на цьому етапі треба розробити унікальний стиль бренду, який буде відображати його концепцію та цінності. Головна мета цього етапу — створити набір властивостей, або елементів бренду, які будуть сприяти пізнаваності та ідентифікації бренду серед споживачів. Ці елементи повинні відображати ідею та цінності бренду, мати власний стиль та кольорову гаму, що сприяє пізнаваності бренду [3, с.30].

Четвертий етап формування бренду — це важливий процес, під час якого визначається стратегія бренду. На цьому етапі компанії вивчають, які канали комунікації зі споживачами можуть використовуватися для ефективного спілкування з ними та налагодження контакту з аудиторією. Також розробляються підходи до реклами та маркетингу, що допоможуть підтримувати та розвивати бренд. Основною метою розробки стратегії бренду є створення ефективної комунікації зі споживачами та забезпечення успішного розвитку бренду на ринку. Враховуючи конкуренцію та потреби споживачів, компанії повинні розробляти унікальні стратегії бренду, які допоможуть їм вирізнятися та бути успішними.

Міцні бренди відповідають потребам споживачів, а також змінюються відповідно до ринкових тенденцій та вимог споживачів. Для успішного формування бренду варто використовувати різноманітні стратегії маркетингу та бути в курсі тенденцій у своїй галузі.

Оскільки бренд — це не тільки назва та логотип, а й уявлення, яке створюється в уяві споживачів про продукт або компанію, то важливо вибрати правильну маркетингову стратегію, яка допоможе створити потрібне уявлення про бренд.

Одна з найважливіших маркетингових стратегій — це позиціонування бренду. Ця стратегія включає в себе створення унікального іміджу бренду на ринку, який може бути визнаний і запам'ятований споживачами. Зазвичай, цей процес включає в себе детальне дослідження ринку, цільової аудиторії та конкурентів, щоб визначити, як саме можна виділитись на ринку та в чому полягає конкурентна перевага.

Позиціонування бренду — це процес визначення у свідомості споживачів індивідуального місця бренду на ринку порівняно з його конкурентами. Сьогоденний ринок настільки насичений продуктами та послугами, які здійснюють маркетингові комунікації, що використання навіть ефективних в минулому стратегій може не спрацювати [4, с.32]. Для позиціонування бренду слід вибрати ключові характеристики, які вирізняють бренд від конкурентів, і використовувати їх для створення унікального і визнавано бренду. Це може включати в себе відображення бренду як ексклюзивного, недоступного або, навпаки, доступного для масового ринку. Позиціонування бренду може бути досягнуто різними способами, такими як використання слоганів, логотипів, або інших маркетингових матеріалів. Використовуються різні маркетингові інструменти, такі як реклама, спонсорство, PR, а також продуктові стратегії, такі як зміна упаковки, асортименту та ін. Важливо, щоб позиціонування бренду було послідовним, щоб споживачі могли легко визначити, що цей бренд означає для них та що вони можуть очікувати від продукту чи послуги. Наприклад, якщо позиціонування бренду полягає в тому, щоб він був більш ексклюзивним, то маркетингові матеріали повинні відображати цю характеристику, включаючи високу якість, незвичайний дизайн, обмежену кількість продукту тощо.

Позиціонування бренду може бути дуже важливим для досягнення успіху на ринку, тому вирішення, яким чином позиціонувати бренд, повинно бути об'єктивним, добре обґрунтованим та підтвердженим дослідженнями ринку та споживачів. Тому логічним виглядає використання іншої важливої стратегії — стратегії брендового розуміння, яка полягає в тому, щоб більш детально вивчати споживачів та їхні потреби, думки та уявлення про бренд. Це допомагає зрозуміти, які маркетингові інструменти потрібно використовувати для підвищення лояльності споживачів та створення потрібного уявлення про бренд.

Інша важлива стратегія — це розвиток брендової лінійки. Ця стратегія дозволяє розширювати асортимент продуктів та послуг, що пропонується під брендом, зберігаючи при цьому відповідність бренду та його цінностям. Розширення лінійки можливе також за рахунок додавання нових продуктів, які доповнюють або розширюють функціональні можливості вже існуючих продуктів під тим самим брендом. Розвиток брендової лінійки може допомогти залучати нових споживачів та збільшувати лояльність поточних споживачів, а також допомагає відрізняти бренд від конкурентів, зрештою впливаючи на збільшення прибутків компанії .

Для розвитку брендової лінійки необхідно проводити дослідження ринку та споживачів, щоб визначити, які продукти та бренди будуть максимально вигідними для компанії. Також необхідно враховувати, що всі продукти або послуги, що входять в брендову лінійку, повинні бути спрямовані на одну й ту ж цільову аудиторію. Крім того, всі продукти або послуги повинні відповідати основній концепції бренду та мати схожий дизайн та упаковку. Важливо, щоб брендова лінійка мала належний рівень якості, щоб забезпечити задоволення споживачів та зберегти позитивне сприйняття бренду. Бренд може зайняти провідну позицію на ринку, якщо компанія витрачає кошти на поліпшення продукту, його рекламу та поширення. Тобто, якщо компанія готова пожертвувати короткостроковими прибутками, на обмін вона отримає високу частки ринку та надію отримати ще більший прибуток у майбутньому [5, с. 375].

Існують певні ризики, які пов'язані зі зміною брендової лінійки, зі зміною відомості та відчуття споживачів щодо бренду. Наприклад, заміна улюбленого продукту на новий може спричинити роздратування серед споживачів та знизити лояльність до бренду. Крім того, зміна брендової лінійки може призвести до зміни сприйняття бренду в цілому, а це може вплинути на його репутацію та позиціонування на ринку. Тому, варто розглядати ці ризики та відповідальне підходити до зміни брендової лінійки, забезпечуючи якість та взаємозв'язок зі споживачами. Також важливо пам'ятати про консистентність бренду, тобто забезпечити, щоб кожен новий продукт чи бренд відповідав цінностям та ідентичності основного бренду

компанії. Також важливою стратегією є створення інтегрованої маркетингової комунікації. Цей процес полягає в тому, щоб забезпечити консистентність і повноту сприйняття бренду споживачами через різні канали комунікації.

Інтегрована маркетингова комунікація включає в себе різноманітні канали комунікації, такі як реклама, PR, пряма маркетингова комунікація, зв'язки з громадськістю, особисті продажі, спонсорство та інші. Важливо, щоб всі ці канали були зіграні між собою, а їх повідомлення були взаємопов'язані та доповнювали одне одного.

Метою інтегрованої маркетингової комунікації є створення однієї повної і стабільної ідеї про бренд, яка буде сприйматися консистентно і повністю споживачами, незалежно від каналу, яким вони користуються. Це дозволяє забезпечити відповідність інтересів споживачів та компанії і підвищує рівень довіри до бренду. Крім того, інтегрована маркетингова комунікація зменшує витрати на рекламу та збільшує її ефективність, що дозволяє компаніям збільшувати свою конкурентоспроможність на ринку. У цілому, інтегрована маркетингова комунікація є важливим інструментом для формування бренду та забезпечення формування лояльності споживачів.

Маркетингові стратегії відіграють важливу роль у формуванні бренду. Ефективні стратегії можуть допомогти бренду збільшити свою пізнаваність, підвищити продажі та отримати перевагу над конкурентами.

Унікальність бренду робить бренд відмінним від інших на ринку. Це може бути досягнуто за допомогою унікальної продукції, послуг, візуального дизайну та елементів брендингу. Коли бренд виглядає унікальним, споживачі зазвичай розглядають його як більш привабливий, цінний та здатний привернути увагу. Споживачі мають більшу схильність до купівлі продуктів брендів, які вони сприймають як унікальні та ті, що відрізняються від інших на ринку. Унікальність бренду може стати ключовим чинником в процесі прийняття рішення про покупку.

Унікальність бренду може полягати у багатьох аспектах, наприклад:

− унікальному про позиційному принципі, який відрізняє бренд від конкурентів. Наприклад, Apple відрізняється від інших виробників комп'ютерної техніки своїм підходом до дизайну і функціональності своїх продуктів;

− унікальній ціннісній позиції, яка дозволяє бренду займати нішу на ринку. Наприклад, бренд Patagonia відрізняється своєю екологічною спрямованістю та соціальними програмами.

− унікальній ідентичності бренду та унікальному способу комунікації зі споживачами, який дозволяє бренду будувати особисте ставлення до своїх клієнтів. Наприклад, бренд Zappos відрізняється своїм особистим підходом до обслуговування клієнтів та швидкістю доставки замовлень.

Люди часто взаємодіють з брендами, розглядаючи їх як особистості з унікальними історіями та характерами. Цей процес включає багато емоційних та когнітивних факторів, таких як лояльність, довіра та прив'язаність до бренду. Роль наративів бренду є важливою, оскільки вони можуть допомогти споживачам налагодити зв'язок з брендами на більш особистому рівні. Для успішного брендингу маркетологи повинні мати розуміння того, як емоційні та когнітивні фактори впливають на взаємовідносини між споживачами та брендами, адже це допомагає їм розробляти ефективні стратегії [6, с. 343-373].

Цінності бренда є ключовим індикатором свій-чужий для споживача. Коли споживач вибирає між різними брендами, він розглядає не тільки продукт, але й цінності, які він представляє. Цінності бренда стають маркером того, наскільки бренд відповідає потребам та цінностям споживача. Наприклад, якщо бренд підтримує екологічні цінності, то це може бути важливим фактором для споживача, який дбає про навколишнє середовище. Цінності бренда допомагають споживачам розпізнавати бренд, зокрема його особливості та унікальність. Цінності можуть створювати емоційний зв'язок між брендом та споживачем, що забезпечує лояльність та повторні покупки. Отже, сильна ціннісна позиція є однією з найважливіших характеристик бренду. Незважаючи на значення графічної та іміджевої своєрідності, найважливішим елементом є зміст. Красива упаковка без мети та фокусу нікому не потрібна.

Одне з ключових питань у формуванні цінностей бренду — як зберегти унікальність, і уникнути ризику стати «всім для всіх», замість того, щоб доставляти високо цінний зміст для конкретної цільової групи [7, с. 142].

У сучасному світі, всі продукти і дії компанії, з якими стикається споживач, несуть інформацію (здійснюють комунікацію). Від того, яке враження ця інформація справить, залежить успішність бренду. Тобто успіх бренду полягає у цінностях, які базуються у свідомості споживачів, які його використовують. Бренд не обмежується лише самим продуктом компанії — він складається з комплексу різноманітних цінностей та рис, які можуть бути як конкретними, матеріальними так і абстрактними. Ці складові дозволяють компанії диференціюватись серед подібних продуктів на ринку, в світі, де продукти можуть бути легко скопійовані.

Бренди також не складаються лише з логотипів і назв, вони представляють загальний досвід взаємодії користувача з продуктом, послугою або компанією, на протязі тривалого часу. Складовими такого досвіду є безліч контактів, які можуть бути хорошими, нейтральними або поганими. Надаючи визначення бренду як категорії маркетингу, ми можемо сказати, що бренд є впливом на споживача абсолютно всього, що компанія робить і як вона поводиться, і це є відповідальністю всієї організації, а не конкретного відділу чи працівника. Правильна поведінка компанії може зміцнити бренд, збільшити лояльність користувачів та акціонерну вартість, а також привернути бізнес-партнерів і покращити середовище для працівників.При цьому, важливо усвідомлювати, що сучасний «споживач» — це не тільки представник безпосередньої цільової аудиторії (покупець), а й увесь персонал компанії, її вкладники та акціонери. Кожна з цих категорій зацікавлена у бренді, тому треба зрозуміти, що бренд — це не просто елемент компанії, але інструмент, який може вплинути на її успіх.

Унікальність та цінності бренда можуть також бути важливими факторами у формуванні позиціонування на ринку. Якщо бренд володіє унікальністю та цінностями, які не мають конкуренти, він може зайняти вигідну позицію на ринку. Однак, якщо бренд не відрізняється від конкурентів, його позиція на ринку може бути менш вигідною, і він може втратити частку ринку. Тому, формування унікальних цінностей та їх ефективне комунікування споживачам, може стати ключовим для успіху бренду.

Список використаних джерел

1) Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- 14th ed. 2012, p.231.
2) Диференціюйся або вмирай! Джек Траут, Стив Рівкін, 2006, с.12.
3) Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. Keller, K. L. 2013. p.30.
4) Позиціонування: битва за уми. Нове видання. Джек Траут, Єл Райс, 2021, с.32.
5) Marketing Management 15 Global Edition, PhiliP Kotler, Kevin lane Keller, Pearson Education Limited 2016, p. 375.
6) S. Fournier, “Consumers and their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research,” Journal of Consumer Research, Vol. 24, No. 4, 1998, pp. 343-373.
7) Унікальність тепер... або ніколи. Йеспер Кунде, 2005, с. 142.

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В.Ю. Філіппов, доктор економічних наук, професор
А.В. Шевченко, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Повномасштабне вторгнення росії в Україну з кожним днем продовжує завдавати великої шкоди населенню та інфраструктурі країни. Зважаючи на це, виникає велика необхідність удосконалювати та переформовувати логістичну систему, створювати нові логістичні ланцюги, змінювати напрями торговельних потоків через те, що морські порти заблоковано, а залізнична мережа – частково втрачена. Значні валютні коливання, адаптивність та гнучкість фахівців-логістів, підтримка світових компаній та організацій мають значний вплив на логістичні ланцюги, міжнародну торгівлю та купівельну спроможність українського споживача. Протистояння країні-агресору стало для України серйозним викликом, який потребує оптимізації всіх суспільних процесів та перебудови логістики зокрема.

В умовах воєнного стану сформовані ланцюги поставок компаній припинили своє ефективне функціонування. Через відсутність відкритих портів, авіасполучення та безліч ризиків, пов'язаних з автомобільним транспортом, підприємства з досконало сформованою логістикою змушені оперативно змінювати свою позицію. Проблемами оптимізації логістистики та здійсненням ланцюгових поставок займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Н.М. Гаврилюк, Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Р. Патора, Крістофер. Проте, у своїх дослідженнях вони не змогли передбачити ризики пошкодження логістичних шляхів, спричинених військовою агресією росії [1].

В Україні дану тематику досліджували кандидати економічних наук Кременчуцького льотного коледжу Харківського національного університету внутрішніх справ - Цимбалістова Олена Абдурахимівна, Харченко Марина Валеріївна та викладач Кременчуцького льотного коледжу Харківського національного університету внутрішніх справ Черніхова Олена Сергіївна. Загалом, вони дійшли висновку, що в умовах війни кардинально змінились особливості функціонування логістичного ринку в Україні в безпековому та економічному стані.

Зростання викликів призвело до певної перебудови звичного підходу до забезпечення функціонування вітчизняного логістичного ринку. Реалізація заходів, запропонованих дослідниками, могла б обґрунтувати методи збільшення ефективності його функціонування в умовах війни та в післявоєєний період, а також стабілізувати параметри розвитку логістичного ринку [2].

У лютому 2022 р. вітчизняні компанії зіштовхнулись з неочікуваними змінами і їхні керівники оперативно приймали стратегічні рішення.

Основними проблемами логістичної системи в Україні є: пошкодження багатьох логістичних маршрутів, зростання термінів постачання, пошкодження складських приміщень, зростання логістичних витрат та збільшення ризику в логістичних ланцюгах.

В умовах війни логістика України має оперативно приймати рішення, адже перед нею постає багато нових завдань: оптимізація логістичних процесів та швидка адаптація до нових умов [3].

На рисунку 1 наведено зміну рівня завантаженості потужностей та порівняння із довоєнним часом, а також вказано причини зміни рівня завантаженості потужностей за квартал 2022 р. Згідно з рис.1, можна зробити висновок, що порушена логістика являється досить значною проблемою зміни рівня завантаженості потужностей і сягає майже 40%.

Шляхами вирішення основних логістичних проблем в Україні можуть бути:

− розробка альтернативних маршрутів із урахуванням динамічності війни методом аналізу інформаційних потоків;

− перехід від зберігання товарів у значних обсягах та в одному регіоні до структурного їх розподілення;

- оптимізація процесів запуску нових складських приміщень;
- створення та перебудова нових зручних логістичних шляхів;
- розвиток і покращення структури;
- оновлення та впровадження інноваційних технологій та засобів із метою ефективного досягнення логістичних цілей.

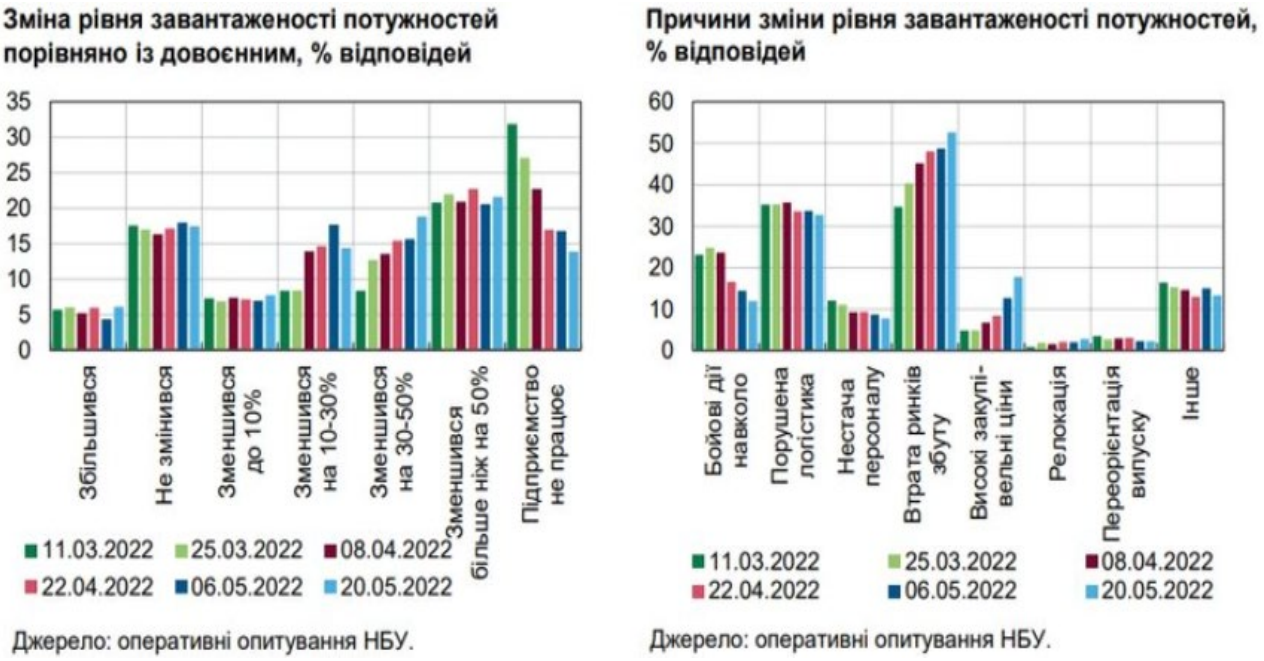

Рисунок 1 – Зміни рівня завантаженості потужностей та їх причини

Варто зазначити, що логістика кожної компанії напряму залежна від інформаційних потоків. Під час воєнного стану в Україні, комунікації, на всіх етапах здійснення логістичної діяльності, є безперервними. Компанії активно перевіряють та вивчають новини щодо наяної політичної та економічної ситуації в країні, прогнозують свої майбутні дії, в залежності від ситуації на дорогах. Перевезення максимально відслідковуються відповідно до визначеного маршруту. Коли звичні маршрути між містами було втрачено, фахівці оперативно приймали рішення про пошук та вибудовування нових зручних маршрутів для об'їзду.

Глобальною метою управління ланцюгами поставок виступає покрокове інтегрування інформаційних, матеріальних потоків та швидка реакція на зміни у середовищі. Отримана інформація служить підставою для оперативного логістичного реагування системи управління. У поєднанні із практичним реалізуванням інновацій у вітчизняній логістиці концепція являється потужним інструментом для підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств.

Сьогодні, українській логістичній системі потрібне швидке та суттєве коригування. Згідно з результатами, отриманими від проведеного, серед учасників тендерів у Prozorro, опитування, 85% респондентів вже скоротили кількість замовлень, 6% змінили профіль бізнесу, а 19% планують змінити для адаптації до воєнного стану. Також варто зазначити, що респонденти серед основних своїх потреб та допомоги від держави виділяють: допомогу із логістикою (17%), потребу у податкових канікулах (37% опитаних). Проблема з оптимізуванням логістики є загальнодержавною другою проблемою в Україні, яка потребує ефективного і вчасного вирішення.

У даному випадку вміння прогнозувати події та керувати різними ризиками являється основним критерієм показників ефективного ведення бізнесу.

На ситуацію з логістичними ланцюгами підприємств впливає безліч факторів, спричинених російсько-українською війною. Вітчизняна промисловість, яка здебільшого пристосовувалась до важких умов функціонування під час війни, зіштовхнулась з новою серйозною проблемою – обмеженням поставок електроенергії. Проте ключовою проблемою

залишається обмежена пропускна спроможність логістичних шляхів. Певна частина логістики, через закриття морських портів, була замінена залізною дорогою та автотранспортом, однак це було не надто зручним та ефективним рішенням [1].

Зараз для України надзвичайно важливим є зміцнення міжнародного партнерства в логістиці, бо тільки це дозволить зберегти свій експортний потенціал. Безпека зараз є головним пріоритетом для українського експорту.

Сповіщення про повітряні тривоги також мають значний вплив на ефективність економіки країни, адже деякі виробничі процеси підприємств часто примусово зупиняються через повітряну тривогу.

Для відновлення транспортної інфраструктури в короткостроковій перспективі потрібно розробити пріоритетні напрямки потреб. Насамперед це - фінансова допомога та будівничо-відновлювальні роботи. Пріоритетними для розвитку мають бути найбільш екологічні та енергоефективні види транспорту.

Значних пошкоджень під час війни зазнали й інші логістичні об’єкти – склади. Агресор і сьогодні завдає руйнівної шкоди складам, вважаючи їх не тільки стратегічними об’єктами продовольчої безпеки, а й опорою українського бізнесу та вітчизняної економіки [1].

Після завершення війни настане період відновлення країни, і безперечно потрібно враховувати тенденції світової логістики. Проаналізувавши сучасні світові тренди, можна зробити висновок про прискорене трансформування традиційної логістичної моделі лінійного ланцюга постачань до цифрових мереж. Цифрові мережі сприяють та забезпечують наскрізну видимість, оперативне реагування та можливість оптимізувати поточні процеси.

Післявоєнна відбудова в Україні – це час для перегляннення транспортних та просторових аспектів планування, які краще відповідають потребам населення. На даний момент досить складно зробити прогноз розвитку подій в Україні у найближчій перспективі. Проте, під час воєнного стану та у післявоєнний період, економічні управлінські рішення мають бути гнучкими та оперативними.

Список використаних джерел

1) Гринів Н.Т., Равліковська, А.А. Перебудова логістики в умовах воєнного стану в Україні. *Академічні візії*. 2022. № 13. DOI: 10.5281/zenodo.7411975

2) Цимбалістова О.А., Харченко М.В., Черніхова О.С. Удосконалення функціонування логістичних підприємств з урахуванням дії військового стану в Україні. *Академічні візії.* 2022. № 14. DOI: 10.5281/zenodo.7404418

3) Озарко К., Челомбитько В. Особливості управління логістикою за кризових умов господарювання: інформаційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-45-17.

4) Філіппов В.Ю., Понтус К.М., Перевозна М.О. Заходи підвищення ефективності системи управління ризиками на підприємстві в умовах нестабільності. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки».* № 26. С. 82-91. DOI: 10.36074/grail-of-science.14.04.2023.011. URL: https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/1106. (дата звернення 14.04.2022)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

Л.І. Чернишова, кандидат економічних наук, доцент
А.І. Заложнікова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Сучасне сьогодення накладає відбиток на всі аспекти життя та господарської діяльності. Питання подальшого функціонування багатьох підприємств загострюється через нові реалії воєнного становища в Україні. І одним із найактуальніших питань, яке турбує багатьох суб'єктів господарювання є оптимізація кадрової складової діяльності через велику плинність і нестачу трудових ресурсів. Управління персоналом передбачає координацію, управління та розподіл людського капіталу або працівників таким чином, щоб просувати цілі організації і адаптувати організації до сучасних умов. Тому воно має зосередитись на інвестиціях у співробітників, забезпеченні їх безпеки та управлінні всіма аспектами персоналу від найму до винагороди та розвитку. Адже це і визначає актуальність визначеного дослідження.

Співробітники управління персоналом також розробляють і впроваджують політику та процедури, які допомагають забезпечити безпеку працівників. Команда управління персоналом керує дотриманням законів і законів країни, які можуть сприяти захисту приватної інформації працівників і гарантувати їхню фізичну безпеку, а також психічне й емоційне благополуччя. Організації різних розмірів і галузей покладаються на управління персоналом, щоб підтримувати безперебійну та ефективну роботу бізнесу.

Визначена проблематика вже актуалізована у науковцями, серед яких: А. Коцур, В. Островерхов, О. Бортник, Л. Карамушка, О. Череп, Ю. Калюжна та інші. Під час війни в управління персоналом є багато завдань, які треба виконувати задля підтримки підприємств та країни в цілому. Відзначимо найважливіші з них:

- оптимізація процесу масової міграції населення через військові події, які відбуваються в країні. Масовий виїзд за кордон багатьох фахівців може накласти значний відбиток на стан кадрового потенціалу багатьох підприємств (що вже відчувається сьогодні).
- зміни в структурні трудових ресурсів, а саме збільшення частки жінок у якості здобувачів робочих місць і значне зменшення частки чоловіків через мобілізаційні процеси, а також зростання вікового показника працюючих даної складової.
- потреба забезпечення людей з обмеженими можливостями роботою. Наразі зростає кількість таких людей і актуальною стає проблема забезпечення їх роботою.
- необхідність коригування управлінського процесу роботи з персоналом, а саме врахування усіх обмежень щодо свободи рішень та дій для керівників організацій стосовно працюючого персоналу (оптимізація процесу дистанційної роботи кадрів).
- трансформування мотиваторів для працюючого персоналу в умовах дії воєнного стану. Це доволі складне завдання, оскільки сучасні події викликають дуже багато тривоги та стресів, відбиваючись на продуктивній трудовій діяльності. І керівникам слід враховувати це.

Отже, управління персоналом в умовах війни має свої особливості та вимагає від керівництва підприємства адаптації до надзвичайних обставин і використання специфічних стратегій. Нижче наведено деякі особливості ведення управління персоналом під час війни:

1) Безпека працівників. Першочерговим завданням управління персоналом у воєнний час є забезпечення безпеки особового складу та безпеки життєдіяльності. Це може включати розробку планів евакуації, альтернативних місць укриття, надання засобів індивідуального захисту, організацію підготовки до дій у військових конфліктах тощо;

2) Комунікаційна та інформаційна безпека. У воєнному середовищі забезпечення ефективного зв'язку з персоналом і захист секретної інформації є критично важливим. Інформаційна безпека повинна відігравати ключову роль у запобіганні витоку важливої інформації;

3) Психологічна підтримка та командна робота. Війна може спричинити стрес і травму для працівників. Необхідно надати психологічну підтримку, щоб створити атмосферу командного духу для підтримки спільних цілей і підтримки морального духу співробітників;

4) Взаємодія з органами влади та військовими відомствами. Умови війни вимагають взаємодії з владою та військовими відомствами. Персонал має бути готовий відповідати вимогам цих установ і розуміти свою відповідальність у цьому відношенні.

Управління персоналом в умовах післявоєнної відбудови також має свої особливості, оскільки цей період буде характеризуватися великими викликами і можливостями. Потрібно буде не тільки відбудувати всі пошкоджені об'єкти, а і відтворити кадровий потенціал держави, всі відносини на ринку праці, зайнятості та процеси найму. Закцентуємо увагу на потрібних трансформаційних процесах в управлінні персоналом в умовах післявоєнної відбудови:

1) Відновлення робочих місць. Після війни багато підприємств могли бути пошкоджені або зруйновані, тому відновлення робочих місць є головним пріоритетом. Керівництво має розробити план відновлення виробництва та повернення працівників до роботи;

2) Перепідготовка та навчання. Умови післявоєнної відбудови можуть вимагати нових навичок та умінь. Відділ управління персоналом повинен організувати навчання та перепідготовку працівників, щоб вони могли адаптуватися до нових умов і завдань подальшого розвитку організацій;

3) Співпраця з громадами та владою. У післявоєнний період важливо налагодити співпрацю з громадами та владою для координації зусиль у відбудові та розвитку регіону. Це може включати участь у соціальних програмах і проектах регенерації;

4) Управління фінансами. Керівництво має здійснювати ретельне фінансове планування та складання бюджету, оскільки післявоєнна реконструкція може вимагати значних витрат. Ефективне управління фінансами допоможе підтримати сталий розвиток бізнесу.

Після закінчення війни велика кількість військовослужбовців демобілізується, внутрішньо переміщенні особи й біженці приїдуть у свої міста та села, які були частково або повністю пошкоджені. Звичайно, деякі держави висловили свої наміри допомогти з відновленням постраждалих областей, однак питання формату залишається відкритим. Однією з умов обов'язково стане залучення у проєкти по відновленню українців, навчання й реабілітація постраждалих від війни, заведення їх у цивільне життя, тощо.

Управління персоналом у повоєнний час в умовах деокупації є складним завданням через низку специфічних проблем, з якими можуть стикатися організації. Деякі з них і можливі рішення наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Проблеми і рішення управління персоналом у післявоєнний час

Проблема	Рішення
1	2
Втрати особового складу: під час військових конфліктів можуть статися значні втрати особового складу через втрати на війні або еміграцію. Це може призвести до нестачі кваліфікованих працівників.	Перепідготовка та підготовка нових кадрів, робота з ветеранами та військовою молоддю, створення програм підтримки сімей військовослужбовців.
Економічні обмеження: деокупація може зменшити економічні можливості регіону чи країни, ускладнюючи фінансування персоналу та перспективи зростання.	Розробка стратегій відновлення економіки, залучення іноземних інвестицій, підтримка малих і середніх підприємств для збільшення зайнятості.

Продовження табл. 1

1	2
Психологічний стан персоналу: персонал може постраждати від психологічної травми або стресу через війну та деокупацію.	Психологічна підтримка та консультування персоналу, створення безпечного та сприятливого робочого середовища.
Соціально-культурні відмінності: деокупація може призвести до конфліктів із соціально-культурними відмінностями між групами населення.	Впровадження культурної програми та освітніх заходів для сприяння терпимості та розуміння відмінностей.
Недостатні ресурси: обмеженість ресурсів може ускладнити забезпечення персоналу необхідними матеріально-технічними засобами.	Ефективне використання наявних ресурсів, пошук альтернативних джерел фінансування, співпраця з міжнародними гуманітарними організаціями.
Питання легалізації: зміни в законодавстві після деокупації можуть вимагати адаптації правил і політики управління персоналом.	Ретельний аналіз та оновлення законодавчої бази, співпраця з правозахисними та міжнародними правозахисними організаціями.

Отже, загальним принципом післявоєнного управління персоналом є врахування специфіки ситуації, співпраця з різними зацікавленими сторонами, інноваційність та гнучкість у вирішенні завдань для забезпечення стабільності та відновлення регіону чи країни після війни.

Список використаних джерел

1) Дашко І.М., Крилов Д.В., Сєрова В.Ю. Сучасні системи управління персоналом. Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки. 2021. Вип. 4 (52). С. 121–128.

2) Войтко С.В., Мельниченко А.А. Лідерство та антикризовий менеджмент: підручник. Київ: Політехніка. КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 194 с.

РОЗРОБКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

Л.І. Чернишова, кандидат економічних наук, доцент
М.В. Грекова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Щоб бути успішними, організаціям необхідно постійно трансформуватися та адаптуватися до сучасного неспокійного середовища шляхом регулярного перегляду стратегії, структури та процесів установи. Однак опитування за опитуваннями показують, що більшість ініціатив зі стратегічних змін зазнають невдачі. Багато організацій мають фундаментальний розрив між формулюванням своєї стратегії та втіленням цієї стратегії в корисну дію. Важливою причиною цього є те, що багатьом установам бракує ефективної системи управління стратегією, за допомогою якої вони могли б реалізувати свої стратегічні та операційні цілі. Система управління стратегіями дозволяє менеджерам і керівникам контролювати свої організації шляхом інтегрованого управління стратегічним плануванням і виконанням.

Слід зазначити, що організаціям часто не вдається втілити свої стратегії в оперативні цілі, процеси та діяльність. Формулювання та реалізація стратегії часто розглядаються окремо, а не як інтегрована система, що дещо помилково. У результаті більшість зазнають невдачі на етапі виконання. Впровадження системи управління стратегією дозволить узгоджувати процеси формулювання та впровадження стратегії. Адже стратегічний успіх вимагає складання відповідної довгострокової програми дій, виваженої та всеохоплюючої, але також потребує, щоб вона була успішно реалізована і вчасно адаптована, коли обставини змінюються.

Система управління стратегією складається з циклу планування та контролю, який дозволяє організаціям досягти своєї стратегії та цілей (рис. 1).

Рисунок 1 – Цикл планування та контролю системи управління стратегією організації

Планування відноситься до стратегічного планування і, таким чином, до формулювання стратегії, перетворення цієї стратегії на стратегічні цілі, розробки плану впровадження з операційними цілями, процесами та діяльністю. Контроль стосується виконання стратегії, моніторингу прогресу виконання та, якщо потрібно, коригування стратегії або її виконання.

Система управління стратегією – це цикл, який об’єднує планування та реалізацію стратегії та складається з п’яти етапів: аналіз зовнішнього середовища, внутрішньої організації та поточної стратегії; розробка місії, бачення та стратегії; перетворення стратегії на стратегічні

ініціативи, оперативні цілі, процеси та заходи; впровадження стратегії та, нарешті, моніторинг та адаптація стратегії та її виконання.

Система управління стратегією починається зі стратегічного аналізу зовнішнього середовища, внутрішньої організації та поточної стратегії організації. По-перше, проводиться зовнішній аналіз макроекономічного середовища. Це робиться шляхом оцінки макроекономічного середовища організації. Це часто передбачає аналіз політичних, економічних, соціальних, технологічних, екологічних і правових факторів і того, як вони можуть вплинути на діяльність і ефективність організації. Далі аналізується галузь і ринок, на якому працює організація.

Це можна зробити за допомогою схеми п'яти сил Майкла Портера. Цю структуру можна використовувати для аналізу промисловості, розглядаючи п'ять факторів, які формують стратегію: загроза нових учасників, переговорна сила покупців, переговорна сила постачальників, загроза товарів-замінників або послуг і суперництво між існуючими конкурентами.

Цей аналіз допомагає оцінити привабливість галузі та визначити сили, які можуть сформувати галузь. Нарешті, аналізується конкуренція. Аналіз конкурентів дає змогу отримати інформацію про ключових конкурентів, передбачити їх поведінку, дозволяючи приймати кращі стратегічні рішення. Для кожного ключового конкурента складається профіль на основі його пропозиції продуктів або послуг, цін і витрат, стратегії, сильних і слабких сторін, прибутковості, маркетингової стратегії та частки ринку.

По-друге, проводиться внутрішній аналіз організаційної структури та культури, основних процесів і загальної продуктивності організації. Після цього проводиться SWOT-аналіз, у якому загрози та можливості, які виникли в результаті зовнішнього аналізу, пов'язуються з сильними та слабкими сторонами внутрішнього аналізу. Тут мета полягає в тому, щоб розробити стратегію, яка використовує внутрішні сильні сторони організації для використання зовнішніх можливостей і пом'якшує внутрішні слабкості та зовнішні загрози.

Завдання вищого керівництва полягає в тому, щоб вибрати і розробити стратегію, яка найбільше відповідатиме поточній організації і дозволятиме досягти свого стратегічного бачення і цілей.

У процесі розробки стратегії важливо залучати керівників середньої ланки та ключових співробітників нижчого рівня до прийняття рішень щодо стратегії та її виконання. Дослідження показують, що залучення працівників має багато переваг: краща якість рішень, краще розуміння стратегії, краще організаційне навчання, більша відданість стратегії та організації, більша задоволеність роботою, менший опір змінам і краща адаптивність стратегії.

Результатом процесу розробки стратегії є стратегічний план, який описує довгострокові цілі організації та спосіб, у який вона прагне досягти цих цілей. Стратегічний план містить цілі; стратегічні ініціативи, первинний процес, організаційна структура, культура та людські ресурси, необхідні для досягнення стратегічних цілей. Після того, як стратегію розроблено, її потрібно перевести в цілі, які можна чітко повідомити членам організації. Навіть найкраща стратегія нічого не варта, якщо менеджери не можуть втілити її в оперативну реальність.

План впровадження стратегії визначає процеси, заходи та оперативні цілі, необхідні для досягнення цілей стратегії. План впровадження складається з річних планів для кожного організаційного підрозділу та організації в цілому. План впровадження містить прогноз кількості продуктів або послуг, які організація очікує надати в наступному році, і ресурсів, необхідних для надання продуктів або послуг. Цей етап передбачає призначення потрібних менеджерів у потрібне місце, донесення стратегії, розвиток необхідних навичок членів організації, досягнення швидких перемог для досягнення відданості стратегії, внесення змін до структури та культури організації, вдосконалення процесів і побудови системи контролю та винагороди виконання стратегії.

Моніторинг та адаптація стратегії є останнім етапом у системі управління стратегією. Цей етап складається з моніторингу прогресу реалізації стратегічних цілей і основних етапів стратегічного плану. Якщо цілі або етапи не досягаються, стратегію або її виконання необхідно адаптувати. Щоб внести ці коригування, необхідно чітко визначити відповідальність за

досягнення цих цілей. Якщо цілі не досягаються, особа або особи, відповідальні за це, мають бути притягнуті до відповідальності.

Отже, коли менеджери та керівники впроваджуватимуть систему управління стратегією у своїй організації, вони мають отримати повну систему стратегічного планування та контролю, яка дозволятиме їм проводити стратегічний аналіз, розробляти надійну стратегію, перетворювати стратегію на чіткі стратегічні та оперативні цілі та заходи, контролювати виконання стратегії та адаптувати її виконання, коли це необхідно. Ця система управління стратегією дозволить менеджерам і керівникам комплексно керувати розробкою та впровадженням стратегії.

Таким чином, дозволяючи контролювати всю організацію та адаптувати її до постійно мінливого бізнес-середовища.

Список літературних джерел

1) Сарай Н. Стратегія управління економічною стійкістю торгівельного підприємства. Економіка та суспільство. 2022. № 44. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-44-14

2) Грабчук І., Бугайчук В., Аляб'єва В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Економіка та суспільство.* 2022. № 44. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-44-84

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 2

СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ УТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

18 вересня 2023 р.
Національний університет «Одеська політехніка»
Одеса, Україна

ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В РАМКАХ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

О.В. Боднар, доктор економічних наук, професор
А.Б. Затварська, здобувач вищої освіти
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала невід'ємною частиною в побудові бізнесу в сучасному світі. В останні роки існує чітко виражена тенденція дотримання компаніями засад соціально-відповідального виробництва та споживання, що являється однією із глобальних цілей сталого розвитку. Сучасні компанії ставлять за мету не лише одержання фінансової вигоди, але й розв'язання соціальних проблем або сприяння вирішенню екологічних наслідків своєї діяльності. Хоча ідея концепту КСВ існує вже декілька століть, наукове визначення та активна практика розпочались лише останні кілька десятиліть, проте, в Україні вона лише набирає обертів та знаходиться на етапі становлення. Однією з важливих галузей вітчизняної економіки є паливно-енергетична сфера, яка має значний негативний вплив на екологію, де досліджувана про-блематика постає особливо гостро. Крім того, у період повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну ця галузь зазнала масштабної трансформації за останній рік.

Теоретичні та практичні аспекти КСВ бізнесу та, зокрема, у паливній сфері досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, такі як Блоуфілд М., Гімараес Л., Каррол А., Колот А. М., Кулвал Н., Пегг С., Уеллс Дж. Б., Періш М., Фрінас Дж. Є., Ханделвал Ш. та Булка А. О., Коваленко Є. В., Редькіна О. С., Сухотеріна М.І., Філиппова С. В., Шаповал Л. П. Слід відмітити, що зазначене явище в Україні є новим для паливно-енергетичної сфери та потребує подальших досліджень. Метою роботи є визначити, яким чином проявляється КСВ в рамках формування маркетингової політики в цій сфері на прикладі мережі АЗС «ОККО».

Офіційним затвердженням концепції КСВ на міжнародному ринку можна вважати 31 січня 1999 року, коли Генеральний Секретар ООН Кофі Аннан закликав бізнес-лідерів на Всесвітньо економічному форумі приєднатися до Глобального Договору, суть якого поляга-ла в «об'єднанні компаній, агенцій ООН та трудові й громадські організації з метою підтри-мки світових екологічних і соціальних принципів»[1]. В Кембриджському словнику зазна-чено, що корпоративно соціальна відповідальність – це ідея про те, що компанія повинна бу-ти зацікавлена і готова допомагати суспільству й навколишньому середовищу, а також нести відповідальність перед співробітниками, клієнтами, партнерами та за продукти, які вона виробляє [2]. Проте, сутність КСВ полягає не лише в розв'язанні суспільних чи екологічних проблем, але й підтриманні репутації бізнесу на ринку та підвищення лояльності своїх споживачів. Якщо компанія не закладає у свою політики жодного принципу як соціально відповідального гравця на бізнес-арені, вона автоматично пошкоджує особистий імідж [3].

Діяльність підприємств в паливно-енергетичній сфері неодмінно супроводжується негативним впливом на навколишнє середовище, а тому увага до таких підприємств зі сторони суспільства є підвищеною. З огляду на це, реалізація практик КСВ є інструментом, який може зменшити та компенсувати негативні наслідки діяльності. Проте, слід виділити той факт, що на міжнародному рівні у паливному секторі використання КСВ практик було одним з найперших й до їх офіційного затвердження. Зокрема, близько з 1960-х років нафтові компанії були готові добровільно впроваджувати ініціативи, які мінімізували шкідливий вплив на навколишнє середовище. Більш того, у своєму дослідженні Дж. Б. Уеллса наголосив, що саме паливно-енергетичний бізнес може вкладати «глобальні внески» в суспільні проєкти [5]. Вище зазначені чинники пояснюють причину, чому нафтогазовий сектор є од-ним з ключових напрямків розвитку КСВ.

Варто зазначити, що не менш важливу роль у паливній сфері України відіграло повномасштабне вторгнення Росії. По-перше, у березні 2022-му році Україна втратила першочергових імпортерів нафтопродуктів. За словами директора Консалтингової групи «А-95» Сергія

Куюна, до Великої війни Україна імпортувала близько 62% дизпалива та 50% бензину з Росії й Білорусі [5]. Попри різку втрату торгових зв'язків, вітчизняним компаніям менше ніж за рік вдалося знайти нових постачальників, переважна більшість із яких являються західни-ми партнерами. Варто підкреслити, що це безпрецедентний випадок. По-друге, російське вторгнення в Україну безпосередньо вплинуло на формування компаніями КСВ. Якщо раніше на вітчизняному ринку було більше іноземних компаній, які займались формуванням та поширенню корпоративної соціальної відповідальності, то зараз переважною частиною є са-ме український бізнес, який активно підтримує державу, допомагає армії та ВПО не лише у фінансовому форматі, але й забезпеченням зброї, першочергових засобів тощо.

Одним із прикладів використання КСВ в рамках своєї маркетингової політики в паливній сфері можна виокремити мережу АЗС «ОККО». Слід відмітити, що компанія слідувала цілям сталого розвитку і сприяла їх реалізації ще до початку війни. Зокрема, починаючи із 2008 р. були втілені «Зелені» проєкти «GO GREEN» (з 2008 р.), які були націлені на збере-ження навколишнього середовища. Серед них екологічні заправки, використання альтерна-тивних джерел енергії, скорочення споживання енергії, наприклад, як застосування тепло-вих насосів, які зменшили експлуатацію електроенергії до 75% тощо. Компанія також має чимало успішних соціальних проєктів, які закликають дбати про безпеку на дорозі. Зокрема, не використовувати смартфон під час водіння автомобілем, не сідати за кермо у стані алко-гольного сп'яніння, користуватися паском безпеки. Приміром, компанія пропонувала здати клієнтам автомобільну заглушку, яку використовували замість пасків, натомість брати уч-асть в акції, у якій щотижня можна виграти 20 л палива.

Під час війни компанія «ОККО» теж активно продовжує відповідати принципам КСВ. Зокрема, фінансово (понад 16 млн грн для потерпілих від війни), безкоштовними товарами й харчуванням для українських захисників та поліції, надає пальне українському фонду «Поверніс ь живим», яке віддається на потреби ЗСУ та волонтерів, займаються перевезенням гуманітарних вантажів тощо. Слід відмітити той факт, що таким чином АЗК не лише забезпечує Збройні Сили України необхідним спорядженням, але й відіграє роль соціальної реклами, нагадуючи населенню про важливість підтримки українських бійців.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність стала невід'ємною частиною сучасного бізнесу, оскільки тепер більшість компаній займають свідому позицію на ринку та звертають увагу на наслідки виготовлення своєї продукції й пропонують розв'язання суспільних проблем. Попри те, що поширення КСВ в Україні є відносно нещодавнім явищем, паливні компанії, зокрема АЗК «ОККО», впроваджують суспільно важливі проєкти, тим самим не тіль-ки мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище, але й рухаються в інших не менш важливих напрямках, включно з підтримкою української армії під час повномасштаб-ного вторгнення, надаючи безкоштовне паливо, харчування та забезпечуючи зброєю шляхом благодійних акцій.

Список використаних джерел

1) Українська мережа Глобального Договору ООН. *Глобальний Договір*: веб-сайт. 2023. URL: http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what.

2) Cambridge Dictionary. Corporate social responsibility. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/corporate-social-responsibility

3) Carroll A., Archie B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. Academy of Management Review. 1979. №4. С. 497–505.

4) Wells J. B., Perish M. and Guimaraes L., 'Can oil and gas companies extend best operating practices to community development assistance programs?' (Paper read at SPE Asia Pacific Oil and Gas Conference and Exhibition, 17-19 April, at Jakarta, Indonesia, 2001).

5) Україна побудувала новий ринок пального – експерт. *Укрінформ - актуальні новини України та світу* : веб-сайт. 2023. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3645209-ukraina-pobuduvala-novij-rinok-palnogo-ekspert.html.

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ «COCA-COLA»

М.О. Акулюшина, кандидат економічних наук
О.О. Онищук, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Значення вивчення маркетингових комунікацій полягає в тому, що ми живемо в епоху тотальної влади інформації, що поширюється по різноманітним каналам за допомогою інформаційних технологій. Ключовим елементом «інформаційного суспільства» є комунікація. Саме завдяки таким комунікація підприємці мають змогу контактувати з покупцями та просувати свій товар [1].

Просування товару на ринку здійснюється за допомогою системи маркетингових комунікацій (СМК), яка охоплює будь-яку діяльність підпри-ємства, спрямовану на інформування, переконання та нагадування спо-живачам про свої товари, стимулювання їх збуту і створення позитивного іміджу підприємства в очах громадськості. Основними елементами СМК являються:

Реклама — будь-яка платна не особистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар. Використання рекламних кампаній у різних медіа (телебачення, радіо, преса, Інтернет) для привертання уваги та інформування цільової аудиторії про продукти або послуги компанії. Реклама — це «королева» СМК.

Паблік рілейшнз (дослівно «взаємини з громадськістю») — діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару. Наприклад, ведення діалогу з громадськістю та ЗМІ з метою покращення іміджу компанії, розповсюдження позитивної інформації, вирішення кризових ситуацій.

Персональний продаж — усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу.

Стимулювання збуту — короткочасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо) [2].

Система маркетингових комунікацій є важливою для будь-якої компанії за багатьма підставами. Вона допомагає досягати цільових результатів і забезпечує ефективну взаємодію з аудиторією та ринком. З її допомогою компанії можуть позиціонувати свої продукти і бренди на ринку, підкреслювати їхні унікальні переваги перед конкурентами, вони також допомагають підняти рівень усвідомленості серед споживачів, зробити їх обізнаними з продуктами і послугами компанії. СМК дозволяє компанії встановлювати двосторонній контакт зі своєю аудиторією, слухати їхні побажання та запити, а також надавати їм необхідну інформацію.

У сучасній реалії успіх та відомість компанії на пряму залежить від грамотного використання СМК [1]. Навіть такий гігант ринку, як «Coca-Cola» орієнтуються на конкретні групи населення, коли розробляє чергову маркетингову програму. Цільовий сегмент компанії Coca-Cola Company- молодь у віці від 12 до 30 років. Саме тому продукції компанії доступна для споживачів як за ціновим параметром, так і за кількісним [3].

Вміло використовуючи агресивну систему реклами (ролики, щити, написи) та забезпечуючи близькість до покупців, «Coca-Cola» може дозволити собі встановлювати ціну, яка буде вищою, ніж у звичайних національних виробників. Однак успіх бренду не обмежується лише якістю їхнього напою, а також їхньою системою маркетингових комунікацій [3].

Найсильнішою маркетинговою комунікацією для «Coca-Cola» є саме реклама. Так, кожному відома реклама з різдвяною червоною вантажівкою з написом бренду газованих напоїв. Слова «Різдво», «Coca-Cola», «Санта-Клаус» дуже тісно пов'язані з мотивом, що забився намертво в багато голови, «Свято наближається...». І це найкращий різдвяний ролик усіх часів та народів, який нам показують щороку. Його бачив і знає кожен, навіть той, хто не купує продукцію компанії. Вдала СМК зробила свою справу: продукт знають і він має певні асоціації в споживачів.

Окрім цього компанія використовує й інші системи маркетингових комунікацій:

1) Спонсорство і партнерства. Coca-Cola Company активно спонсорує спортивні події, музичні фестивалі і культурні заходи. Це дозволяє бренду бути на виду і створює позитивну асоціацію між «Coca-Cola» і різними подіями та активностями.

2) Соціальні медіа. Підприємство має сильну присутність у соціальних медіа, де вони спілкуються зі своєю аудиторією, діляться креативним контентом та сприяють взаємодії зі споживачами через різні платформи.

3) Упаковка та дизайн. Дизайн пляшок «Coca-Cola» відомий у всьому світі. Він є важливою частиною їхнього бренду та сприяє впізнаваності.

4) Корпоративна відповідальність. Компанія активно веде політику корпоративної відповідальності і бере участь у різних соціальних програмах та ініціативах, таких як боротьба зі змінами клімату та підтримка спільнот.

5) Промоакції. Coca-Cola Company часто проводить різні промоції, акції та розіграші призів, щоб стимулювати продажі та привертати нових споживачів. Наприклад, вони можуть розміщувати коди під ковзкими кришками, які дозволяють виграти призи або отримати знижки на товари.

6) Інтернаціональність. Однією з ключових особливостей системи маркетингових комунікацій «Coca-Cola» є її глобальний характер. Вони створюють рекламу, яка адаптована до різних культур та мов, щоб залишити позитивне враження у споживачів по всьому світу. Підприємство також працює з місцевими партнерами та дистриб'юторами для забезпечення наявності своїх продуктів на ринках різних країн.

Отже, система маркетингових комунікацій - це спосіб, яким компанії розповідають своїм клієнтам про свій товар або послугу та намагаються переконати їх купити чи скористатися ним. Вона включає в себе різні способи спілкування, такі як реклама, акції, соціальні медіа, спонсорство, щоб розповісти про продукт і зробити його більш привабливим для потенційних покупців. Система маркетингових комунікацій допомагає компаніям створювати попит на свої товари та підтримувати свій бренд.

Список використаних джерел

1) Геворкян А.Ю., Каплун А.В. Маркетингова стратегія просування товару на українському ринку на прикладі компанії ПАТ «САН ІнБев Україна». URL: https://core.ac.uk/download/pdf/187510452.pdf. (Доступно на 10.09.2023).

2) Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник. К. : Атіка, 2008. 300 с.

3) Хаванова М.С. Розвиток корпоративних стратегій в умовах глобальної кризи. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2012. № 1 (5). Том 2. С.183-189. URL: https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2012/2/53.pdf. (Доступно на 10.09.2023).

РОЗВИТОК АНТИКРИЗОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНОМ В УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕЗ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)
І.А. Топалова, кандидат економічних наук, доцент
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»
(м. Одеса, Україна)

Антикризове управління уявляє собою сукупність заходів щодо попередження або недопущення кризових явищ в економічних системах, які здійснюються органами державної влади та господарюючими суб'єктами. У цьому зв'язку слід виділити два економічних поняття: (1) антикризове управління на макрорівні; (2) антикризове управління на мікрорівні.

Антикризове управління на макрорівні – це державне регулювання, яке направлено на захист суб'єктів господарювання від кризових явищ та недопущення банкрутства, а також ліквідацію у випадках нездатності їх подальшого існування у ринковому просторі за допомогою організаційно-економічних та нормативно-правових механізмів. Організаційно-економічне забезпечення антикризового управління на макрорівні має на увазі проведення відповідної економічної політики (податкової, бюджетної, промислової, фінансово-інвестиційної) та реалізацію адміністративного, методичного, інформаційного, кадрового обслуговування антикризових процесів [1, с. 188]. Нормативно-правове забезпечення антикризового управління на макрорівні складається у розробці та реалізації законів та інших нормативних актів, які регулюють відносини банкрутства та фінансового оздоровлення кризових підприємств, особливо в умовах військової агресії.

Проблемам антикризового управління, у наш час, українськими вченими приділяється значна увага, особливо в умовах функціонування вільних економічних зон (ВЕЗ). Підвищена увага до антикризового управління на мікрорівні визвано тим, що економіка України, яка здійснює вплив на економічне функціонування ВЕЗ, вступала на шлях соціально-орієнтованої ринкової економіки в умовах системної кризи [2, с. 176-178].

Профілактика кризових явищ регіональних суб'єктів господарювання в умовах ВЕЗ повинна включати у себе такі напрями:

1) Антикризовий моніторинг, який здійснює розширення та поглиблення нагляду за станом діяльності суб'єктів господарювання, проведення робіт по сучасному виявленню та оцінці негативних явищ, таких як падіння обсягів виробництва, зниження якості продукції, коливання в обсягах продажів.

2) Діагностику (оцінку) суб'єкту господарювання – це методи та процедури розпізнання кризових станів, постановка діагнозу об'єкту дослідження в цілях підвищення ефективності його функціонування та життєдіяльності [3, с. 222-223].

3) Розробку та проведення системи заходів по недопущенню кризових явищ, завчасному запобіганню можливих причин виникнення кризової ситуації.

4) Підготовку до дій в умовах можливих кризових ситуацій при неможливості попередити їх причини.

Регіональним суб'єктам господарювання ВЕЗ в сучасних умовах, які знаходяться на фазі стагнації, слід рекомендувати здійснення таких антикризових заходів: встановлення нових господарських зв'язків; пошук нових стратегічних інвесторів; створення нових юридичних осіб на основі «крапок» або «полюсів» розвитку; введення суворого режиму економії; проведення глибокої політики ціноутворення; проведення реструктуризації фіскальної заборгованості; реалізацію непотрібного майна (об'єктів соціальної інфраструктури, невиробничих основних фондів). Фінансове оздоровлення суб'єктів господарювання потребує прийняття негайних заходів, проведення реабілітаційних процедур у короткі терміни. Першим кроком на цьому шляху є введення системи економічного моніторингу за станом суб'єктів господарювання. Реалізація державної політики попередження економічного падіння в першу

чергу повинна здійснюватись по відношенню до крупних регіональних суб'єктів господарювання ВЕЗ, які відносяться до базових галузей промисловості, оскільки їх неплатоспроможність змушує керівництво ВЕЗ вирішувати завдання не тільки регулювання взаємовідносин з кредиторами, але й збереження економічної стійкості ВЕЗ, підтримки технологічної цілісності ВЕЗ, підтримки соціальної сфери ВЕЗ, податкових надходжень. Операційний фінансовий механізм створення ВЕЗ в Україні відповідає аналогам світової практики та включає в себе такі елементи: бюджет, валютний фонд та фонд розвитку. До бюджету ВЕЗ надходить податок на прибуток та доходи, податок на додану вартість та акцизи. Інші податки та обов'язкові платежі, які сплачуються на території ВЕЗ, зачисляються в відповідні бюджети у встановленому порядку.

Доходна частина бюджету формується за рахунок таких відрахувань: 50% податків, які сплачуються резидентами ВЕД, що знаходяться на її території, на доходи іноземних юридичних осіб, які не здійснюють діяльність через іноземний уряд, що сплачуються платниками податків і які не є резидентами ВЕЗ, але знаходяться в її межах; плати за участь у конкурсі на право реєстрації в якості резидента ВЕЗ; добровільних надходжень; позикових коштів; відрахувань від прибутку суб'єктів господарювання, які пропонуються адміністрацією ВЕЗ; інших надходжень та доходів у відповідності до законодавства. Видаткова частина бюджету ВЕЗ направляється на такі цілі, як: формування адміністрації ВЕЗ; здійснення робіт по оцінці впливу на оточуюче середовище та майбутнє розміщення та території ВЕЗ виробничих та інших об'єктів, а також на проведення екологічної експертизи; прийняття архітектурно-запланованого рішення об'єктів ВЕЗ; забезпечення функціонування інфраструктури ВЕЗ; проведення заходів щодо захисту оточуючого середовища, в тому числі по ліквідації наслідків аварійних ситуацій природного та техногенного характеру ВЕЗ.

В рамках законодавства України ВЕЗ наділені митними та податковим режимами функціонування. ВЕЗ діє по спрощеній системі здійснення експортно-імпортних операцій та має особливий митний режим. У відповідності до Закону України про ВЕЗ при ввозі на території ВЕЗ іноземних та вітчизняних товарів нічого, крім плати за митне оформлення, не стягується. При вивозі з території ВЕЗ за межі України податки, митні платежі не стягуються, за виключенням збору на митне оформлення, якщо товар виготовлюється на території України. Податкове регулювання діяльності підприємств, які розміщуються на території ВЕЗ, повинно бути направлено на створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземного інвестору з тим, щоб умови для використання капіталу були б не тільки вигідними, але й більш сприятливими, ніж у найближчих країнах та зонах, які можуть створити конкуренцію в якості реципієнтів іноземних інвестицій.

Порядок оподаткування ВЕЗ та рівень ставок податків та платежів у державний бюджет може визначатись в кожному конкретному випадку, виходячи з її спеціалізації, а також з наявності на її території виробничих потужностей, інфраструктури та інших факторів матеріально-технічного забезпечення. В першу чергу, в рамках ВЕЗ повинні існувати галузеві пріоритети для іноземних капіталовкладень, які здійснюються через диференційовані за областями господарської діяльності податкові ставки.

Список використаних джерел

1) Запоточний І.В., Захарченко В.І. Державне регулювання регіональної економіки / За ред. В.І. Захарченка. Харків: Одіссей, 2003. 592 с.

2) Інституційні механізми капіталізації економіки регіонів Українського Причорномор'я : кол. Монографія / За ред. Б.В. Буркинського. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2014. 520 с.

3) Наукові засади розробки стратегії сталого розвитку України : Монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2012. 714 с.

РОЗПОДІЛ ФУНКЦІЇ В ІНТЕГРОВАНІЙ БІЗНЕС-СТРУКТУРІ У ПРОМИСЛОВОСТІ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
Д.М. Меркулов, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

На основі організації консалтингового проекту зі створення бізнес-груп виноробній галузі на основі конкретного підприємства – ТОВ «Промислово-торгівельна компанія «Шабо» – спробуємо узагальнити основні задачі і функції материнської компанії бізнес-групи (БГ) та визначити першочергові заходи у створенні інтегральної структури [1, с.6].

Як захід перехідного періоду передбачалося розділити функції управління власністю, зосередивши в материнської компанії (майбутня штаб-квартира БГ), і функції господарську діяльність, поклавши керівництво нею управляючу компанію. Зрештою в результаті послідовного застосування принципу делегування відповідальності та повноважень функції керуючої компанії виявляться розподільними та зосередженими у прибуткових бізнесах, тобто на різних рівнях та центрах управління "Електротехнічною компанією".

Один із шляхів створення ефективної свідомо низько ризикової бізнес-структури - концентрація активів усіх підприємств, що об'єднуються, у власності материнської компанії. Основна функція материнської компанії – ефективне управління власністю «Електротехнічної компанії».

Керівна компанія також знаходиться у власності материнської компанії, досягнення цілей БГ на основі ефективного управління працюючими активами та несучи всі ризики господарської діяльності.

Спробуємо узагальнити основні задачі і функції материнської компанії на основі реалізації консалтингового проекту на ТОВ “Промислово-торгівельна компанія «Шабо»:

1) Інвентаризація та оцінка активів: забезпечення прозорості стану активів та їх руху для керівництва, власників та кредиторів.

2) Виділення працюючих активів та здавання в оренду керуючої компанії, бізнес-одиницям, підприємствам та іншим підрозділам БГ, а як і третім особам із єдиною метою отримання орендної плати не нижче, ніж покриття майно.

3) Виділення непрацюючих активів з основних засобів, підготовка їх до консервації, передачі чи продажу.

4) Виділення непрацюючих оборотних активів (фондів, часток у спільних підприємствах, наднормативного обладнання, наднормативних запасів, неліквідів та ін.) для реалізації.

5) Формування програми робіт та бюджету, необхідних для підтримки працюючих активів [1, с. 13-16].

Першочерговими заходами у процесі створення інтегрованої бізнес-структури можливо рахувати слідуючи:

1) Інвентаризація та оцінка з погляду вигідності всіх матеріальних та нематеріальних активів з поділом їх на працюючі та непрацюючі, прибуткові та збиткові.

2) Перегрупування працюючих активів для забезпечення діяльності ефективних виробничих, надлишкових, сервісних, інжинірингових та інших бізнес-структур, що входять до стратегічних бізнес-одиниць.

3) Передача всіх непрацюючих активів в одне-два спеціалізовані дочірні підприємства для: збереження консолідованого балансу; продажу, передачі, здавання в оренду та консервації; використання виручених коштів для погашення кредиторської заборгованості, цільового поповнення оборотних коштів [2, с.109-111].

Материнська компанія отримує за використання власності фіксовані суми до виходу на беззбитковість та частку маржинального прибутку після входу на беззбиткове функціонування [3].

Таким чином домоглися з'ясувати основне призначення, головні функції та задачі керуючої компанії у складі БГ для виноробної галузі. Керуюча компанія створюється для ефективного управління всіма видами господарської діяльності з метою отримання позитивних фінансових результатів діяльності «Електротехнічної компанії» на початковому етапі та забезпечення конкурентоспроможного розвитку у перспективі. У веденні керуючої компанії знаходяться стратегічні бізнес-функції, тобто управління асортиментом, фінансовими та матеріальними потоками та керівними кадрами.

Для здійснення виробничо-комерційної діяльності, функціонування та розвитку БГ керуюча компанія створює стратегічні бізнес-одиниці (СБО) – автономні або квазіавтономні стійкі групи підприємств, що здійснюють скоординований випуск певної асортиментної групи продукції, її збут та після продажне обслуговування. У СБВ входять найбільш просунуті підприємства з виробництва певного виду продукції, чиї виробничі потужності максимально завантажуються, а також підприємства близького профілю, на основі яких з урахуванням їхнього розташування будується дилерська мережа для асортиментної групи. В рамках СБО організовуються також структури, що підтримують та обслуговують її діяльність, наприклад: спеціалізований маркетинговий центр, фінансово-розрахунковий центр, агентська мережа. СБО, призначені для випуску нових видів, що раніше не вироблялися, також включають центри нових розробок (надалі розвиваються в самостійні комерційні інжинірингові, консультаційні і дизайнерські фірми), що виробляють НДД, КР і запускають продукцію у виробництво.

Такі СБО виникають у результаті виконання відповідних програм. Головне завдання керуючої компанії – реалізація розробленої стратегії, тобто. програми змін та плану реформування, що забезпечують фінансове оздоровлення об'єднаних підприємств.

Керівництво керуючої компанією - найняті професіонали, винагорода яких залежить від фінансових результатів її діяльності. орієнтована чисельність керуючої компанії складає 30-40 фахівців.

Список використаних джерел

1) Захарченко В.І., Стремядін В.М. Організаційно-економічне забезпечення процесу проектування бізнес-груп у виноробному виробництві. Одеса: Атлант, 2016. 65с.

2) Захарченко В.І., Стремядін В.М. Проектування інтеграційних бізнес-структур у сучасному промисловому виробництві України: монографія. Одеса: Наука і техніка, 2016. 152с.

3) Чухрай Н.І., Криворучко Я.Ю. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія. Львів: Растр-7, 2008. 360с.

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 3

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВТОРИННОЇ ПЕРЕРОБКИ СИРОВИНИ ТА ВІДХОДІВ

О.І. Продіус, доктор економічних наук, професор
М.І. Денкова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Наразі питання вторинної переробки сировини та відходів посідає одне з головних місць у світі, адже сміттєзвалища часто мають стихійний та незаконний характер. Сучасні технології вторинної переробки сировини та відходів включають в себе різноманітні методи та процеси, які дозволяють отримувати нові матеріали та продукти з відходів та використовувати їх у виробництві.

Багато компаній не здійснюють достатньої кількості вторинної переробки своїх відходів і сировини. Це призводить до забруднення довкілля та зменшення природних ресурсів. Крім того, це також може мати негативний економічний вплив, оскільки компанії можуть втратити можливість отримувати прибуток з вторинної переробки своїх відходів та сировини.

Вторинна сировина – це матеріали, які були використані раніше, а потім зібрані та перероблені з метою використання їх знову. Це можуть бути метали, папір, скло, пластик, текстиль, гума та інші матеріали.

Вторинне матеріальне виробництво – це матеріали, які були використані, перероблені та продані для використання у виробництві. Ці продукти дозволяють менше покладатися на пошук нових сировинних ресурсів для таких предметів, як папір, алюміній і пластик. [1]

В Україні послуги з перероблення побутових відходів – це здійснення будь-яких технологічних операцій, пов'язаних із зміною фізичних, хімічних чи біологічних властивостей побутових відходів, з метою підготовки їх до екологічно безпечного зберігання, перевезення, утилізації чи видалення. [4]

Використання вторинної сировини у побуті в Україні:

- з макулатури отримують понад 5000 різних видів продукції (папір для записів, серветки, бинти, банкноти, лотки для яєць, горщики для квітів, абажури);
- із пластику (ПЕТ або ПЕВП) : ручки, фольгу, упаковку, пляшки, іграшки, спортивне взуття, фліс, намети, утеплювач для спальних мішків, садові меблі;
- скло можна обробляти практично нескінченно. З нього виготовляють скляну тару, кухонні стільниці та фартухи, матеріали для ізоляції стін, флакони для косметики, лікарських препаратів. [2]

Одним з найпоширеніших методів вторинної переробки сировини та відходів є рециклінг. Це процес переробки відходів у матеріал, який можна використовувати повторно. Один з основних видів рециклінгу – механічний. Цей метод полягає у механічній обробці відходів з метою отримання вторинної сировини. Наприклад, пластикові вироби можуть бути перероблені на гранули, які потім використовуються для виробництва нових пластикових виробів. Також металеві вироби можуть бути переплавлені та використані для виробництва нових металевих виробів.

Іншим популярним методом вторинної переробки відходів є термічна переробка. Вона включає в себе спалювання відходів з метою отримання енергії. Цей метод є особливо ефективним для великих кількостей відходів, таких як побутове сміття або промислові відходи. Цей процес може бути здійснений за допомогою різних технологій, таких як піроліз, газифікація, спалювання та інші.

Термічна переробка відходів є ефективним способом управління відходами, оскільки дозволяє знизити об'єм відходів, зменшити їх негативний вплив на довкілля та забезпечити використання корисних ресурсів. Однак, цей процес може мати певні негативні наслідки, такі як викиди шкідливих речовин у повітря, що може призвести до забруднення довкілля та вплинути на здоров'я людей. Тому, важливо враховувати всі можливі наслідки термічної переробки відходів та використовувати цей процес з обережністю та відповідальністю.

Технології біохімічної переробки також використовуються для вторинної переробки сировини та відходів. У переробці вторинної сировини застосовуються різні біохімічні процеси, такі як біодеградація, ферментація, гідроліз, окислення та інші. Наприклад, в переробці вторинної сировини з метою отримання біопалива використовують біодеградацію, яка полягає у розкладанні органічних речовин під дією мікроорганізмів.

Також біохімічні процеси застосовуються в переробці вторинної сировини для отримання різних продуктів, наприклад, біопластику, біодобрив, біологічних препаратів для захисту рослин тощо. Використання біохімічних процесів у переробці вторинної сировини дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля та зберегти природні ресурси.Цей процес може бути використаний для розв'язання багатьох проблем, пов'язаних з енергетикою, забрудненням довкілля та іншими проблемами.

Окремою групою сучасних технологій у вторинній переробці сировини є методи переробки водних відходів, які дозволяють очищувати воду від забруднень та повторно використовувати її у виробництві.

Метод переробки водних відходів – це фільтрація. Цей процес використовується для видалення твердих частинок з води. Вода пропускається через фільтр, який утримує тверді частинки, а чиста вода виходить з іншого кінця фільтра.

Також можуть використовуватися методи хімічної очистки, такі як коагуляція та флокуляція. Ці методи використовують хімічні реагенти для згортання забруднювачів у воді, що дозволяє їх видалити з води. [3]

Отже, усі ці технології вторинної переробки сировини та відходів дозволяють зменшити кількість відходів та забруднення довкілля, а також ефективно використовувати ресурси та зменшувати залежність виробництва від первинної сировини.

Використання вторинної сировини є важливим кроком у збереженні ресурсів та охороні довкілля. Вторинна сировина дозволяє зменшити використання природних ресурсів та зменшити кількість відходів, що потрапляють на сміттєзвалища. Також вона може бути вигідною для підприємств, які займаються переробкою, оскільки вона коштує менше, ніж нова сировина.

Країни всього світу активно застосовують технології переробки відходів у різні вироби. Наприклад, в Японії відходи переробляють у біопаливо, а з макулатури виготовляють папір. У Німеччині використовують технології переробки пластику та скла. У Франції використовують вторинну сировину для виготовлення меблів та будівельних матеріалів. У США популярним є використання переробленого асфальту та бетону для будівництва доріг. Така практика забезпечує економічну вигоду та стимулює інноваційний розвиток.

Таким чином, використання вторинної сировини є важливим кроком у створенні сталого та екологічно чистого середовища.

Список використаних джерел

1) Marc J. Rogoff and Francois Screve. Waste-To-energy. Technologies and Project Implementation: book, third edition, 2019, 214 pages. DOI: 10.1016/C2017-0-03296-2.

2) Що таке вторинна сировина? Green talk : веб-сайт. URL: https://greentalk.com.ua/ua/sho-take-vtorinna-sirovina (Дата звернення: 07.09.2023)

3) Каратєєва О.І., Коваль О.А., Гроза В.І. К.21 Технологія переробки побутових відходів та відходів сільського господарства : курс лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 162 «Біотехнології та біоінженерія». Миколаїв : МНАУ, 2018. 190 с.

4) Про відходи: закон України № 1825-VI від 21.01.2010 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/187/98-%D0%B2%D1%80

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ КРАЇН СВІТУ В ПРОЦЕСІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Л.В. Корольчук, кандидат економічних наук, доцент
Луцький національний технічний університет
(м. Луцьк, Україна)

Зелена економіка є вже довгий час топовою темою для обговорення на багатьох провідних міжнародних форумах найвищого рівня, де декларується необхідність додаткових досліджень та дискусій щодо визначення способу сприяння прискоренню процесів переходу до сталого розвитку. Виникає необхідність в проведенні подальших досліджень на національному рівні та забезпеченні розробки глобальних моделей і сценаріїв з метою оцінки національних стратегій зеленої економіки і зеленого зростання в глобальному контексті, включаючи, взаємодію в рамках міжнародної торгівлі, інвестицій і передачі технологій [1].

Підписанти Підсумкового документа Саміту ООН зі сталого розвитку в рамках 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку у вересні 2015 року «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», де було затверджено 17 цілей сталого розвитку, стали на шлях екологізації їхньої економіки, що вимагає розробки та реалізації ними відповідних національних стратегій соціально-економічного розвитку. Основою для національного стратегічного планування природньо стають Цілі сталого розвитку, також потрібно враховувати базові принципи зеленої економіки, визначені у Глобальному зеленому новому курсі [2] в рамках ЮНЕП:

1) Принцип добробуту. Зелена економіка, орієнтуючись на людину, дає можливість суспільству створювати добробут і насолоджуватися ним. Її метою є забезпечення справжнього, спільного процвітання та зростання народного багатства національних економік із наданням безперешкодного доступу до сталих природних систем, інфраструктури, знань і освіти, а також преференцій екологічно чистим виробництвам та екоорієнтованому бізнесу [3]. Основна ідея – забезпечити не лише рівні можливості для досягнення добробуту, але й можливісь для всіх поколінь людства бути в однаковій мірі забезпеченими природними ресурсами, як необхідної умови створення їх добробуту.

2) Принцип справедливості. Зелена економіка сприяє справедливому розподілу природних ресурсів та рівному доступу до них в межах покоління та для наступних поколінь людей, є інклюзивною та недискримінаційною; сприяє справедливому розподілу можливостей і результатів, зменшуючи нерівність між людьми, водночас залишаючи достатньо місця для дикої природи; розглядає економіку в довгостроковій перспективі, створюючи багатство і сталість, які слугують інтересам майбутніх громадян; вживає невідкладних заходів для подолання сьогоднішньої багатовимірної бідності та несправедливості; базується на солідарності та соціальній справедливості, зміцненні довіри та соціальних зв'язків, підтримці прав людини, прав працівників, корінних народів та меншин, а також права на сталий розвиток; орієнтована на швидку і справедливу екологізацію, надаючи можливість навіть самим вразливим групам бути на чолі процесів переходу, впроваджуючи інновації у сфері соціального захисту та перекваліфікації кадрів.

3) Принцип планетарних кордонів. Зелена економіка направлена не лише на захист, але й на відновлення та інвестування у розвиток біорізноманіття, ґрунту, води, повітря та природних систем; застосовує інноваційні підходи до управління екосистемами.Вона визнає обмежену взаємозамінність природного капіталу іншими видами капіталу і тому покликана уникати критичного виснаження природних ресурсів та виходу за межі екологічних обмежень, включаючи стабільність клімату [4].

4) Принцип ефективності та достатності. Зелена економіка передбачає стале споживання та виробництво, орієнтуючись на забезпечення екограмотності населення, а також ресурсозберігаючих, екоощадних підходів до організації виробничих процесів з подальшим його доведенням до закритого циркулярного типу. Цикл споживання теж передбачається закрити завдяки застосуванню технологій продовження життєвого циклу товарів,

популяризації послуги «речі на прокат», сортуванню сміття і т.д. В зеленому економічному середовищі забруднювач навколищнього середовища та нераціональний виробник платить, а екосвідомі суб'єкти – отримують вигоду.

5) Принцип належного врядування. Зелена економіка орієнтується на залученість та врахування інтересів усіх громадян, усі мають право голосу та їх позиція буде врахована; у процесі прийняття рішень домінує принцип балансу інтересів; діють збалансовані механізми захисту прав людини на належну адміністрацію, і громадські інтереси в цілому; органи державної влади приймають на себе відповідальність та гарантують виправлення ситуації у випадках правопорушень; рішення ухвалюються згідно із законодавством, а інформація про діяльність публічної адміністрації повна і доступна громадянам; державні інститути й процедури максимально задовольняють інтереси громадян в розумні строки; ресурси для задоволення потреб суспільства використовуються ефективно; правова система є справедливою й діє однаково для всіх [5].

Зелена економіка підтримується інституціями, які є інтегрованими, спільними та узгодженими, горизонтально між секторами та вертикально між рівнями влади і мають достатній потенціал для виконання своїх функцій у ефективний, результативний та підзвітний спосіб [4].

Трансформація національних стратегій країн світу у відповідності до концепції сталого розвитку дасть можливість своєчасно запустити процеси екологізації та здійснити ефективний прорив до зеленої економіки, дотримання принципів якої дозволить об'єктивно дослідити сильні та слабкі сторони екологізації економіки, потенційні можливості та загрози, на основі чого зробити вибір успішної стратегії досягнення Цілей сталого розвитку в релевантних політичних та соціально-економічних умовах. Крім того, принципи зеленої економіки покликані забезпечити безболісний прорив до сталого розвитку для усіх сфер економіки та усіх веств населення, створюючи для них справедливі умови, застосовуючи ефективну мотивацію.

Список використаних джерел

1) Петрик М. Д. Відтворення зеленої економіки як основна мета державно-приватного партнерства. Державне управління: удосконалення та розвиток. № 12, 2013. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=666

2) Global Green New Deal. Policy brief. United Nations Environment Programme. March 2009. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7903/A_Global_Green_New_Deal_Policy_Brief.pdf?sequence=3&amp%3BisAllowed=

3) The 5 Principles of Green Economy. Green Economy Coalition. 07th June, 2020. URL: https://www.greeneconomycoalition.org/news-and-resources/the-5-principles-of-green-economy

4) Політика ЄС щодо зеленої економіки та інновацій: Підручник. Орловська Ю.В., Чала В.С., Глущенко А.В./ під заг. ред. Орловської Ю.В. Д.: ПДАБА. 2023. 193 с. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2023/02/Pidruchnyk-Polityka-YES.pdf

5) Principles, priorities and pathways for inclusive green economies: Economic transformation to deliver the SDGs. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.greeneconomycoalition.org/assets/reports/GEC-Reports/Principles-priorities-pathways-inclusive-green-economies-web.pdf.

ЕНЕРГЕТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ І ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГІЯ

Т.І. Адирова, старший викладач кафедри менеджменту
Д.М. Дукіна, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Питання розвитку відновлювальної енергетики є одним з глобальних та актуальних для нашого часу. З метою зменшення залежності від видобутку нафти, кам'яного вугілля, газу, торфу, які мають властивість закінчуватися, розвиток відновлювальної енергетики має бути в пріоритеті. В умовах військового стану в Україні підсилюється актуальність теми "Енергетична трансформація і відновлювана енергія" через появи низки факторів:

1) Енергетична безпека: відновлювана енергія може стати важливим резервним джерелом енергії, що забезпечить енергетичну безпеку країни.

2) Зменшення залежності від імпорту: використання відновлюваних джерел енергії допоможе зменшити залежність від імпорту енергоносіїв з сусідніх країн і, таким чином, забезпечить більшу енергетичну незалежність.

3) Гуманітарний аспект: відновлювана енергія може бути швидко встановлена та використана в умовах конфлікту для забезпечення електроенергією медичних закладів, житлових будинків і суспільних об'єктів, що підвищить якість життя та загальний рівень безпеки населення.

4) Відновлення після конфлікту: після закінчення війни, розвиток сектору відновлюваної енергії може стати важливим чинником відновлення економіки та інфраструктури.

У 2021 році енергетичний сектор України опинився на розломному пункті, коли було неясно, в якому напрямку буде розвиватися енергетика в країні. Ситуація в галузі відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) була особливо нестабільною. З одного боку, уряд України почав послідовно виконувати свої зобов'язання, які були передбачені Меморандумом "Про Взаєморозуміння щодо врегулювання проблем у сфері ВДЕ України". Цей меморандум був підписаний в червні 2020 року після медіації в Центрі вирішення спорів Енергетичного Співтовариства між урядом України та НКРЕКП з одного боку та провідними профільними асоціаціями – Українською вітроенергетичною асоціацією та Європейсько-Українським енергетичним агентством – з іншого боку. Уряд також почав поступово погашати заборгованість, яка була накопичена перед виробниками з ВДЕ у попередні роки, що створювало позитивні сигнали для ринку.

Війна, спровокована російським агресором в Україні, ще більше загострила фінансову кризу в енергетичному секторі країни. Недостача коштів для забезпечення нормальної роботи стала нагальною проблемою, яку відчувають всі галузі української енергетичної системи. Особливо важкою ситуація виявилася для сектору відновлюваної енергетики. Під час перших днів війни, основний акцент був зроблений на забезпеченні стабільної роботи основних електростанцій та збереженні надійності української енергосистеми під час її відключення від російських і білоруських мереж 24 лютого 2022 року. Відтак, питання, пов'язані з розвитком відновлюваної енергетики, не були визнані пріоритетними на той момент.

Основним викликом для широкомасштабного розвитку відновлюваних джерел енергії є непередбачуваність та непослідовність енергетичної політики держави. З одного боку, уряд приймає рішення, які можуть гальмувати розвиток цієї галузі, але з іншого боку існують позитивні кроки.

Значущим кроком стало повне синхронізування енергосистем України і Молдови з мережею континентальної Європи ENTSO-E у березні 2022 року. Це відкрило нові можливості для «зеленої» генерації, особливо в контексті спільної роботи з європейськими партнерами. Підвищення пропускної спроможності України для електроенергії з Румунією та Словаччиною також стало важливим кроком у розвитку ВДЕ і відкрило можливості для експорту української електроенергії до цих країн.

План REPowerEU, затверджений Європейською Комісією в травні 2022 року, визначив розвиток ВДЕ як важливий суспільний інтерес та підвищення частки ВДЕ в електроенергетичному балансі ЄС до 45% до 2030 року. Це сприяє розвитку ВДЕ в Україні, оскільки країна є частиною європейської енергетичної системи. Ще однією позитивною ініціативою в галузі енергетики під час воєнного конфлікту є підписанням Президентом України Володимиром Зеленським Закону про внесення змін до деяких законів України, спрямованих на розвиток систем накопичення енергії. Цей закон надає зелене світло розширенню і розвитку систем накопичення та зберігання енергії в Україні, що є вкрай важливим для удосконалення національної енергетичної системи.

Також важливим досягненням є підписання закону про розвиток систем накопичення енергії в Україні, що важливо для стабільності енергосистеми. Всі ці кроки свідчать про позитивні зрушення в сфері відновлюваної енергетики України, навіть в умовах воєнного конфлікту та непередбачуваності. З переходом на відновлювані джерела енергії, енергія втрачає свою роль інструменту політичного чи військового впливу однієї країни на іншу. Більшість конфліктів у світі, які мали місце до сьогодні, були пов'язані з енергетичними ресурсами, такими як нафта, газ, вугілля і таке подібне. Україна, зокрема, протягом 31 року незалежності, стикалася з постійним енергетичним шантажем і тиском з боку російської федерації. Безперечно, наявність тепла і електроенергії в українському суспільстві великою мірою залежить від рішень, які приймає кремль, і від привабливості української внутрішньої та зовнішньої політики для російської влади. Використовуючи відновлювані джерела енергії, країни вже не будуть залежати від подібного енергетичного впливу, оскільки ці джерела є місцевими і доступними всім.

Важливо відзначити, що вітрова енергетика надає суспільству незалежність не лише в аспекті електроенергії, а також у процесі декарбонізації інших галузей економіки, включаючи транспортний сектор. Виробництво водню за допомогою вітру і сонця стає реальним паливом для всіх видів транспорту та засобом незалежності країн від імпорту відповідних нафтопродуктів.

Як економічні, так і суспільні переваги розвитку відновлюваних джерел енергії є очевидними. Проте, для стабільного розвитку будь-якого сектору економіки необхідні відповідні державні підтримка та сприятливий бізнес-середовище. У цей час, головне завдання уряду України полягає в тому, щоб зберегти інтереси національних та міжнародних інвесторів в галузі відновлюваних джерел енергії, які вже вклали свої кошти в українську економіку, і забезпечити умови для їх подальшого бізнес-розвитку після закінчення конфлікту.

Список використаних джерел

1) Ліга антитрасту URL: https://www.facebook.com/league.antitrust/posts/268234217994867 (дата звернення: 11.09.2023)

2) Конституційне подання URL: https://ccu.gov.ua/sites/default/files/3_332_2020.pdf (дата звернення: 11.09.2023)

3) More than 40 countries agree to phase out coal-fired power URL: https://www.theguardian.com/environment/2021/nov/03/more-than-40-countries-agree-to-phase-out-coal-fired-power (дата звернення: 11.09.2023)

4) Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку атомно-промислового комплексу на період до 2026 року URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1804-2021-%D1%80#Text (дата звернення: 11.09.2023)

ЗЕЛЕНА РЕВОЛЮЦІЯ НА ТАРІЛЦІ: СТАРТ В «ЗЕЛЕНУ» ЕКОНОМІКУ 2.0 ДЛЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Н.Й. Чеботарьова, здобувач PhD
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»
(м. Одеса, Україна)

Саміт ООН з питань продовольчих систем [1] відзначив важливість трансформації продовольчих систем у світовому дискурсі. Тут було піднято питання стійкості, сталості та "зеленого зростання". Цей захід вказує на те, що проблеми, пов'язані з продовольчими системами, стали ключовими для глобального співтовариства. Концепція стійкості та сталості стала важливою для досягнення продовольчої безпеки та забезпечення збалансованого розвитку.

«Зелене зростання» стало ключовим напрямком для досягнення цих цілей, покладаючи акцент на сталість та збереження природних ресурсів у процесі розвитку. Такі концепції отримали велику популярність на міжнародному рівні, свідчачи про необхідність спільних зусиль у вирішенні проблем продовольчих систем у світі.

Термін "зелена революція на тарілці" (Green Revolution on the Plate) набув популярності в останні десятиліття та акцентує на переході до більш сталої та екологічно чистої системи харчування. Ця концепція набула особливої актуальності в останні роки через зростання обізнаності про зміну клімату, екологічні проблеми та здоров'я. Люди та організації все більше віддають перевагу продуктам харчування, які мають менший екологічний слід і сприяють сталому розвитку. Основні риси концепції "зелена революція на тарілці", яка орієнтується на створення більш сталої, екологічно відповідальної та здорової системи харчування:

- збільшене споживання органічних та екологічно чистих продуктів;
- зменшене вживання м'ясних продуктів та перехід до рослинної їжі;
- підтримка місцевих продуктів та малих сільських господарств;
- зменшені викиди вуглецю та збереження природних ресурсів;
- звернення уваги на етичний та справедливий обробіток тварин.

Концепція «Зелена революція на тарілці» інтегрована у Європейську зелену угоду (European Green Deal) [2]. Це стратегічна ініціатива ЄС, спрямована на досягнення кліматичної та екологічної сталості, включаючи сільське господарство і промисловість харчових продуктів, для сприяння переходу до більш сталої та екологічно безпечної агропродовольчої системи. Зокрема, European Green Deal містить пропозиції, спрямовані на зменшення викидів парникових газів, покращення енергоефективності, розвиток відновлювальних джерел енергії, збільшення стійкості клімату та зменшення впливу промисловості на навколишнє середовище. Пропозиції також стосуються розвитку більш сталої та екологічно чистої агропродовольчої системи, що включає в себе підтримку зелених технологій у сільському господарстві, зменшення використання хімічних добрив та пестицидів, а також сприянням біорізноманіттю та збереженню природних ресурсів. Ці пропозиції спрямовані на досягнення більш сталого та екологічно чистого майбутнього, забезпечуючи одночасно кліматичну та екологічну сталість в агропродовольчому секторі та в інших сферах господарства.

Зелена економіка - це концепція економічного розвитку, яка спрямована на забезпечення сталого росту і одночасно збереження природних ресурсів та навколишнього середовища. Вона базується на ідеї, що економічний розвиток повинен бути вирішено в контексті збалансованого підходу, який враховує соціальні, екологічні та економічні аспекти.

Основні риси зеленої економіки включають:

- збереження ресурсів – раціональне використання природних ресурсів, таких як вода, повітря, енергія та ґрунт;
- зменшення викидів – прагнення знизити викиди забруднюючих речовин і газів у навколишнє середовище, щоб зменшити негативний вплив на клімат і здоров'я людей;

− стале виробництво – сприяння розвитку виробництва та послуг, які мають менший екологічний слід і використовують більше відновлюваних джерел енергії;

− соціальна справедливість – включаючи рівність доступу до ресурсів та можливостей для всіх членів суспільства;

− інновації – стимулювання розвитку нових технологій та інновацій, спрямованих на покращення сталості та збереження навколишнього середовища.

Зелена економіка визнає важливість балансу між економічними потребами сьогодення і збереженням ресурсів для майбутніх поколінь, і є важливим інструментом для боротьби з глобальними екологічними викликами, такими як зміна клімату і виснаження ресурсів. Концепція "Зелена революція на тарілці" може бути важливою складовою зеленої економіки. Зелена економіка спрямована на досягнення сталого розвитку, забезпечуючи баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами. У цьому контексті, "Зелена революція на тарілці" прагне досягнути таких цілей:

− сталість і екологічна чистота - зміна харчових систем у бік більш сталого та екологічно чистого споживання. Підкреслюється важливість зменшення впливу харчової промисловості на навколишнє середовище та споживання менше ресурсів, що відповідає основним принципам зеленої економіки.

− інновації та технології - використання нових технологій та інновацій у сфері харчового виробництва та споживання, включаючи органічне сільське господарство, відновлювану енергію та інші зелені технології.

− здоров'я та соціальна відповідальність: "Зелена революція на тарілці" сприяє споживанню здорових та екологічно чистих продуктів, що сприяє загальному благополуччю і здоров'ю споживачів, що є важливою складовою зеленої економіки.

− соціальна справедливість – концепція також акцентує на соціальній справедливості, враховуючи інтереси маргіналізованих фермерів та споживачів. Це співзвучно з принципами соціальної справедливості в зеленій економіці.

Отже, «Зелена революція на тарілці» і зелена економіка можуть взаємодоповнювати один одного, сприяючи створенню більш сталої, екологічно чистої та соціально відповідальної системи харчування, що відповідає основним цілям сталого розвитку.

«Зелена революція на тарілці» може суттєво вплинути на продовольчу безпеку:

− збільшення доступу до якісної їжі. Зелена революція на тарілці сприяє збільшенню виробництва екологічно чистих та здорових харчових продуктів. Це може збільшити доступ споживачів до якісної їжі без високого ризику для здоров'я.

− збереження ресурсів. Цей підхід спрямований на більш раціональне використання природних ресурсів, що важливо для забезпечення продовольчої безпеки у майбутньому. Зменшення втрат при виробництві та збереження родючості ґрунтів може допомогти забезпечити стабільне виробництво їжі.

− зменшення впливу зміни клімату. Зелена революція на тарілці покликана зменшити негативний вплив сільськогосподарської діяльності на зміну клімату. Це допомагає запобігти збиткам, пов'язаним із зміною клімату, що можуть впливати на продовольчу безпеку.

− соціальна справедливість. Ініціатива також акцентує на соціальній справедливості та участі маргіналізованих груп. Це може сприяти більшій включеності та рівному доступу до ресурсів для сільських громад.

Отже, Зелена революція на тарілці може бути інтегральною частиною стратегії забезпечення продовольчої безпеки, зменшення екологічного впливу сільського господарства та покращення якості та доступності харчових продуктів для всіх.

На думку експертів з продовольчої безпеки [3], вплив Зеленої революції на світову продовольчу ситуацію важко переоцінити. Нові методи сільського господарства, запропоновані Зеленою революцією, сприяли усуненню голоду в країнах, таких як Китай, і запобігли голоду в Індії, врятували безліч життів в розвиваючихся країнах. Ідея впровадження нових сільськогосподарських технологій для вирощування більш врожайних культур була перетворюючою. Ефекти цієї революції в сфері продовольства були вражаючими: врожайність сільськогосподарських культур значно зросла, а рівень бідності скоротився до історичних

мінімумів, незважаючи на приріст населення в другій половині минулого століття. Іншими словами, Зелена революція внесла важливий і тривалий соціально-економічний прорив, який надав бідним регіонам світу надію, якої їм так довго не вистачало.

Проте сьогодні ми стикаємося з новими викликами. За даними Всесвітньої продовольчої програми, кількість людей, яких очікує голод, у всьому світі подвоїться цього року в порівнянні з нещодавніми даними всього кілька років тому. Це стається на тлі очікуваного демографічного зростання, яке лише загострює цю проблему у найближчі десятиліття. До 2050 року нам доведеться потроїти поточний рівень виробництва сільськогосподарських культур, щоб задовольнити світовий попит на продукти харчування. Проте наша продовольча політика стикається з серйозними проблемами.

Як показує приклад Європи, навіть розвинуті регіони не можуть витримати наслідки зміни клімату. Війна в Україні, наприклад, призвела до зростання цін на продукти харчування не лише в Європі, але й у розвиваючихся країнах. Це сталося через те, що великі благодійні організації, такі як Всесвітня продовольча програма, закуповували понад половину пшениці з України. Ця невпевненість також спонукала деякі країни, наприклад, Індію, вводити обмеження на експорт продуктів харчування, щоб забезпечити продовольчу безпеку. Хоча обмеження на експорт в Індії були скасовані, вони викликали сумніви щодо глобальних ланцюгів постачання продуктів харчування.

Важливо відзначити, що зміни клімату вже мають серйозний вплив на продовольчу безпеку. Екстремальні погодні умови, такі як посухи, повені та непередбачувані опади, або руйнують посіви, або роблять сільське господарство все більше невизначеним. Щоб уявити це в перспективі, давайте розглянемо приклад Сомалі, де внаслідок тривалої засухи минулого року загинуло приблизно 43 000 людей. І якщо цього було недостатньо, півмільйона сомалійських дітей і далі страждають: через засуху вони ймовірно стикаються з серйозними проблемами з харчуванням і цього року.

Коли все більше країн намагаються забезпечити постачання продуктів харчування, глобальні ланцюги постачання відчувають зростаючий тиск. Наприклад, європейські країни, які також не застраховані від зміни клімату, в останні роки стикалися з масовим зниженням врожайності різних сільськогосподарських культур через періодичні посухи, які доводилося компенсувати імпортом з-за кордону, що призвело до подальшого зростання цін на продукти харчування. Це ще один приклад того, як зміна клімату впливає на продовольчу безпеку в усьому світі. Нарешті, традиційні методи виробництва продуктів харчування стають зайвими в контексті зміни клімату. З одного боку, тепер ми розуміємо, що надмірне використання добрив і пестицидів може мати контрпродуктивний ефект, що є суперечливою спадщиною Зеленої революції. З іншого боку, проблеми, пов'язані зі зміною клімату, ускладнюють вирощування сільськогосподарських культур за органічними методами. Як життєдійна альтернатива, нам потрібно прийняти стійкий підхід до сільського господарства, а інноваційні методи стають все більше доступними. Глобальна ініціатива, яка може масштабувати кліматично оптимізоване сільське господарство на світовому рівні, з особливою увагою до надання розвиваючимся країнам необхідних інструментів для підвищення продовольчої безпеки.

Місія по інноваціям в сільському господарстві для клімату або AIM4C [4], ініційована Об'єднаними Арабськими Еміратами в партнерстві зі Сполученими Штатами, призначена для усунення багатьох інших недоліків поточної глобальної політики, зробила виробництво продуктів харчування більш ефективним, доступним і економічно вигідним у сталий спосіб – крок у «зелену» економіку 2.0.

AIM4C, з великою підтримкою Об'єднаних Арабських Еміратів (ОАЕ) та Сполучених Штатів Америки (США), активно розглядає можливість впровадження своїх кліматично оптимізованих інновацій в Україні. Ця ініціатива має потенціал стати частиною Зеленої Революції на тарілці в Україні.

Україна може використовувати досвід і підтримку AIM4C для реалізації Зеленої Революції на тарілці, покращення продовольчої безпек і створення більш стійкої та екологічно чистої агропродовольчої системи. Це може допомогти Україні зменшити вплив на довкілля,

збільшити продуктивність сільськогосподарського сектора та забезпечити національну продовольчу безпеку.

Зелена революція на тарілці в Україні може стати важливим кроком у напрямку сталого розвитку та боротьби з кліматичними викликами. Активна співпраця з міжнародними партнерами, інвестиції у нові технології та екологічно чисті методи сільськогосподарського виробництва, а також підтримка малих фермерів можуть сприяти досягненню цієї мети.

Україна має великий потенціал для реалізації концепції "Зелена революція на тарілці" та переходу до більш стійкої та екологічно чистої агропродовольчої системи.

Ось деякі аспекти, які можуть бути важливими для України:

Збільшення виробництва органічних продуктів. Україна володіє обширними сільськогосподарськими землями, що дозволяє розширити виробництво органічної їжі. Органічні методи сільського господарства сприяють екологічній стійкості та покращенню якості продукції.

Розвиток місцевих ринків. Підтримка місцевих ринків та малих сільських фермерів може зменшити залежність від імпорту та підвищити продовольчу безпеку. Програми, спрямовані на розвиток сільського туризму та місцевих ринків, можуть стимулювати економіку сільських громад.

Використання інноваційних технологій. Україна може інвестувати у сучасні технології сільськогосподарського виробництва, такі як "розумні" сільськогосподарські системи, використання дронів та сучасних методів поливу, що сприяють збільшенню врожаїв та зменшенню негативного впливу на довкілля.

Боротьба зі зміною клімату. Україна може активно долучитися до глобальних зусиль з боротьби зі зміною клімату в агропродовольчому секторі. Це включає в себе зменшення викидів парникових газів, впровадження кліматично оптимізованих методів сільськогосподарського виробництва та підтримку відновлення природних екосистем.

Освіта та навчання. Важливо інвестувати у навчання сільських фермерів щодо сучасних технологій та методів сільського господарства, а також у підвищення екологічної обізнаності серед населення.

Зелена революція на тарілці може стати справжньою можливістю для України покращити якість продукції, забезпечити продовольчу безпеку та сприяти негативний вплив сільськогосподарської діяльності на навколишнє середовище.

Друга "Зелена революція" - це зміна у сільському господарстві, яка широко вважається необхідною для забезпечення харчування та підтримки ростучого населення Землі. Ця ініціатива відповідає на зростання цін на продукти харчування, а також на нестабільність нафтового ринку та інші фактори [5]. Вона описує майбутнє широкого впровадження генної інженерії для створення нових культур, які б збільшили врожайність та поживність. Українське сільське господарство досягло нових висот, з рекордними врожаями різних культур, продемонструвавши стійкість та забезпечивши продовольчу безпеку під час пандемії COVID-19.

Проте є кілька проблем:

− продовольчна інфляція. Незважаючи на досягнення у виробництві, продовольчна інфляція та її коливання залишаються проблемою.

− продуктивність сільськогосподарських культур. Україна має нижчу продуктивність, ніж інші країни з розвинутими ринковими економіками через фактори, такі як роздрібнення земельних володінь, менше механізації та менше інвестицій у сільське господарство.

− екологічні проблеми. Війна має негативний вплив на навколишнє середовище, призводячи до обстрілів лісів, земельних та водних екосистем, а також до пошкодження промислових об'єктів, транспортної інфраструктури і будівель. Це призводить до руйнування систем водопостачання, каналізації і управління відходами, що має серйозні та довгострокові наслідки для навколишнього середовища та здоров'я людей. Руйнування родючих земель півдня та сходу України з боку окупантів не лише загрожує продовольчій безпеці, але також створює серйозні загрози для степових та лісових природоохоронних територій. Це може

охоплювати території заповідників, заказників і національних парків, коли їхні землі переводяться у сільськогосподарське користування.

− насіння. Вони є важливим ресурсом для досягнення більшого врожаю та стійкого зростання сільськогосподарського виробництва.

− добрива та пестициди. Використання їх унеможливлює органічне виробництво та може мати негативний вплив на навколишнє середовище.

− зрошення. Після завершення війни в Україні буде необхідно відновити зрошення на понад 1 мільйон гектарів меліорованих земель. Про це заявив міністр аграрної політики та продовольства України, Микола Сольський, під час свого візиту до Одеської області [6]. Зараз в Україні є 5,5 мільйона гектарів меліорованих земель, і після завершення конфлікту необхідно буде інвестувати значні кошти в будівництво нових зрошувальних систем та відновлення існуючих. Міністр відзначив, що реформа в галузі меліорації дозволить аграріям привласнювати інвестиції для модернізації меліоративної інфраструктури та розвитку. Розбудова систем зрошення підвищить продуктивність їх використання та збільшить поливні площі, запобігаючи деградації ґрунтів.

Щоб подолати ці проблеми та забезпечити сталість сільського господарства в Україні, необхідно вдосконалити управління господарствами, вдосконалити інфраструктуру, сприяти більшій використаності сучасних технологій та впровадженню інноваційних методів. Ось деякі пропозиції та можливості для подальшого розвитку сільського господарства в Україні:

1) Збільшення інвестицій. Уряд України може активно підтримувати розвиток сільського господарства шляхом збільшення державних інвестицій у цей сектор. Інвестування у сучасну техніку, науково-дослідні роботи та інфраструктуру може значно покращити продуктивність.

2) Запровадження сучасних технологій. Використання цифрових технологій, сучасних систем орошення, GPS-навігації та моніторингу може підвищити продуктивність та ефективність сільського господарства.

3) Розвиток органічного сільського господарства. Зростаючий попит на органічні продукти в світі створює можливості для українських фермерів. Органічне сільське господарство може бути більш стійким до екологічних проблем.

4) Забезпечення доступу до ринків. Покращення системи сільськогосподарського маркетингу та сприяння виходу на зовнішні ринки може забезпечити стабільний дохід для фермерів та підтримати сільські громади.

5) Більше досліджень і розвитку. Фінансування наукових досліджень у галузі сільського господарства допоможе розробити нові сорти культур, більш стійкі до кліматичних змін та захворювань.

6) Освіта та навчання. Навчання сільських жителів сучасним сільськогосподарським методам і технологіям може допомогти підвищити їхню продуктивність.

7) Створення кооперативів. Фермерські кооперативи можуть допомогти фермерам отримувати кращий доступ до ресурсів та ринків.

8) Сталість виробництва. Важливо розвивати методи сільського господарства, які зменшують вплив на навколишнє середовище та роблять сільське господарство більш стійким до змін клімату.

Україна має великий потенціал у сільському господарстві, і з правильними інвестиціями та стратегі чним плануванням може стати лідером у сільському господарстві та гарантувати продовольчу безпеку. Наступні кроки для подальшого розвитку сільського господарства в Україні:

1) Розвиток сучасних систем зберігання та обробки продукції. Інвестиції в інфраструктуру зберігання та переробки можуть допомогти зменшити втрати продукції і покращити якість продуктів.

2) Заохочення використання агроекологічних методів. Поширення агроекологічних практик сприятиме стійкому та екологічно чистому сільському господарству.

3) Підтримка молодих фермерів. Спеціальні програми та пільги для молодих фермерів можуть стимулювати їхню участь у сільському господарстві та забезпечити передачу досвіду від покоління до покоління.

4) Стимулювання виробництва органічних та екологічно чистих продуктів. Попит на такі продукти зростає, і Україна може вигідно використовувати цю можливість.

5) Розвиток агротуризму. Залучення туристів до сільських регіонів може допомогти розширити економічні можливості для сільських громад.

6) Зелена енергія в сільському господарстві. Використання відновлювальних джерел енергії, таких як сонячні панелі та вітряні турбіни, може зменшити енергозалежність у сільському господарстві та сприяти сталому розвитку.

7) Розвиток генетичних ресурсів. Для створення нових сортів рослин, які були б стійкими до шкідників та змін клімату.

8) Підтримка досліджень та освіти у сільському господарстві. Розвиток наукових досліджень і навчальних програм сприятиме збільшенню кваліфікації фахівців та інноваціям у сільському господарстві.

Розвиток сільського господарства в Україні вимагає комплексного підходу та співпраці між урядом, фермерами, науковими установами та бізнесом. Забезпечення сталості, ефективності та екологічної чистоти сільського господарства може забезпечити не тільки продовольчу безпеку, але й економічний розвиток країни.

Список використаних джерел

1) UNFSS (2021). Summit 2021. Food systems summit dialogues gateway. URL: https://summitdialogues.org/

2) Erbach G. (2019). European Green Deal. European Parliamentary Research Service (EPRS). PE 644.205, December, 2019. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2019/644205/EPRS_ATA(2019)644205_EN.pdf/

3) IMPR (2023). The necessity of the Global Green Revolution 2.0. URL: https://www.impriindia.com/insights/green-revolution-global-agriculture/

4) IFPRI (2023). AIM4C Summit: Innovation for integrating and mainstreaming agriculture in climate action. URL: https://www.ifpri.org/blog/aim4c-summit-innovation-integrating-and-mainstreaming-agriculture-climate-action

5) NEXTIAS (2023). Need For Green Revolution 2.0: RBI. URL: https://www.nextias.com/current-affairs/19-01-2022/need-for-green-revolution-20-rbi

6) Agravery (2023). В Україні після війни потрібно буде відновити зрошення понад 1 млн га меліорованих земель. URL: Agravery.com

ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗБУДОВИ РОЗПОДІЛЕНОЇ ГЕНЕРАЦІЇ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД ЗА РАХУНОК ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ

І.М. Кочешкова, головний економіст
Інститут економіки промисловості НАН України
(м. Київ, Україна)

Для того щоб впроваджувати установки розподіленої генерації не обов'язково мати нафтові або газові родовища, достатньо відновлювальних джерел, перевагами яких є відсутність шкідливих викидів у довкілля та низька собівартість. Наразі Україна за підтримки США впроваджує високоефективні когенераційні установки малої та середньої потужності для енергобезпеки громад загальною потужністю 9,6 МВт та загальним обсягом інвестицій 8,3 млн євро. Від початку бойових дій Уряд США через USAID Проєкт енергетичної безпеки допомагає уряду України та енергетичним підприємствам надавати українцям електроенергію, газ, тепло та гарячу воду. Цьогорічна підтримка від USAID включає 69 когенераційних установок для 23 комунальних підприємств централізованого теплопостачання та двох університетів, що допоможе системі централізованого теплопостачання забезпечувати українців теплом в умовах відсутності електроенергії. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України вже розробило проєкти шести нормативно-правових актів, які потрібні для створення усіх необхідних умов для розвитку когенерації в Україні [2].

Метою даного матеріалу є обґрунтування можливості використання біометану в когенераційних установках як найбільш прийнятного для географічного розташування та розвитку промисловості нашої країні. Можливості відновлюваної енергетики в залежності від виду його джерела (первинного чи вторинного) різні за складністю реалізації, обсягом інвестицій та ефективністю. Тому повинне бути оптимальне співвідношення різних генеруючих потужностей з точки зору балансування енергосистеми країни.

Енергія, одержувана з обробки та утилізації різних видів відходів, таких як металеві та пластикові відходи, органічні відходи, папір, картон тощо може бути використана для виробництва тепла та електроенергії. Перспективи її використання дуже обнадійливі з точки зору екологічній безпеки місцевості та зниження негативного впливу на довкілля. Існують різні технології отримання енергії з відходів, кожен з яких має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу залежить від типу відходів та основної мети використання енергії. Однак деякі експерти попереджають про можливі проблеми використання енергії відходів, таких як високі витрати на переробку та транспортування відходів, а також ризики забруднення довкілля при спалюванні відходів. Незважаючи на це, використання енергії відходів є одним із найперспективніших напрямків у галузі відновлюваної енергетики, і ймовірно, що його значущість продовжуватиме зростати в майбутньому.

В той же час виробництво біометану є найбільш прийнятним на ринку відновлюваної енергетики сьогодні, оскільки воно дозволяє не тільки утилізувати відходи тваринництва й рослинництва прямо на місці їх отримання, але й зменшити викиди в атмосферу вуглекислого газу та зберегти ресурси. А використання отриманого біометану в котельнях та ТЕЦ буде сприяти децентралізації теплогенерації за рахунок використання місцевих видів вторинних ресурсів. Також вагомим чинником є підписання Президентом України Закону «Про внесення змін до Закону України «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні», який було прийнято Верховною Радою України 9 серпня цього року. Серед важливих змін – це поширення дії закону на виробництво біогазу і біометану (в тому числі скрапленого або стисненого), що дозволяє зробити будівництво нових біогазових і біометанових заводів привабливішими для потенційних інвесторів за рахунок звільнення від низки податків, а також ввізного мита при імпорті нового устаткування та комплектуючих.

Біоенергетика отримує електрику та тепло з палива першого, другого та третього рівня. Перший рівень: тверде, рідке та газоподібне біопаливо (газ від переробки відходів). Другий

рівень – паливо, отримане з біомаси (залишків рослинного чи тваринного матеріалу або спеціально вирощених культур), а третій рівень – біопаливо з водоростей.

В той же час біогаз може замістити природний газ (який країна купує на ринку за досить високою ціною) тільки в разі його очистки до біометану. Безумовно особливих труднощів не існує, оскільки у світі добре відпрацьовані такі технології, в яких основним чинником є вміст кисню після такої очистки. Якщо вміст кисню буде менше 0,2%, то такий біометан можна буде використовувати в магістральних газопроводах високого тиску й експортувати в Європу. Але це проєкти на перспективу, наразі щоб використовувати біометан в розподільчих мережах або ж для власного споживання і в такий спосіб заміщати дорогий газ в когенараційних установках достатньо, щоб вміст кисню був до 1%.

Котельні на біомасі це, в першу чергу, незалежність країни від постачання газу. А, враховуючи, що тепло з місцевих видів палива дешевше, то ще й можливість заощадити бюджетні кошти. Попри війну, у 2022 році в Україні було реалізовано понад 330 проєктів з виробництва теплової енергії з альтернативних видів палива загальною потужністю 235 МВт, що дало близько 47 млн євро інвестицій в економіку [3].

Ще одним прикладом ефективного використання біомаси є створення тернопільськими інженерами генераторів-утилізаторів на біовідходах. Вже доступні генератори-утилізатори на 2000, 3000 та 6000 кВт. Один коштуватиме три-чотири мільйони гривень. Якщо говорити за генератор-утилізатор на 1 МВт, то його вартість сановитиме 1,5 млн. Термін його окупності три місяці. Такі генератори-утилізатори можна використовувати для сушіння зерна, бетону, обігріву цегли та обігріву теплиць, а весь природний газ спрямовувати на інші потреби країни.

Поки що генератори-утилізатори забезпечують підприємства лише тепловою енергією, але вже в процесі виготовлення парова турбіна, що дозволяє безшумно перетворювати теплову енергію на електричну. А значить, генератори стануть ще важливішими [1].

Біоенергетика має велике значення для людства у зв'язку з потребою в альтернативних джерелах енергії та боротьбою зі зміною клімату. Для нашої країни вона є не тільки перспективним інструментом для зниження викидів парникових газів, але надає можливість підвищити енергетичну безпеку. Важливим чинником для використання біоенергії є розробка стійких моделей виробництва за рахунок технологічних інновацій та конкурентоспроможних цін на біопаливо. Розвиток біоенергетики має відбуватися з урахуванням усіх можливих ризиків та проблем, пов'язаних з її використанням, щоб забезпечити найкращий результат для довкілля та суспільства в цілому. Усе це свідчить про необхідність подальшого стимулювання розвитку української біоенергетики. Одним із таких драйверів може стати впровадження біржі біопалива. Для цього Україна є багато ресурсів твердого біопалива.

Використання місцевих видів палива не тільки зменшить споживання та імпорт дорогого газу, але й дозволить заощаджувати бюджетні кошти і розвивати національне виробництво, а це вже будуть реальні кроки для енергобезпеки та відбудови громад у повоєнний період за рахунок впровадження установок розподіленої генерації на відновлювальних джерелах.

Список використаних джерел

1) Тернопільські інженери створили генератор-утилізатор, що працює на біовідходах, потужністю до 6000 кВт. BUILDING-TECH : веб-сайт. 2023. URL: https:// building-tech.org/Энергия/ternopolskye-ynzheneri-sozdaly-generator-utylyzator-rabotayushchyy-na-byootkhodakh-moshchnostyu-do-6000-kvt. (Доступно на 10.09.2023).

2) Україна за підтримки США впроваджує високоефективну когенерацію малої та середньої потужності для енергобезпеки громад: веб-сайт. 2023. URL: https://saee.gov.ua/uk/news/5063.

3) Як використання котелень на біомасі українського виробництва сприятиме енергобезпеці та економічному відновленню?: веб-сайт. 2023. URL: https://saee.gov.ua/uk/news/5059.

«ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» ЯК ФАКТОР ПОЗИТИВНОГО РОЗВИТКУ ЛЮДСТВА

О.В Обнявко, кандидат економічних наук, доцент
М.В. Сіленко, здобувач вищої освіти
Одеський національний економічний університет
(м. Одеса, Україна)

Однією з актуальних проблем сучасного суспільства стало те, що для підтримки свого життя воно все більше і безсистемно витрачає природні ресурси, які не є безмежними.

Чинниками негативного впливу на навколишнє середовище є: надмірне споживання сучасного суспільства; зростання населення; нерівність між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються; низький рівень екологічної відповідальності державних органів та виробничих підприємств тощо. Все це впливає негативно на довкілля. Тому все більшої актуальності набувають питання про шляхи вирішення протиріччя між економічними та екологічними проблемами, як захистити, зберегти довкілля, що страждає від економічного зростання країн та територій.

«Зелена» економіка - це напрям в економічній науці, який сформувався в останні два десятиріччя, відповідно до якого економіка є залежним компонентом природного середовища. Серед особливо важливих видів діяльності, що відносяться до «зеленої економіки» виділяють впровадження відновлювальних джерел енергії, енергоефективності будівель, стабільний енергоефективний транспорт та інші.

У науковій літературі є безліч трактувань поняття «зелена економіка». Як його синоніми використовуються, наприклад, такі поняття, як «зелене» зростання», «низьковуглецевий розвиток». Однак спільний для них підхід у тому, що майбутнє людства у компромісі між прагненням до добробуту та збереженням довкілля.

Одним із перших дослідників, які звернули увагу на необхідність природних обмежень став англійський вчений, економіст Т.Р. Мальтус. У своїй знаменитій книзі «Досвід про закон народонаселення» він поставив питання про необхідність компромісу між екологічною та економічною системами. Причинами загрозливої людству екологічної кризи він називав збільшення населення у геометричній прогресії, і зростання споживань в арифметичної прогресії.

У 1960-70 р.р. у соціально-політичній філософії став популярним ідейно-політичний перебіг енвайронменталізм, в основу якого лягла «зелена модель» у суспільному розвитку чи проекологічном розвитку, яка підвищує значення розвитку «зелених технологій». І хоча в той період енвайронменталізм не вплинув на розвиток економічної системи суспільства та принципи політико-державного управління, водночас його роль у трансформації базових соціальних цінностей стала досить помітною. Завдяки цьому підходу пріоритети постматеріального суспільства стали сприйматися у контексті екологічного чинника.

В вітчизняної наукової літературі проблема розвитку «зеленої економіки» знайшла своє відображення у працях Галушкіної Т.П., Гарлицької Д.А., Маковоза О.С., Мамалигі В.О., Скороход І.С. та багато інш. Проте, не зважаючи на велику кількість досліджень щодо впровадження «зеленої» економіки в Україні, окремі проблеми та перспективи її розвитку все ще є недостатньо розглянутими та містять протиріччя, тому ця тема продовжує бути актуальною як з точки зору теорії, так і практики.

Стрімкий розвиток економічної сфери людської діяльності, а саме зростання виробництва, поставило людство перед загрозою вичерпання природних ресурсів. Розуміючи це, уряди економічно розвинених країн розгорнули діяльність з розробки та впровадження у виробництво екологічних технологій, розвитку так званої «зеленої економіки», що дозволить зробити процес використання природних ресурсів більш щадним та ефективним.

Таким чином, можна сказати, що метою «зеленої економіки» е забезпечення балансу між економічним зростанням, яке є головним фактором соціального добробуту сучасного суспільства та збереженням природних ресурсів [1].

У наукової літературі до цілей стратегії «зеленої економіки» відносять наступне: «справедливе ставлення до людини та до навколишнього середовища, припинення експлуатації планети заради економічного зростання; турбота про майбутні покоління людства, які мають право отримати в спадок здорову та багату планету; збереження біологічного різноманіття; мінімізація обсягів ресурсів, що застосовуються у виробництві; застосування альтернативних відновлювальних джерел енергії; безвідходне виробництво, що базується на вторинній переробці сировини, відходів та мінімізації шкідливих викидів у атмосферу; зниження рівня споживання товарів та енергоресурсів за рахунок виховання в населення ощадливості та бережного ставлення до навколишнього середовища; забезпечення замкнутості економічної системи за рахунок досягнення декаплінгу економічного зростання від екологічної шкоди; інтеграція екоінновацій у виробничі процеси; забезпечення добробуту людини за умови збереження здоров'я нашої планети тощо» [2].

Щоб вижити, людство не має іншого шляху, крім того, щоб поставити економічні процеси на рейки екологізації. Це означає досконалість виробничого процесу на основі впровадження нових продуктів та технологій, які здатні зробити взаємозв'язок економіки та стану довкілля більш гармонійним.

Тому саме «зелена економіка», як інноваційна модель економічного розвитку, дає надію на те, що люди ставитимуться до природних ресурсів більш відповідально. Не йдеться про те, що промислове виробництво треба зупинити, а кількість населення потрібно скоротити, як пропонують деякі радикально налаштовані політичні рухи. Вирішення цієї проблеми, на наш погляд, у знаходженні компромісу між потребами суспільства в економічному зростанні та потребами цього ж суспільства у збереженні природних ресурсів. Одне без іншого призведе до глобальної екологічної кризи, яка стане загрозою для самого існування людства.

«Зелена економіка» в Україні та її проблеми. Україна поки ще тільки робить перші кроки на шляху до «зеленої економіки». Тому наразі надзвичайно важливим є дослідження наявного потенціалу, можливостей, перспектив та тенденцій розвитку «зеленої економіки».

Україні необхідна комплексна державна політика щодо екологізації економіки, яка дозволить знизити рівні енерговитратності виробництва, промислових відходів, енергоспоживання тощо. Для цього, на наш погляд, слід впровадити систему мотивації як для суб'єктів економічної діяльності, так і для населення.

У даний час рішення питань «зеленої» економіки ускладнюється тим, що деякі території держави виявилися під окупацією російського агресора.

Усі ми, сучасні люди, є «цифровими громадянами», що означає, що цифрові технології стали невід'ємним атрибутом нашого повсякденного життя. Кожен з нас користується, мінімум, одним телефоном стільникового зв'язку. А якщо телефонів два і більше, і кожен з них має свою зарядку? Так, у січні 2021 року, частка користувачів Інтернету в загальній чисельності населення України (43,6 млн осіб) становить 29,47 млн. індивідуальних користувачів; при цьому загальний рівень проникнення інтернету становить 67,6%» [3].

Телефони, що вийшли з ладу, із зарядними пристроями підлягають утилізації, а це означає, що в довкілля постійно викидаються шкідливі речовини. Щоб зменшити обсяг викиду шкідливих речовин, пропоную виробникам мобільного зв'язку подумати про виробництво так званої універсальної зарядки, яка підходитиме будь-якій моделі телефону. Ваш телефон зламався, і Ви придбали новий телефон. А ось нова зарядка Вам не потрібна.

Тому пропоную виробництво та продаж універсальних аксесуарів (для радіотехніки), що забезпечують комфорт для споживача та мінімізацію шкоди для довкілля. Універсальність аксесуарів сприятиме зниженню обсягу утилізації шкідливих матеріалів. Якби мене спитали, який принцип такого виробництва? Я б відповів: наші зарядки - максимум Вашого комфорту та еко-безпеки.

Комерційною метою такого виробництва могло б стати забезпечення прибутка компаніїї за рахунок продажу універсальних аксесуарів (однакових зарядок для усіх пристроїв) для радіоелектроніки. Можна сказати, що такому виробництву вдалося б «вбити двох зайців» - економічне зростання виробництва за рахунок турботи про навколишнє середовище, а значить, зробити свій внесок у розвиток «зеленої економіки».

З метою розвитку «зеленої економіки» в Україні необхідно розробити ефективну стратегію, яка має запропонувати підходи до вирішення проблем, з якими стикається дана сфера. Це такі проблеми, наприклад, як використання природних копалин та ресурсів, охорона навколишнього середовища, відсутності фінансування даного напряму тощо. Успіх реалізації такої стратегії залежить від того, наскільки вдасться гармонізувати екологічні, економічні та соціальні фактори розвитку країни, від яких залежить економічне зростання, поліпшення якості життя людей.

Ефективність екологічної політики залежить від дій держави, роль якої у цьому процесі є ключовою. Державна політика у сфері «зеленої економіки» має спиратися на систему покарань (правові санкції) та заохочення (стимули для виробників). Практика показала, що найефективнішими є методи економічного регулювання: розподіл квот, мотивування розвитку екологічно відповідального бізнесу, зниження податків тощо. Усі програми економічного, соціального, технологічного розвитку суспільства повинні включати, як обов'язковий, екологічний компонент.

Список використаних джерел

1) Сич К.О., Бугайчук В.В., Грабчук І.Ф. Тенденції та перспективи розвитку зеленої економіки в Україні. *Економіка та суспільство*. Вип. 30. 2021 р. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/648/623/).

2) Корольчук Л. П. «Зелена» економіка як національна стратегія сучасної держави. *Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку* : III Міжнародна науково-практична конференція. 20 вересня 2021 р., Україна, м. Одеса, ОНПУ. С. 85-87. URL: https://economics.net.ua/wp-content/uploads/2021/10/ТИТУЛ.pdf. (Доступно на 10.09.2023).

3) Freedom on the net 2021. Ukraine. *Freedom house* : веб-сайт. 2021 URL: https://freedomhouse.org/uk/country/ukraine/freedom-net/2021. (Доступно на 10.09.2023).

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 4

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА: ВИБІР ПОСЕРЕДНИКІВ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ НЕПОВНОЇ ВИЗНАЧЕНОСТІ І РИЗИКУ

С.М. Ілляшенко, доктор економічних наук, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(м. Харків, Україна)
доктор хабілітований, професор
Економіко-гуманітарний університет
(м. Бєльсько-Бяла, Польща)
Ю.С. Шипуліна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(м. Харків, Україна)

Ефективність системи розподілу продукції (розподільча логістика) в значні мірі визначається обґрунтованістю вибору посередників на обраних цільових ринках (вітчизняних чи зарубіжних): дистриб'юторів, оптових і роздрібних торговців, складських і транспортних господарств тощо. Існуючі підходи передбачають багатофакторну оцінку альтернативних варіантів і вибір кращого за запропонованим комплексом показників. Проте сучасна економіка характеризується перманентною нестабільністю умов зовнішнього макро- і мікросередовища, відповідно, оцінювання альтернатив необхідно вести умовах неточної, неповної, суперечливої інформації, тобто в умовах неповної визначеності і спричиненого нею ризику, які слід обов'язково ураховувати. Відповідно, постає завдання удосконалення методичних підходів до оцінювання і вибору перспективних посередників з урахуванням факторів неповної визначеності і ризику.

Враховуючи викладене запропоновано підхід, який дозволяє вести оцінювання альтернатив і вибір перспективних посередників на конкретних цільових ринках в умовах нечіткої оцінки окремих показників. Основні етапи зазначеного підходу передбачають виконання наступних процедур:

- окреслення типів посередників, а також кола можливих альтернатив для кожного типу, які сприяють ефективному доведенню продукції до споживачів. Здійснюється виходячи з мети формування системи розподілу на аналізованому цільовому ринку і задач, які вона вирішує;
- визначення для кожного типу посередників оціночних показників і їх вагомості. Зокрема, для оптових торговців оціночними показниками можуть бути: імідж; обсяги роботи; досвід роботи у галузі; фінансовий стан; матеріальна база (площі, обладнання тощо); кадрове забезпечення; розташування відносно товаровиробника і ринку збуту, транспортних магістралей та вузлів і т.п.;
- оцінювання альтернативних варіантів (для кожного типу посередників): окремо за кожним з оціночних показників і усім їх комплексом (комплексна оцінка). Експерти (провідні фахівці і менеджери товаровиробника, а також особи запрошені зі сторони) оцінюють рівень відповідності кожного з аналізованих посередників (за окремими показниками) головній меті – ефективному доведенню продукції до споживачів. Для оцінювання запропоновано використовувати шкалу Харрінгтона [1]: 0,0-0,2 – практично не відповідає; 0,2-0,37 – низький рівень відповідності; 0,37-0,63 – середній рівень; 0,63-0,8 – високий рівень; 0,8-1,0 – практично повна відповідність. Комплексна оцінка кожного з посередників розраховується як середньозважена за вагомістю окремих показників. Узгодженість думок експертів перевіряють шляхом розрахунку коефіцієнта конкордації за відомими стандартними процедурами;
- аналіз рівня ризику, пов'язаного з можливою співпрацею з аналізованими посередниками. У залежності від величини комплексної оцінки, співпраця з посередниками пов'язана з певним рівнем ризику [2]: 0,0-0,2 – катастрофічний ризик; 0,2-0,37 – критичний ризик; 0,37-0,63 – підвищений ризик; 0,63-0,8 – мінімальний ризик; 0,8-1,0 – ризик практично

відсутній. Сутність зазначених видів ризику детально розкрита у наявній профільній літературі, зокрема у роботі [3];

− вибір кращих альтернатив і прийняття рішень про співпрацю з відібраними посередниками. Кращими є посередники з більшими значеннями комплексної оцінки. При цьому до співпраці залучають посередників з оцінкою мінімум 0,37-0,63 (як комплексною, так за окремими показниками). Проте більш бажаною є комплексна оцінка і оцінки за окремими показниками 0,63-0,8 і вище. Якщо всі варіанти посередника певного типу мають комплексні оцінки нижчі за 0,37-0,63, то шукають інших посередників, після чого проводять повторний аналіз за описаними процедурами. Якщо комплексна оцінка є задовільною, але оцінка за 1-2 показниками нижче мінімального рівня, то вивчають можливість аналізованого посередника забезпечити необхідний рівень відповідності. У випадку такої можливості приймають рішення про долучення посередника до системи розподілу. У протилежному випадку – його виключають з розгляду і шукають інших.

У ряді випадків даний підхід може застосуватися у поєднанні з методом сценаріїв. Це доцільно робити коли є достатньо висока імовірність швидкої зміни умов зовнішнього середовища, що може бути спричинено: соціально-економічною чи політичною нестабільністю; військовими діями; технологічним проривом, який ініціює зміну виробництв, галузей і ринку тощо. У цьому випадку аналіз за викладеними процедурами виконують для кожного з прогнозованих можливих сценаріїв розвитку подій, як мінімум: номінального, песимістичного і оптимістичного. Комплексні оцінки посередників, розраховані для виділених сценаріїв, узагальнюють шляхом розрахунку їх середньозважених за імовірностями сценаріїв значень. Рішення про вибір перспективних варіантів приймають аналогічно викладеному вище.

Запропонований підхід може бути застосований не лише у розподільчій логістиці підприємства-товаровиробника, але і у інших видах логістики, зокрема, у логістиці постачання: для аналізу і вибору постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих тощо. У більш широкому сенсі його можна застосувати для підвищення обґрунтованості вибору економічних контрагентів підприємства чи установи (партнерів для ділового співробітництва).

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що запропонований підхід дозволяє підвищити точність аналізу і відповідно ефективність формування системи розподілу продукції (розподільчої логістики) підприємства-товаровиробника в умовах неповної визначеності і ризику, зокрема, в частині обґрунтованого вибору збутових і торгівельних посередників.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на уточнення складу і вагомостей системи оціночних показників економічних контрагентів, що входять до логістичної системи підприємств-товаровиробників. Це дозволить удосконалити інформаційно-аналітичну базу для обґрунтованого управління за формалізованими процедурами процесами формування логістичної системи підприємства.

Список використаних джерел

1) Harrington, E. C. (1965). The Desirability Function. *Industrial Quality Control.* P. 494–498.

2) Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 3 (13 (111)), 31–46.

3) Ілляшенко С.М. Економічний ризик : Навчальний посібник. 2-ге вид., доп. пере-роб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 220 с.

РОЗВИТОК МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГУ-МІКС З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О.П. Перерва, здобувач PhD
Національний технічний університет «ХПІ»
(м. Харків, Україна)

Розвиток практичних моделей маркетингу – від часів товарної концепції до часів людських відносин – відтворює той факт, що в нинішніх умовах радикальних змін, крім детального дослідження цільового ринку, перспективного та поточного планування маркетингу, стимулювання та підтримку збуту, на кожному підприємстві з'являється і займає пріоритетне місце задача взаємодії з своїми споживачами в рамках всього комплексу маркетингу. Таке положення передбачає орієнтованість маркетингової програми підприємства на встановлення перспективних, конструктивних, мотивованих відносин з потенційними споживачами та розвиток класичної моделі маркетингу «4Р» [13] іншими інструментами, які в більш повній мірі враховують особисті потреби та нужди споживача.

Дослідженню проблем розвитку, удосконаленню базових методологічних та теоретичних основ маркетингу присвячено дуже багато досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених [1-12]. Особливого розгляду заслуговують наукові дослідження іноземних науковців, які досліджують проблеми комплексу маркетингу – Ф. Котлера, Х. Мефферта, Г. Стюарта, М. Портера, Р. Клюітта, Р.Лаутборна, Дж. Маккарт, С.Чекітана та ін. Велику увагу розвитку методичних засад маркетингової теорії приділяють українські вчені О.Біловодська, С.Ілляшенко, Т.Кобєлєва, П.Перерва, Д.Райко, М.Окландер, С.Ковальчук, О.Косенко, О.Маслак, Т.Романчик, Ю.Шипуліна. Не знижуючи важливості та актуальності існуючих наукових досліджень, відмітисмо, що деякі проблеми залишилось розкритими не в повній мірі. Зокрема, нагально потребує свого розвитку та вдосконалення традиційна модель маркетингу-мікс «4Р». Виходячи з цього, мету доповіді складають результати дослідження передумов створення та використання сучасних моделей «комплексу маркетингу-мікс», визначення еволюції розвитку моделей маркетингу, які в цей час використовуються для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності промислових підприємств нашої країни.

Як свідчать результати багатьох досліджень провідних дослідників в світі [1, 2, 4, 7] модель маркетинг «4Р», автор якої був Джеррі Маккарті, в певній мірі застаріла, так як вона створювалася в іншому економічному середовищі і вже не відповідає реальним потребам маркетологів. Надзвичайно висока конкуренція за гроші і розум споживачів, що ведеться не тільки при безпосередньому продажу товару, але і у всіх засобах масової інформації, вимагає більш широкої гами різновидів моделей маркетингу, особливо таких, які безпосередньо орієнтовані на споживача.

Модель маркетингу 4А, розроблена Брайаном Норрісом, акцентує увагу маркетолога на основних критеріях, якими керується споживач при виборі продукту, тобто на чотирьох факторах, які передують покупці [1, 2]: обізнаності, прийнятності, доступності, простоті придбання (рис.1).

Пам'ятаючи про всі чотири «А» цієї моделі маркетингу, фахівець-маркетолог повинен працювати над тим, щоб: споживач знав про товар; який повинен бути прийнятним за всіма характеристиками (ціна, якість, спосіб життя і таке ін. для цього споживача; щоб він був доступний споживачеві; щоб споживач не мав ніяких негативних проблем в процесі покупки.

Ефективність використання моделі маркетингу 4А може бути забезпечена чотирма важливими етапами в діях служби маркетингу підприємства, що дозволить цій моделі більш точно сформулювати каталізатори, що призводить до збільшення продажів і прибутку [1-12]:

– етап №1 – орієнтація маркетингової програми на цільовий ринок і проведення його більш детальної сегментації (мікросегментації). Це допоможе в більшій мірі скоротити маркетингові бюджети, визначити рушійні запити споживачів, їх емоційні та логічні потреби, особливості традиції і психологічні моменти;

– етап №2 - залучення уваги (після того, як вже визначені основні потенційні покупці товарів / послуг, потрібно докласти творчих зусиль для завоювання і утримання уваги виявленої цільової аудиторії);

– етап №3 – для прийняття товару споживачами рекомендується використовувати такі інструменти, як дизайн, соціальні медіа, психологія та повторення, щоб спонукати бажану аудиторію вирішити, що продукт, який ви пропонується найкращий для них;

– етап 4 – формуванні конкретної дії споживача, тобто допомога сформувати рішення потенційного покупця / споживача таким, яким воно має бути для даного підприємства: щоб споживачі придбали цей товар / послугу, а потім купували його знову і знову. Слід не забувати створювати умови, в якому вже залучені споживачі передадуть свій позитивний досвід використання продукції іншим, ще в даний час потенційним споживачам.

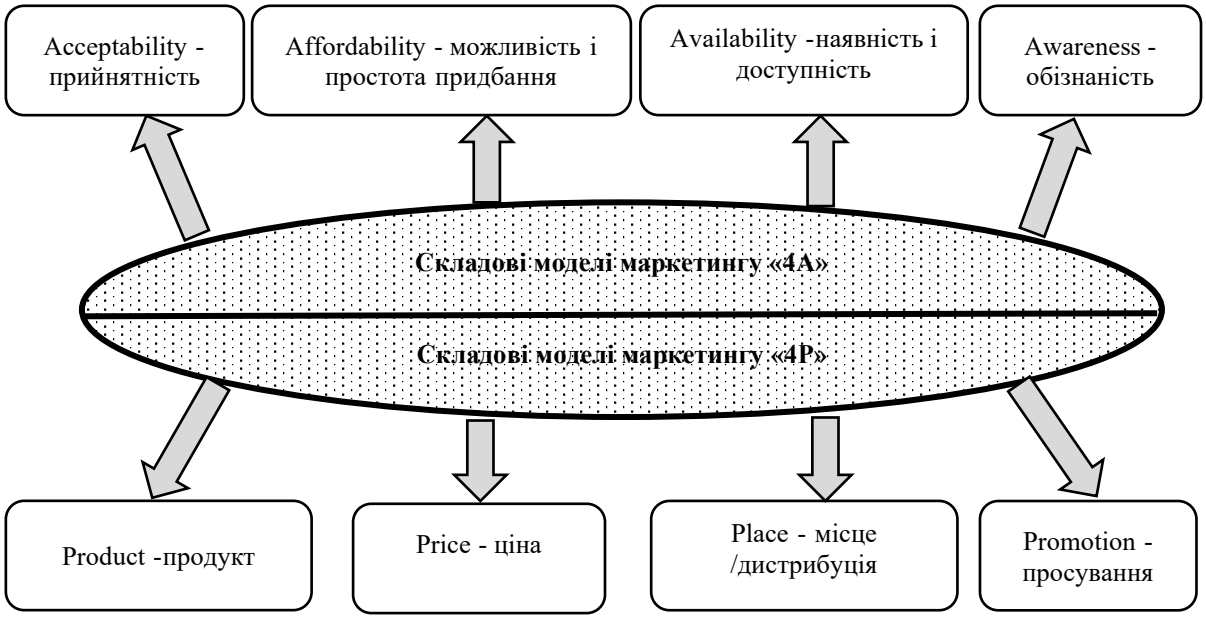

Рисунок 1 – Порівняння складових традиційної моделі «4P» та моделі «4A»

Модель маркетинг-міксу 4C була запропонована в 1990 році професором університету Північної Кароліни Бобом Лотеборном, який офіційно вважається її автором. Основні (базові) відмінності цієї моделі від традиційної моделі 4P відтворена на рис.2.

З представлених на рис.2 даних слідує, що модель «4P» – це комплекс маркетингу підприємства, з урахуванням можливих дій у відповідь споживачам, вона покликана збалансувати зусилля підприємства-виробника щодо створення правильного товару у потрібний час та у потрібному місці. В свою чергу модель «4C» відтворює дії споживачів і, заснований на них, комплекс маркетингу підприємства. Концепція моделі «4C» полягає в тому, що чим краще підприємство вивчила свого споживача, тим краще воно може узгодити свої маркетингові стратегії. Оскільки саме споживачі формують модель маркетингу підприємства, маркетингова модель 4C робить їх основним фокусом. На відміну від масового маркетингу традиційної моделі маркетингу «4P», модель маркетингу «4C» націлена на прямий, нішевий маркетинг.

В моделі «4C» відтворено відносно новий підхід до маркетингу, який в певній мірі зміщує акцент із виробника та продукту на споживача та його потреби. Дійсно аналізуючи методологію цієї моделі маркетингу, можемо стверджувати, що підприємство повинне представляти на ринок лише той товар, який задовольняє попит споживачів. Тому маркетологи повинні ретельно вивчати їх нужди та потреби споживачів (складова «потреби споживачів - customer needs). Що стосується витрат споживача (складова «consumer cost - витрати споживача», то модель стверджує, що ціна - це ще далеко не все, що оплачує споживач при купівлі товару.

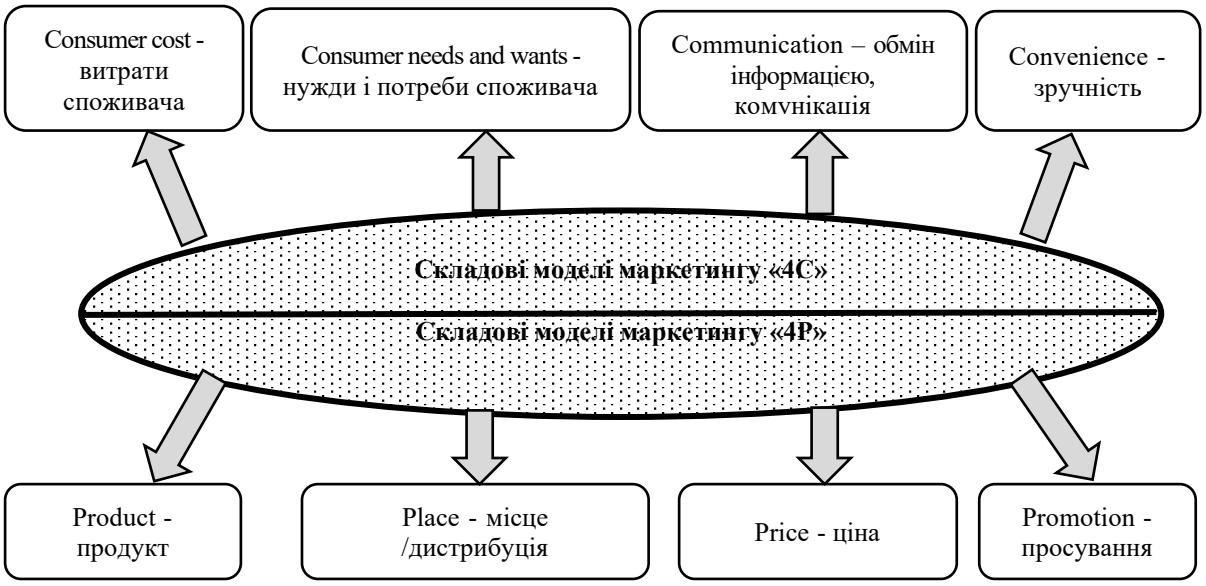

Рисунок 2 – Порівняння складових традиційної моделі «4Р» та моделі «4С»

Приховані виробником недоліки, незручність користування і таке інше складає частину витрат володіння товаром, які в підсумку оплачує споживач. Цінність продукту для споживача відтворюється не тільки номінальною ціною, а і у його ціні визначається не тільки виробничими витратами, а і упаковкою, логістикою і таке ін. Наприклад, цінність товару для споживача зменшується, якщо за ним треба їхати в інший кінець міста, витрачати час для вивчення інструкції до товару і таке ін.

Дуже важливо, щоб продукт був легко доступним для споживачів (складова «зручність -convenience). Тому маркетологи повинні стратегічно правильно розміщувати свої товари. Минули ті часи, коли споживач (покупець) мав сам прийти за товаром, тому конче необхідно передбачити можливість простого замовлення безпосередньо з підприємства, з дому, оперативну доставку, обізнану службу підтримки тощо.

Сучасний маркетинг стверджує, що «просування» в моделі 4Р - це маніпуляція, тоді як «спілкування» в моделі «4с» - це спільна діяльність (складова «communication – обмін інформацією, комунікація»). Маркетологам слід прагнути до створення відкритого, двостороннього діалогу з потенційними споживачами, що базується на їхніх бажаннях та потребах.

Польський дослідник маркетингу з Краківської економічної академії Шромнік А. у 2004 р. розробив і запропонував для широко вжитку цікаву модель маркетингу «4D». Ця модель базується на маркетингу партнерських відносин, відтворює нові сторони маркетингу, пропонує науковцям і практикам нове розуміння інструментів маркетингу. Згідно цієї моделі, на заміну традиційній моделі «4Р» пропонуються зовсім нові складові маркетинг-мікс (рис.3).

У 2004 р. польським професором Анджей Шромнік запропоновано концепцію «4D». Ця концепція ґрунтується на партнерському маркетингу, демонструє нові площини маркетингової діяльності та пропонує нове розуміння його інструментів.

Успіх на ринку користувачам моделі маркетингу «4D» гарантують її складові. Зокрема, стратегічним напрямком маркетингових програм промислових підприємств представляється створення управлінських баз даних з даними про споживачів (складова «Data base management - управління базами даних споживачів»). Це дозволяє здійснювати дослідження маркетингу з ціллю проведення контролюючих заходів, опікування реальними споживачами та визначення потенційних споживачів. Складова «design Strategic - стратегічний дизайн» відтворює перспективний напрямок маркетингових заходів підприємства, надає можливості визначити пріоритетний вплив служби маркетингу на психологічний та інноваційний стан споживачів при формування ними рішення про придбання товару. Складова прямого маркетингу (direct

marketing) вже багато часу є важливим маркетинговим інструментом, в моделі «4D» їй відводиться роль по деталізації складової «promotion» маркетингової моделі «4P». Забезпечення найбільш значущих конкурентних переваг підприємства та його продукції (з допомогою визначення за всіма основними критеріями ринкового положення даного товару по відношенню до конкуруючого товару) досягається з використанням складової – «диференціація», («differentiation»), яка ще і відтворює вимоги до найбільш ефективної маркетингової програми.

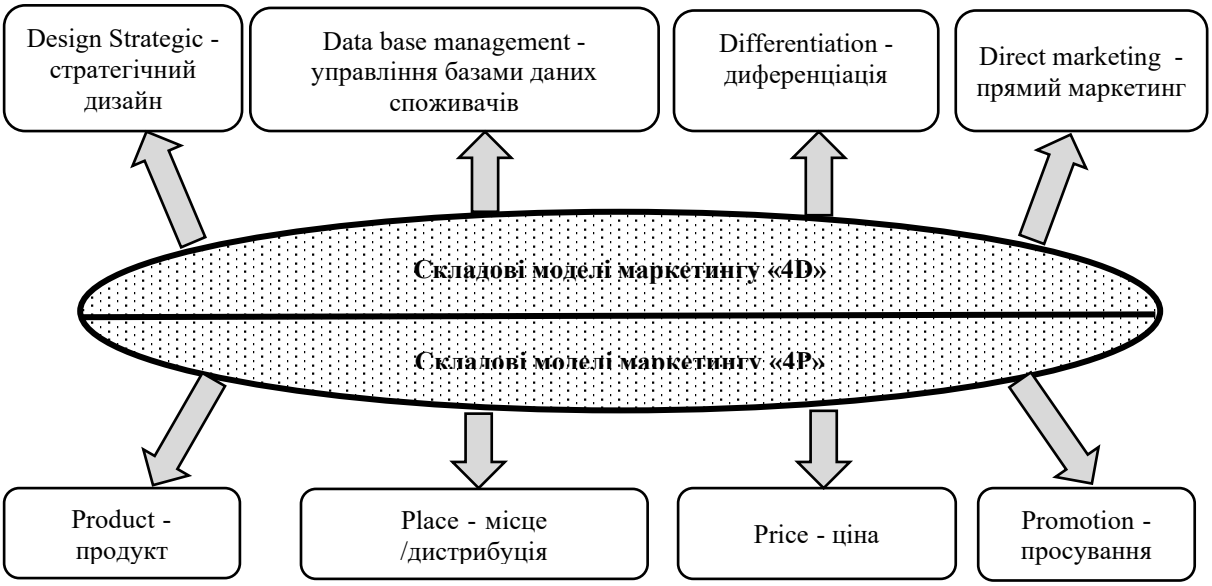

Рисунок 3 – Порівняння складових традиційної моделі «4P» та моделі «4D»

Немає сумнівів в тому, що маркетингова модель «4D» є в достатній мірі своєчасною та важливою. Разом з тим, зазначимо, що, на наш погляд, модель «4D» не рекомендується визначати в якості класичної маркетингової моделі, так як використання її складових окремо від моделі «4P» дозволяє здійснювати вплив не на споживачів, а на інші маркетингові суб'єкти з метою досягнення поставлених цілей. Тому пропонується маркетингову модель «4D» сприймати як певне доповнення до базових моделей маркетингу, що, на нашу думку, буде сприяти встановленню в певній мірі більшого і більш значущого зворотного зв'язку в ланцюгу «виробник- споживач».

В останній час все більше науковців схиляються до думки, що традиційні моделі маркетинг-мікс не відповідають сучасній ситуації, коли маркетологи відходять на другий план, а споживачі беруть повну владу [3-12]. У середовищі, де довіра клієнтів, час вибору продукту та рівень уваги аудиторії продовжують падати, а кількість нових продуктів та інформаційний шум продовжують зростати, саме клієнти беруть контроль. Сучасний ринок не схожий ні на що раніше в історії людства. Наприклад, електронна комерція дозволяє будь-кому замовляти практично будь-що з будь-якої точки світу за допомогою віртуальної валюти. Часто за допомогою віртуального помічника, який персоналізує свої рекомендації так, щоб шлях до покупки кожної людини був унікальним. У цю нову епоху традиційні маркетингові парадигми, такі як модель «4P» маркетингу, також зазнають трансформації. В цьому плані заслуговує уваги в певній мірі нова модель маркетинг «4E», концепція якої передбачає створити новий набір маркетингової суміші та позбутися баласту моделі «4P», яка в багатьох випадках вже не відповідає реальності (рис.4).

Теоретики маркетингу визнають, що модель маркетинг-мікс «4E» черпає свою основну мудрість із відомої мнемоніки моделі «4P» у сучасній теорії маркетингу. Однак на старому ринку маркетинг підприємства повинен був зосередитися на збалансуванні своїх продуктів, ціни, діяльності з просування та розміщення (тобто там, де продукти доступні) відповідно до їхньої сегментації. Таким чином, лояльність споживачів була довгостроковою, диференціація

була різкою, а еволюція продукту була повільнішою. З іншого боку, концепція «4E» відображає те, що сьогоднішній споживач справді є королем, і кожна його подорож до покупки повинна бути оригінальною.

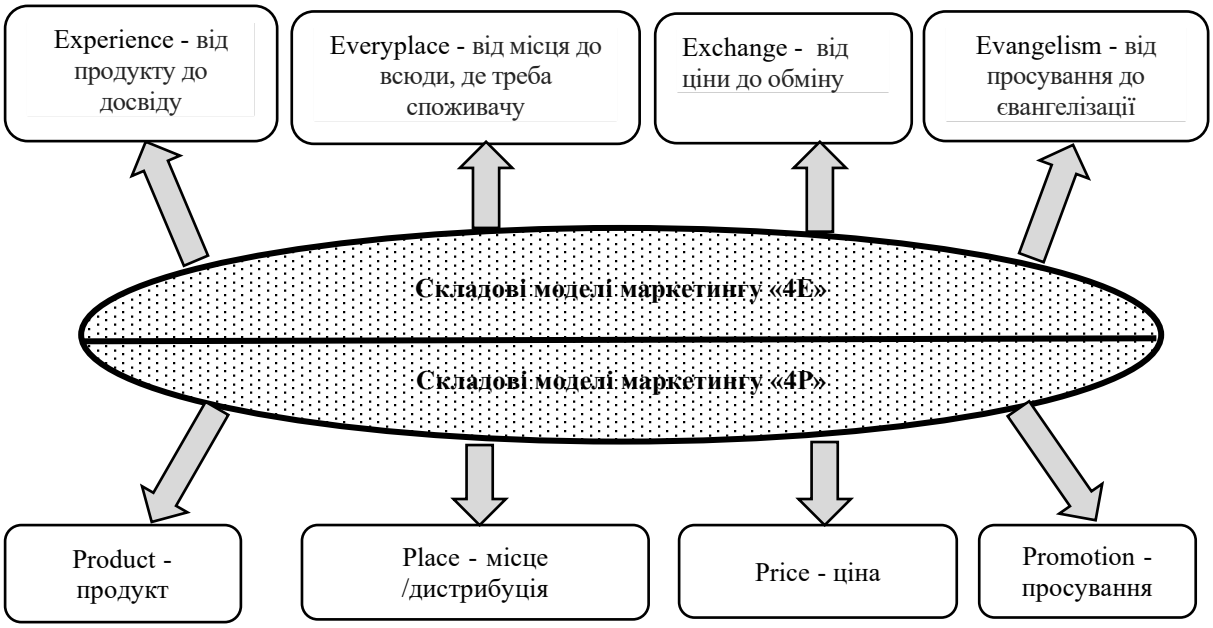

Рисунок 4 – Порівняння складових традиційної моделі «4P» та моделі «4E»

Теоретико-методологічна сутність моделі «4E» базується на тому, що сучасні споживачі при пошуку необхідного їм продукту все більше уваги звертають на супутні фактори. Чим на сам продукт. покупці шукають більше факторів, ніж сам продукт. Однієї доброї кави вже недостатньо, клієнти враховували обслуговування, архітектурний дизайн кафе, зручність сидінь, аромат і навіть усмішку співробітника. Це все досвід (складова «experience - від продукту до досвіду»), тому потрібно глибше зазирнути в свідомість клієнтів і відповідно представити продукт з урахуванням найкращого досвіду.

Змагання за найнижчу ціну в цей час створює для виробника певні проблеми. Продукт з найнижчою ціною є найпростішим стимулом для споживачів його купувати, але це не надовго, особливо якщо виробник жертвує обслуговуванням або якістю продукту заради найнижчої ціни. В моделі «4E»проводиться обмін цінностями (складова «exchange - від ціни до обміну», тому необхідно подумати про весь шлях споживача від формування потреби до практичного використання продукту та встановити ціну за ту цінність, яка пропонується споживачу і відтворює вартість не лише фізичного продукту. У сучасному інформаційному просторі споживачі в більшій мірі цінують загальне задоволення та відгуки. Якщо їх задовольнити і надати хороші відгуки, то тоді продажі будуть необхідного обсягу і без низької ціни, буде достатня кількість лояльних клієнтів, оскільки вони цінувати цінність даного продукту.

Модель «4E» стверджує, що фізичне розташування продукту в сучасному періоді вже не є ключовим, так як продукт має бути скрізь, щойно споживачі згадують про нього, вони повинні мати можливість його придбати (складова «everyplace – від місця до всюди, де треба споживачу»). Це складне завдання для маркетологів, щоб його успішно реалізувати. Потрібно добре дослідити поведінку споживачів і представити необхідний їм продукт у той час, коли вони цього хочуть, здійснити продаж і доставити продукт у обіцяний час.

Перш ніж перейти до маркетингових речей останньої складової моделі «4E», необхідно пояснити сутність євангелізму. Словник визначає просування як «підтримку або заохочення справи», а євангелізацію як «ревну підтримку». Таке перетворення простого заохочення або підтримки товару (бренду) на перетворення особистої місії переконати інших людей у тому, що підтримка бренду є гарною ідеєю, буде найбільшим успіхом, на який може сподіватися

будь-який виробник. Це саме те, що остання складова моделі «4Е» пропонує спробувати зробити (складова «evangelism – від просування до євангелізації»). Євангелізатор або проповідник конкретного товару – це людина, яка настільки палко вірить у цей продукт чи послугу, що агресивно проповідує його і просуває його іншим ще потенційним споживачам. На завершення відмітимо, що сучасні моделі маркетинг-міксу повинні бути в певній мірі гнучкими, активно реагувати на наявні зміни на цільовому ринку та гнучко адаптуватися до них. Тому еволюція традиційної концепції маркетингу «4Р» є базовим напрямом сучасного розвитку моделей маркетинг-мікс. Розвиток теоретичних концепцій маркетингу зумовлений наявною необхідністю, актуальністю та створенням такого актуального переліку інструментів маркетинг-міксу, який би в максимальній мірі забезпечував би ефективність конкурентних переваг промислових підприємств, споживчу цінність, унікальність використання для цільового споживача у довгостроковому періоді.

Зміна наявних підходів до завдань розробки моделей маркетинг-мікс, на наш погляд, буде здійснюватися з акцентуванням і посиленням уваги в сторону споживача, вироблення не товарів (продуктів, послуг), а цінностей та різкого посилення рівня комунікацій між підприємством-розробником та його споживачем. У перспективі саме комунікаційна політика буде формувати головну роль при розподілу конкурентних сил на цільових для підприємства ринках. Тому підприємствам-виробникам продукції вже в цей час слід підходити до формування моделей маркетинг-мікс на засадах комунікаційної політики.

Список використаних джерел

1) Chekitan S. Schultz In the Mix: A Customer-Focused Approach Can Bring the Current Marke- tin Mix into the 21st Century. Marketing Management. 2005. № 14(1). Pp. 16-22.

2) Lauterborn R. New Marketing Litany: 4P Passes, C-Words Take Over. Advertising Age, October 1. 1990. Pp. 26.

3) McCarthy E.J. Basic Marketing: A Managerial Approach. Home Wood. IL: Irvin, 1960. 392 p.

4) Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.

5) Kobielieva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation. Marketing and Management of Innovations. №4. С.67-74.

6) Kobielieva T.O, Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. Marketing and Management of Innovations. №3. С.79-86.

7) Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise. Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард–2017»: тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. С. 54-57.

8) Фомішина В.М., Федорова Н.Є. Трансформація складових класичного «комплексу маркетингу підприємства» у сучасний «комплекс маркетингу споживача». Науковий вісник НЛТУ України. 2015. Вип. 25.2. С. 288-293. http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2015_25.

9) Kotler Philip, Armstrong Gary. Principles of marketing. global edition. Pearson Prentice Hall, 14th ed. 2012.

10) Cova Bernard, Dalli Daniele. Working consumers: the next step in marketing theory? Marketing Theory. 2009. Vol. 9, issue. 3. P. 315-339,

11) Agic, E., Cinjarevic, M., Kurtovic, E., Cicic, M. Strategic marketing patterns and performance implications, European Journal of Marketing. 2016. №50 (12). P. 2216-2248.

12) Cortez Roberto Mora, Johnston Wesley J. Needed B2B marketing capabilities: Insights from the USA and emerging Latin America. International Business Review. 2018. №27 (3). P. 594-609.

13) Комплекс маркетингу «4Р». URL: http://sales-doc.org.ua.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ

Т.І. Адирова, старший викладач кафедри менеджменту
Л.О. Красіловська, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Вже понад півтора року ми живемо в умовах повномасштабного вторгнення. Окрім значних руйнувань та величезних людських втрат, російська агресія призвела й до значних проблем в економіці. Тому постає необхідність ефективного управління суб'єктами господарювання задля відновлення та розвитку економіки країни, що є вкрай необхідно в умовах війни. Кожне підприємство, яке бажає досягти успіху, має сформувати таку систему управління, яка могла б забезпечити стабільну діяльність та стійке положення на ринку. Тут зауважимо, що без стратегічного управління, шанси на успіх дуже малі. Тобто розуміємо, що від ефективності стратегічного управління на підприємстві значною мірою залежить його нормальна діяльність в цілому.

Єдиного тлумачення поняття «стратегічного управління» немає, але дослідивши різні підходи, можемо сказати, що стратегічне управління – це різновид управлінської діяльності, що має забезпечити створення й дотримання стратегічної відповідності між визначеними цілями організації та її потенціалом, ресурсами та можливостями зовнішнього середовища. Це дасть змогу підприємству підвищувати конкурентоспроможність, стабільно функціонувати в довгостроковій перспективі та досягати встановлених цілей.

Стратегічне управління включає в себе 5 взаємозалежних процесів: визначення місії та цілей; діагностика внутрішнього та зовнішнього середовища; вибір стратегії; виконання стратегії; оцінка і контроль реалізації стратегії [1-3].

Тут насамперед, важливо дотримуватись кожного етапу, адже ігнорування будь-якого з них призведе до порушення цілісності систем та проблем в організації. Так нехтування стратегічним управлінням часто призводить до того, що програму діяльності організації будують на основі аналізу лише внутрішнього середовища, при цьому вважається, що зовнішнє середовище не змінюється. Це абсолютно неправильний підхід, адже таким чином підприємство не буде готовим до потреб споживачів та викликів навколишнього середовища.

Тому стратегічний менеджмент підприємств є необхідним в наш час, а отже потрібно розглянути ключові аспекти та особливості стратегічного управління зокрема і під час війни.

До 24 лютого багато українських підприємств мали сформовану систему стратегічного менеджменту, успішно функціонували та проводили свою діяльність відповідно до наміченої раніше стратегії розвитку. Проте після повномасштабного вторгнення намічені раніше плани втратили свою актуальність та реалістичність втілення. А тому постала потреба швидкої адаптації до нових реалій життя. Деякі впоралися із новими викликами самостійно, деякі підприємства скористалися можливістю релокації бізнесу. Так, за словами заступниці Міністра економіки Тетяни Бережної, станом на початок березня 2023 року, урядовою програмою релокації скористалися понад 800 підприємств, серед яких 623 швидко пристосувалися до нових умов і успішно працюють [2].

Необхідність забезпечити стабільне функціонування як економіки в цілому, так і окремих підприємств, стимулює до розвитку стратегічного управління, основним завдання якого є прийняття обґрунтованих управлінських рішень, заснованих на порівнянні власних ресурсів із зовнішніми загрозами та можливостями. А отже на підприємствах також здійснюється стратегічне управління, яке під час війни набуло певних особливостей. Так, якщо розглядати зміни, відповідно до вищезгаданих 5 етапів, то зазначимо наступне:

1) При визначенні місії та цілей під час війни підприємства стали дедалі частіше включати сюди певні соціальні ініціативи та принципи сталого розвитку. Так, наприклад, однією з цілей підприємства може стати підтримка армії чи допомога постраждалим від війни.

2) На етапі діагностики внутрішнього та зовнішнього середовища війна також внесла багато корективів. Так, наприклад, при аналізі внутрішнього середовища можемо виявити зміни в структурі висококваліфікованого персоналу, що пов'язано з мобілізацією до лав ЗСУ.

3) Що стосується зовнішнього середовища, то ситуація також складна. Можна розглянути на прикладі аграрного бізнесу. Підприємства здійснили посівну кампанію в умовах великого ризику постійних ракетних обстрілів, а зараз опинились заручниками ситуації з «зерновим коридором». Тобто не можуть експортувати зерно з чорноморських портів, після того, як рф заявила про припинення угоди. При цьому росія продовжує нищити порти та склади зерна. І цю ситуацію підприємства ніби й могли передбачити, але кардинально вплинути на неї неможливо.

4) Стосовно вибору стратегії, то надзвичайно важливо сформувати гнучку стратегію, яка дозволила б швидко пристосовуватись до нових умов та переключатися між напрямками діяльності. Зараз актуальним є перепрофілювання діяльності підприємств, тобто перехід на напрямки які зараз є більш затребуваними. Також можна мінімізувати ризики обравши стратегію диверсифікації виробництва.

5) На етапі реалізації стратегії вже можуть виникати проблеми пов'язані з загрозами зовнішнього середовища, в такому разі необхідною є швидка реакція. Потрібно максимально швидко орієнтуватись, адаптуватись та вносити відповідні корективи до стратегії.

6) Завершальний етап оцінки та контролю реалізації стратегії покликаний порівняти відповідність обраної стратегії та результатів роботи. Під час війни можливі значні відхилення результатів і це є цілком нормально, враховуючи умови в яких ми зараз знаходимося.

Тобто, можемо побачити, що війна призводить до певних змін у всіх процесах стратегічного управління.

Якщо розглянути особливості стратегічного управління в цілому, то побачимо, що:

По-перше, надзвичайно зросли рівень невизначеності та ризиків. На них важко, а іноді й неможливо впливати, тому потрібно максимально ефективно пристосовувати підприємство до можливих викликів.

По-друге, зросла потреба постійно оцінювати ситуацію і аналізувати її вплив на стратегію підприємства, щоб забезпечити максимальну життєздатність у складних умовах.

По-третє, пріоритетом має бути забезпечення безпеки працівників та активів. По можливості, перенесення підприємства з особливо небезпечних регіонів в більш безпечні місця, також інвестиції в захист від кібератак. І ще один момент, який ніби й очевидний, але варто ще раз підкреслити про необхідність забезпечення працівникам безперебійного доступу до укриття під час небезпеки.

Також, величезну увагу потрібно приділяти увагу комунікаціям, адже одне необережне висловлювання чи двозначна ситуація і репутація всієї компанії може піти на дно.

Зауважимо, що це далеко не всі, але основні загальні особливості, які стосуються стратегічного управління більшості підприємств.

Підсумовуючи, ще раз наголосимо на необхідності ефективного стратегічного управління підприємствами, враховуючи зміни та особливості, що виникли внаслідок збройної агресії рф проти України.

Список використаних джерел

1) Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.

2) Скільки підприємств релоковано за рік війни?. «Дебет-Кредит» - Бухгалтерські новини. URL: https://news.dtkt.ua/society/economics/82077-skilki-pidprijemstv-relokovano-za-rik-viini (дата звернення: 14.09.2023).

3) Prodius O.I. The inclusive development concept as a modern paradigm for intensification of implementation of innovations. *Three Seas Economic Journal.* 2020.1 (1), p. 60-65.

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

О.В. Боднар, доктор економічних наук, професор
О.В. Кельнер, здобувач вищої освіти
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

Поведінка споживачів відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства. А можливість впливу на поведінку споживача – є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Дослідження поведінки споживачів надає компаніям можливість розуміти потреби та побажання своїх клієнтів, що, відповідно, дозволяє створювати більш ефективні маркетингові стратегії та пропонувати товари та послуги, які задовільнять їхні потреби. Існує безпосередній зв'язок між споживачами та підприємством, який впливає на результати діяльності останнього [2].

Проте, на даний момент, гостро стоїть питання: чи, взагалі, українські підприємці зможуть продовжувати свою діяльність в умовах воєнного стану та підтримувати економіку держави.

Від початку повномасштабного вторгнення країни агресора на наші території було пошкоджено або зруйновано більше 120 підприємств та заводів, також у Міністерстві заявили, що 30 % підприємств взагалі припинили свою діяльність, а 45 % частково налагоджують робочий процес. Такі результати мають колосальні наслідки для економіки країни та величезний дефіцит у бюджеті країни [6, 7].

Український бізнес уже потроху відходить від шоку, який зазнав на початку вторгнення агресора і помалу відновлює свою діяльність, але все ж виникає питання: як зберегти конкурентоспроможність в умовах воєнного стану? Відповідь на це запитання досить проста – необхідно прикладати максимум зусиль для відновлення та стабілізації вітчизняної економіки.

Відповідно основним завданням менеджменту компаній є створення сприятливого середовища для клієнтів компанії, задля оптимізації функціонування компанії та отримання кращих фінансовий результатів.

Звичайно, що про повне відновлення українського бізнесу говорити ще надто рано. Проблеми з якими стикаються підприємці, навіть в умовно спокійних регіонах: підвищення цін, відтік персоналу, зниження купівельної спроможності населення, проблеми з логістикою та постачальниками, підвищення курсу валют – ще надто масштабні. Проте, як свідчать дані org.ua близько 80% підприємців зазначають, що не збираються припиняти свою діяльність, а навпаки підтримувати економіку країни в такий важкий час [1].

Також важливо зазначити, що поведінка споживачів змінюється з часом, особливо в період війни. Тому підприємствам потрібно постійно аналізувати ринок та вміти швидко адаптовуватись під зміни у поведінці споживачів, задля цього стратегія компанії має бути еластичною та готовою до швидких дій.

Існує багато факторів, які впливають на поведінку споживачів. Основні з них можна розділити на внутрішні та зовнішні фактори.

Внутрішні фактори, які впливають на поведінку споживача, включають:

1) Потреби та бажання – це основні мотиви, які визначають, що людина хоче купити та споживати.

2) Особистість – характеристики особистості, такі як вік, стать, освіта, соціальний статус, духовність та інші фактори, можуть впливати на вибір продуктів та послуг.

3) Ставлення до ризику – люди мають різні ставлення до ризику, тому цей фактор може впливати на їхні вирішення щодо покупок.

4) Мотивація – рівень мотивації може визначати, наскільки людина зацікавлена у купівлі певного продукту.

5) Стадія життєвого циклу – люди в різних стадіях життєвого циклу (наприклад, молодість, зрілість, похилий вік) можуть мати різні потреби та бажання.

Зовнішні фактори, які впливають на поведінку споживача, включають:

1) Культурні та соціальні фактори - культура, традиції, соціальні норми та цінності можуть впливати на те, що люди купують та споживають.

2) Економічні фактори – економічна стабільність, заробітна плата, рівень безробіття та інші економічні фактори можуть впливати на споживчі рішення.

3) Геополітичні фактори – ситуація в країні, політична стабільність, законодавство та правила регулювання впливають на ринок та споживчі рішення [3, 4].

Останній є, наразі, найвагомішим, відповідно компанії змушені підлаштовуватись під поточні зміни.

Наприклад, значна кількість великих підприємств у м. Тернополі, що займаються дистрибуцією різноманітної продукції та мають великі торгівельні площі та відвідуваність, стикнулися з проблемою роздавання повісток клієнтам. Це вплинуло, як і на кількість клієнтів та виручку, так і на психологічний стан працівників. Відповідно менеджменту компаній необхідно було вирішувати дану проблему, аби не втрачати клієнтів, не зменшувалась товарооборотність та виручка, вживати нестандартних заходів. Найкращим рішенням проблеми було – розширення інтернет-магазину компанії; полегшення процесу замовлення та доставки онлайн; збільшення реклами на різноманітних інтернет-ресурсах; оповіщення клієнтів про зручність та безпечність користування інтернет-магазином.

Таким чином компаніям вдалося утримати значну кількість клієнтів, не втратити високу товарооборотність, збільшити об'єми замовлень через інтернет-магазин та зберегти конкурентну позицію на ринку.

Отже, підприємства повинні ретельно вивчати ринок та потреби своїх клієнтів, вдосконалювати свою діяльність відповідно до виявлених потреб та пріоритетів споживачів, пристосовувати свої продукти та послуги до різних груп споживачів, зосереджуватися на задоволенні потреб та очікувань клієнтів, постійно вдосконалювати якість продуктів та послуг, залишатися конкурентоспроможними та забезпечувати якісне обслуговування клієнтів для привернення та утримання їх.

Крім того, підприємства повинні постійно вдосконалювати якість своїх продуктів та послуг, впроваджувати нові технології та інновації, щоб відповідати на змінні потреби споживачів та забезпечувати конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1) Барабаш Н.С., Ріпа Т.В. Конкурентоспроможність України у світовій економіці. Management of Socio-Economic Systems : колективна монографія. 2017. Vol. 1. С. 1-15.

2) Жук О.С., Пашкуда Т.В. Управління ефективністю праці на підприємстві в умовах війни. The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects : monogr.. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. С. 97-102.

3) Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2010). Consumer behavior. Pearson Education India.

4) Peter J.P., Olson J.C. (2010). Consumer behavior and marketing strategy (9th ed.). McGraw-Hill Education.

5) Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: https://rpr.org.ua/news/stan-ta-potreby-biznesu-v-umovakh-viyny-rezultaty-opytuvannia/

6) Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages-Report.docx.pdf

7) Рік війни у цифрах: кількість руйнувань, рекорди і суми репарацій. URL: https://rubryka.com/article/rik-vijny-u-tsyfrah/

ПЕРСПЕКТИВИ ЗБАЛАНСУВАННЯ СТРУКТУРИ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОЕТАПНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ

С.М. Остапчук, кандидат економічних наук
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
(м. Київ, Україна)

В країнах ЄС фермери та невеликі сільськогосподарські підприємства займають важливе місце в структурі аграрного бізнесу, їх розвиток є одним із пріоритетів державної аграрної політики. Субсидії, дотації, пільгове кредитування, протекціоніські заходи – формують потужні стимули для підтримки та розширення виробнитва сільськогосподарської продукції. В Україні деформація структури аграрного бізнесу, представленого переважно великими агрохолдингами, обумовлена обмеженим доступом фермерів і малих підприємст до джерел капіталу і, як наслідок, нездатністю конкурувати з великими виробниками. Певною мірою збалансувати структуру аграрного бізнесу мала б реалізована земельна реформа – відкриття ринку землі з переважним правом придбання цього активу фермерами.

Ще задовго до відкриття земельного ринку існували побоювання, що такий крок позбавить селян і малих сільськогосподарських товаровиробників найціннішого активу – земельних ділянок, які будуть скуплені за заниженими цінами іноземними інвесторами через підставних осіб. Зважаючи на цінність родючих українських чорноземів, такі побоювання були виправданими і опосередковано підштовхували законодавців до встановлення правил захисту селян і фермерів в умовах вільного ринку. Після довгих дискусій у 2020 році ухвалено Закон України № 552-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» [1], яким з 1 липня 2021 року було скасовано мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення, але з певними обмеженнями земельного ринку.

1) До 2024 року лише фізичні особи мають право набувати у приватну власність шляхом купівлі землі сільськогосподарського призначення, однак, не більше 100 га в розрахунку на одного власника.

2) З 2024 року аналогічне право отримають також юридичні особи, із обмеженням не більше 10 тис. га в розрахунку на одного власника.

3) Логічно, що цим законом закріплено переважне право орендарів на придбання земельної ділянки сільськогосподарського призначення, якою вони до цього часу користувалися. Цей пункт надає перевагу і стимул фермерам на придбання земельних масивів.

4) Чи допускати іноземців до земельного ринку в Україні – мають вирішити самі українці шляхом голосування на всеукраїнському референдумі.

5) З метою проведення прозорих продажів визначено, що сплата коштів за придбану земельну ділянку здійснюється лише у безготівковій формі.

6) Беручи до уваги можливість дисбалансу ринкового попиту і пропозиції, Законом визначено, що до 1 січня 2030 року ціна продажу земельних ділянок сільськогосподарського призначення, виділених в натурі (на місцевості) власникам земельних часток (паїв), не може бути меншою за їх нормативну грошову оцінку. Тобто встановлюється мінімальна ціна продажу, щоб уникнути масової скупівлі земельних наділів по занижених цінах.

7) В той же час, земельний ринок не можна вважати повноцінним, адже Законом встановлено заборону на продаж земель державної та комунальної власності. Отже, зберігається певна кількість земель так би мовити для потенційного продажу в майбутньому, коли ціна 1 га суттєво зросте після перерозподілу земельних прав. Такий період перепродажу земельних ділянок з метою отримання додаткового доходу, як свідчить практика інших країн [2], може тривати 3-5 років. Наразі, ринок землі в Україні вже відкритий понад 26 місяців, з яких більше 18 місяців функціонує в умовах повномасштабної війни. В той же час, ринкові транзакції продовжуються: купівля, продаж, передача в оренду – все це відбувається постійно, формуючи доходи як до бюджету країни, так і землевласникам.

Через кілька місяців розпочнеться другий етап реалізації земельної реформи – на ринок

зайдуть юридичні особи, і відповідно, максимальний обсяг землі, яку можна буде купити – становитиме до 10 тис. га. Беручи до уваги реалії військового стану, виникає логічне питання: чи були повністю досягнуті цілі першого етапу? Наскільки фермери реалізували своє право придбати землю і як війна позначилася на їхніх фінансових можливостях?

Почнімо з того, що площа сільськогосподарських земель щодо яких діяв мораторій на їх продаж становила 27,5 млн га. За оцінками представників Міністерства аграрної політики і продовольства України, за два роки дії земельного ринку було продано-куплено лише 1 відсоток із вищевказаної площі. Отже, ажіотажу із скупкою земель не відбулося. Найбільше операцій із землею в довоєнний період припало на Харківщину і центральні області.

На думку окремих експертів, «відкриття ринку землі в цілому позитивно вплинуло на сільськогосподарську галузь України, оскільки багато малих сільськогосподарських підприємств і фермерів після придбання землі почали вкладати інвестиції у довгострокові проєкти – вирощування садів, створення меліоративної системи, тваринництво. Адже маючи землю у власності підприємці можуть планувати свій бізнес на довгострокову перспективу» [3]. Ціль першого етапу відкриття земельного ринку – дати час і можливість малим підприємцям і фермерам купити ті земельні ділянки, як іє пріоритетними для них. По суті, такою є логіка законодавця, закладена в описані вище обмеження. Однак через війну, цей етап малих покупок не відбувся, а чисельність тих, хто все ж спромігся придбали землю є дуже малою.

Таким чином, 2023 рік позначився негативними тенденціями для аграріїв: поглибились проблеми з експортом зернових та інших культур, низькі ціни на агропродукцію, втрата частини оброблюваних земель через воєнні дії. Як наслідок, фермери опинились в кризовій ситуації, коли для них придбання землі через необхідність великих капіталовкадень точно не на часі. На наш погляд, реалізацію другого етапу відкриття земельного ринку слід відкласти, адже як було зазначено, на це є об'єктивні причини. Доцільно надати фермерам та малим підприємцям ще 5-8 років на придбання землі, сформувати умови залучення ними дешевих кредитів. Очікується, що за сприятливих умов протягом цього часу ринок сформує малий і середній бізнес на селі, збалансувавши структуру аграрного бізнесу в Україні. Погоджуємося з іншими дослідниками [5], що «важливо продовжувати обговорення та постійно вдосконалювати механізми реалізації земельної реформи для досягнення максимальної користі для економіки та суспільства в цілому». Якщо ж уряд своєчасно не внесе зміни у прийняту на сьогодні модель поетапного відкриття ринку землі, структура аграрного бізнесу буде ще більше деформована, адже по суті малий фермер лишиться осторонь ринкової конкуренції, як то кажуть, ні з чим: без фінансів і без землі.

Список використаних джерел

1) Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення: Закон України від 31.03.2020 р. № 552-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20

2) Бородін С. Відповідальні інвестиції у землеволодіння та землекористування в Україні: міжнародна практика регулювання. Облік і фінанси. 2021. № 4(94). С.62-70. DOI https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-4(94)-62-70

3) Ржеутська Л. Ринок землі в Україні: жодного ажіотажу попри побоювання. Deutsche Welle : веб-сайт. 07.07.2023. URL: https://www.dw.com/uk/dva-roki-rinku-zemli-v-ukraini-masovogo-skupovuvanna-dilanok-ne-vidbulosa/a-66141699

4) Два роки ринку землі в Україні – досягнення та провали і як його змінили війна. AgroPolit. 27.06.2023. URL: https://agropolit.com/spetsproekty/1018-dva-roki-rinku-zemli-v-ukrayini--dosyagnennya-ta-provali-i-yak-yogo-zminili-viyna

5) Яремчук Н., Краска В. Ринок землі як ключовий елемент земельної реформи в контексті трансформаційних перетворень в Україні. Економіка та суспільство. 2023. № 48. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-48-67

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РЕГІОНУ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
О.М. Лук'янчук, старший викладач кафедри менеджменту
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Система управління кадровим потенціалом регіону України це сукупність об'єктивних соціально-економічних та науково-технологічний процесів у сфері праці, які спрямовані на досягнення визначених цілей з урахуванням специфіки виробничої діяльності кожного конкретного регіону.

Для комплексного розв'язання проблеми ефективного управління кадровим потенціалом регіону та демографічної кризи, в умовах військової агресії, є потреба у розробці комплексного прогнозу соціально-економічного розвитку окремого українського регіону. Слід зазначити, що раніше, одним із найважливіших планових документів була генеральна схема розвитку і розміщення продуктивних сил, однак вона охоплювала переважно матеріальне виробництво. У ній, як правило, відбувався аналіз розвитку й розміщення продуктивних сил за попередній період.

Було дано оцінку соціально-економічних, науково-технічних і природних передумов, визначено цілі й завдання регіонального розвитку, проблеми, основні напрями спеціалізації, показники ефективності виробництва. З переходом до дійсно ринкових відносин розв'язання економічних і соціальних проблем багато в чому залежить від умілого застосування різного роду інструментів формування кадрової політики, що у свою чергу, диктує необхідність розробити науково-обґрунтований план прогноз, який має передувати комплексному прогнозу.

Робота з кадровим наукові у науковій літературі [2, с.4] та на практиці здійснювалося переважно на базі історичного і функціонального підходів.

Авторам пропонується використання системного підходу, як найефективнішого, що дозволяє охарактеризувати систему управління кадровим потенціалом як цілісне структурне утворення, функціонування якого, спрямоване на підвищення ефективності, використання та розвитку кадрового потенціалу регіону.

Що стосується системи управління кадровим потенціалом, домінуючим процесом є її самоорганізація, яка проявляється у зміні балансу цілеспрямованого управління та саморозвитку. Так, дотримуючись цієї тези, можна простежити розвиток системи управління кадровим потенціалом від підходу «людина ресурс» до підходу «людина особистість».

Основними характеристиками системи, що формується нами, є самовідтворення соціально-економічних процесів і саморозвиток.

Системоутворюючими елементами є розвиток персоналу, оцінка персоналу та мотивація персоналу, що надалі переходять у раціональний саморозподіл персоналу.

Основним джерелом розвитку даної системи є дотримання балансу між зовнішніми впливами середовища (постановка цілей, цілеспрямовані управлінські впливи) та внутрішньою самоорганізацією (на основі розвитку системоутворювальних елементів) з поступовим збільшенням ролі внутрішнього впливу [3, с.231]. Таке переважання не порушить закономірностей розвитку соціально-трудових процесів, які мають зміст і функції системи управління кадровим потенціалом, і дозволить більшою мірою використовувати закладений у ній потенціал.

Найбільш гострими протиріччями, що впливають на розвиток системи управління кадровим потенціалом, є:

− протиріччя «далекого та близького результату» з одного боку, рівень – розвитку суспільства та технологій, ринкові механізми вимагають перегляду традиційних технократичних підходів в управлінні персоналом, а, з іншого боку, прагнення керівників до швидкого одержання економічного ефекту діяльності поєднується з низьким рівнем

усвідомлення значущості управління персоналом, невмінням грамотно застосовувати сучасні технології;

− суперечність між системами виділення самостійної системи управління кадровим потенціалом передбачає перерозподіл усередині регіону функцій, повноважень, ресурсів, що незмінно веде до виникнення гострих конфліктних ситуацій;

− владні протиріччя за відсутності чіткої технології управління кадровим потенціалом рішення приймаються на розсуд, а також виходячи з суб'єктивних переваг керівника, який має практично необмежену владу над працівниками в галузі соціально-трудових відносин.

− протиріччя в оцінці результатів – з одного боку, сучасні технології та аналітика дозволяють докладно вимірювати продуктивність та внесок працівників в організацію. З іншого боку, оцінка та винагорода можуть викликати конфлікти, якщо несправедливо визначити основні критерії та критерії успіху.

− протиріччя в управлінні талантами – сприяти розвитку та збереженню талановитих працівників може суперечити стратегії раціоналізації та зниження витрат, оскільки талановиті співробітники можуть вимагати більших інвестицій.

− протиріччя між індивідуальним та колективним підходами – виникає питання про те, як балансувати інтереси окремих працівників та потреби організації як цілісної системи.

Еволюція системи управління кадровим потенціалом може здійснюватися в двох видах:

– усередині одного типу шляхом удосконалення окремих елементів, коли відбувається поступове коригування взаємозв'язків та взаємовідносин між ними з метою отримання максимально можливого ефекту в рамках існуючого типу;

– перехід до такого типу системи управління кадровим потенціалом, який здійснюється через інноваційний процес реорганізації.

В результаті еволюційного процесу розвитку вирішуються наступні протиріччя: зміна ролі персоналу та управління ним у розвитку організації (узгодженість), зміна інституційних засад управління кадровим потенціалом (партнерство), збільшення самоорганізуючих початків в управлінні кадровим потенціалом (співпраця) [2, с.45].

Основними способами підготовки умов розвитку системи є: розвиток особистісного потенціалу працівника, формування підсистем, орієнтування соціальних груп, індивідуалізація роботи з персоналом.

Основним результатом формування системи управління кадровим потенціалом регіону є розробка теоретичних та методологічних положень, що визначають її розвиток, які полягають в еволюційно-стрибкоподібній, поетапній та послідовній зміні її типу, обумовленій закономірностями зміни об'єкта, суб'єкта, соціально-трудових відносин, характером розв'язання основних протиріч [1, с.21]. Реалізація цих положень сприятиме підвищенню економічної та соціальної ефективності діяльності регіону за рахунок використання інтенсивних факторів розвитку.

Список використаних джерел

1) Захарченко В.І., Балахонова О.В. Сталий розвиток економіки регіону: діагностика, методичне забезпечення, політика: монографія. *Вінницька газета*. 2012. С. 58-59.

2) Захарченко В.І., Бондаренко О.В. Наукові основи формування інноваційно-інвестиційного клімату. *Інноваційно-інвестиційний клімат українського Причорномор'я: стан і безпекоорієнтований розвиток* : Колективна монографія / За ред. М.М. Меркулова. Рига, Латвія: Baltija Pablishing, 2019. С.35-61. (308 с.).

3) Захарченко В.І., Метіль Т.К., Тополова І.А. Наукові основи управління ринковою системою регіону. Одеса: ОНПУ, Атлант, 2016. 316 с.

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ДОСЯГНЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА РИНКУ

Алнуаймі Алі Джума Алі Саллам, здобувач PhD
К.Р. Бондар, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

В умовах зростаючої конкуренції та швидких змін у сучасному бізнес середовищі, помітно зросла роль стратегічного планування, що стає невід'ємним елементом ефективного функціонування організації. Його мета полягає в прийнятті стратегічних рішень та розробці планів спрямованих на розвиток підприємства у довгостроковій перспективі, особливо в умовах, коли підприємство знаходиться під постійним тиском спрямованого на завоювання більшої частки ринку, і завчасно передбачати зміни та пристосовуватись до них.

Українські та міжнародні експерти вбачають, що український ринок дійшов до етапу, коли відсутність стратегічного планування та розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств стає перешкодою для їх успіху. За сучасних умов із швидкими змінами і розширенням обсягу інформації, стратегічне планування ключових кроків у підвищенні конкурентоспроможності підприємства виглядає як важливий метод прогнозування майбутніх викликів та можливостей для компаній та організацій.

В науковій роботі О.М. Сумець сформоване визначення стратегічного планування, як сферу управління, в якій розробляють стратегії, базуючись на наборі керівницьких дій і рішень, спрямованих на досягнення цілей підприємства [1]. Однак, не варто ототожнювати поняття «стратегічне планування» з «довгостроковим плануванням», адже є деяка відмінність, щодо трактування майбутнього. Стратегічне планування є частиною довгострокового, але без припущення, що майбутнє обов'язково має бути краще минулого та його можна визначити методами екстраполяції. Саме тому стратегічне планування зосереджується на аналізі майбутнього потенціалу організації та має на меті визначити тенденції, загрози, можливості та конкретні надзвичайні ситуації, які можуть змінити існуючі тенденції [1].

З огляду на це, можна стверджувати, що стратегічне планування в управління підприємством, деякою мірою, витісняє довгострокове планування і займає перше місце в успішному функціонуванні підприємств.

Передумовами для виникнення та впровадження стратегічного планування в діяльність є [2]:

- посилення конкуренції, що створює необхідність у підтримці конкурентних переваг і розвитку інноваційних процесів;
- доступність інформації про зовнішнє середовище для виявлення можливостей та ризиків;
- аналіз сильних і слабких сторін порівняно з конкурентами;
- готовність швидко реагувати на зміни в середовищі діяльності та змінювати напрямки діяльності під впливом диверсифікації чи децентралізації;
- вихід національних підприємств на світові ринки;
- розвиток взаємовідносин з компаніями, що здійснюють стратегічне планування;
- удосконалення методологічних і методичних засад стратегічного планування;
- накопичення практичного досвіду впровадження стратегічного планування;
- наявність досвідчених та висококваліфікованих фахівців у сфері стратегічного планування;
- потреба в створенні культури управління, спрямованої на подолання опору змінам та мотивацію персоналу до активного участі у процесах, необхідних для перспективного розвитку підприємства.

Стратегічне планування на підприємстві є вирішальним кроком в рамках стратегічного управління. Це саме на цьому етапі визначаються довгострокові цілі управління, обирається кадрова стратегія та створюється організаційне середовище для досягнення стратегічних цілей.

Окрім того, стратегічне планування повинно включати у себе розробку конкретного плану дій для підприємства у випадку виникнення виробничих чи управлінських проблем. Іншими словами, стратегічне планування має бути адаптивним, щоб можна було оперативно використовувати готові управлінські рішення під час прогнозованих ситуацій, не потребуючи розробки нових заходів у нагальних випадках.

Важливо усвідомити, що успіх не гарантується виключно стратегічним плануванням. Навіть компанія, яка розробляє стратегічні плани, може стикнутися з невдачами через недоліки в організації процесів, мотивації, контролю та інших аспектів [3]. Сюди, також, можна віднести фактори, які можуть ускладнювати ефективність стратегічного планування: великі витрати часу для розробки стратегії, фокус на пошуку «ідеальних» рішень, розрив між стратегією на папері та практичним втілення, надія на автоматичне виконання стратегії після її затвердження, завищені або недооцінені очікування від зовнішніх впливів [2].

До завдань, що в перспективі визначають роль стратегічного планування на підприємстві, відносять:

- розширення власної частки на ринку;
- прогнозування потреб споживачів;
- виробництво товарів вищої якості;
- забезпечення вчасних поставок згідно узгоджених графіків;
- встановлення конкурентоспроможних цін;
- підтримка репутації компанії у очах споживачів;
- адаптація і прогнозування змін в навколишньому середовищі;
- моніторинг та оцінка результатів;
- впровадження інновацій.

Зауважимо, що завдання визначаються кожним підприємством самостійно, і вони залежать від потреб, планів, виду діяльності підприємства. Основне завдання, в будь-якому випадку, полягає в отриманні максимально можливого прибутку як результату здійснення таких найважливіших функцій: контролю, маркетингу, організації, інновацій, людських ресурсів та інших [3]. Якісна організація стратегічного планування в управлінській діяльності дозволяє визначити напрямок та способи руху до конкретних цілей, а реалізація сформульованої стратегії – підвищенню конкурентоспроможності, створюючи умови для впровадження стратегії розвитку на основі конкурентних переваг.

Таким чином, стратегічне планування виявляється важливим інструментом для компаній, що прагнуть досягти конкурентної переваги на ринку. Воно дозволяє організації чітко визначити свої цілі, аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище, раціонально розподіляти ресурси, постійно адаптуватися до змін на ринку. А, найголовніше, стратегічне планування сприяє створенню сильних сторін, які забезпечують конкурентоспроможність і довгостроковий успіх компанії в постійно мінливому бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1) Сумець О.М. Стратегічний менеджмент: Підручник. Харків. ХНУВС, 2021. 208 с. URL:https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e3da6021-5889-479d-9e75-91fa5a35af07/content (Дата звернення: 13.09.2023)

2) Костецька Н.І. Стратегічне планування діяльності підприємств: теоретичні аспекти. Інноваційна економіка. 2020. № 7–8. С. 65–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2020_7-8_10 (Дата звернення: 14.09.2023)

3) Продіус О.І. Категоріальний апарат дослідження поняття «інновація» як фундамент інклюзивного розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2020. Випуск №42. С. 72-77.

РОЛЬ І ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЗАЦІЇ

М.О. Акулюшина, кандидат економічних наук
А.Є. Ісламова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Стратегічне управління відіграє важливу роль у досягненні конкурентної переваги організації і є необхідним елементом її успішності на ринку. Стратегічне управління являє собою процес розробки та реалізації стратегії організації, яка визначає її довгострокові цілі та способи їх досягнення [1]. Конкурентна перевага - це здатність організації отримувати більший прибуток або інші переваги порівняно з конкурентами [3].

Головними дослідниками даної теми, виступають: М. Портер, який запропонував модель п'яти сил конкуренції, яка допомагає організаціям оцінити конкурентне середовище та розробити стратегію, яка дозволить їм витримати конкуренцію, Г. Мінцберг, запропонував модель 10 школ стратегічного мислення, яка визначає різні підходи до стратегічного управління, П. Друккер, що запропонував концепцію "стратегічного управління" та підкреслив важливість розробки стратегії для організацій, Ф. Котлер, запропонував концепцію "маркетингової стратегії", яка допомагає організаціям розробити стратегію, яка буде відповідати їх цільовим ринкам.

Роль та вплив базуються на кількох ключових аспектах:

1) На першому рівні, стратегічне управління існує для формулювання і визначення стратегічної позиції організації. Це включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, а також визначення місії, цілей, цінностей та стратегічних пріоритетів організації. Через цей процес, стратегічне управління допомагає сформувати свою унікальну стратегічну позицію на ринку та розробити плани дій, які спрямовані на досягнення конкурентних переваг [2].

2) На другому рівні, стратегічне управління визначає напрямки і ресурси для реалізації стратегії організації. Це включає розробку стратегічних цілей, розподіл ресурсів, планування та організацію роботи. Через ефективне виконання стратегії, організація може досягнути оптимального використання своїх ресурсів і забезпечити спрямованість на досягнення конкурентної переваги [1].

3) На третьому рівні, стратегічне управління впливає на досягнення кон курентних переваг через планування та впровадження стратегічних ініціатив. Це означає, що стратегічне управління забезпечує координацію роботи по всій організації, забезпечує взаємозв’язок між різними функціональними областями та залучає всіх працівників до реалізації стратегії. Цей процес сприяє використанню потужностей організації для реалізації стратегічних цілей і отримання конкурентних переваг перед конкурентами [3].

Основна роль стратегічного управління полягає в тому, щоб допомагати організації визначити свої конкурентні переваги та розробити стратегії для забезпечення їх збереження і розвитку. Це може бути досягнуто шляхом аналізу зовнішнього середовища, внутрішніх ресурсів та компетенцій організації, а також оцінки ризиків і можливостей, які можуть впливати на її успішність [1].

Вплив стратегічного управління на досягнення конкурентної переваги організації полягає в тому, що воно дозволяє організації пристосуватися до змінних умов ринку, аналізувати і використовувати переваги конкурентів, розробляти нові продукти і послуги, вдосконалювати процеси виробництва та збуту, а також підтримувати високий рівень якості та інноваційність. Стратегічне управління відіграє важливу роль у досягненні конкурентної переваги організації. Яке в свою чергу дозволяє організації [3,1]:

1) Визначити свої сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози зовнішнього середовища. Це необхідно для того, щоб організація могла правильно оцінити свої конкурентні позиції та розробити стратегію, яка враховує її сильні сторони та можливості, а також допомагає їй уникати загроз.

2) Визначити свої цілі та способи їх досягнення. Стратегія визначає, що організація хоче досягти в довгостроковій перспективі, і як вона буде це робити. Це допомагає організації сконцентрувати свої зусилля на досягненні ключових цілей і уникати розсіювання ресурсів.

3) Вибрати найкращі стратегічні варіанти. Стратегія організації може бути розроблена різними способами. Стратегічне управління допомагає організації вибрати найкращий стратегічний варіант, який відповідає її цілям і можливостям.

4) Забезпечити ефективну реалізацію стратегії. Стратегія - це не просто документ. Вона повинна бути реалізована в реальності. Стратегічне управління допомагає організації розробити та впровадити механізми, які забезпечують ефективну реалізацію стратегії.

Таким чином, стратегічне управління є важливим інструментом, який допомагає організаціям досягати конкурентної переваги. Воно дозволяє організаціям ефективно використовувати свої ресурси, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та випереджати своїх конкурентів.

Крім того, стратегічне управління допомагає організації збалансувати короткострокові та довгострокові цілі і виробити стратегії, які будуть спільними для всіх членів організації. Це сприяє злагодженості та взаємодії всіх функціональних підрозділів організації, що створює конкурентну перевагу на ринку.

Конкретні приклади того, як стратегічне управління може сприяти досягненню конкурентної переваги організації наведено нижче:

1) Стратегічне управління може допомогти організації визначити свої унікальні конкурентні переваги. Наприклад, організація може мати унікальні технології, таланти або ресурси, які дають їй переваги над конкурентами.

2) Стратегічне управління може допомогти організації розробити ефективні стратегії диференціації та ціноутворення. Ці стратегії можуть допомогти організації виділитися на ринку і отримати більший прибуток.

3) Стратегічне управління може допомогти організації адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Зміна попиту, технологій або законодавства може створити нові можливості або загрози для організації. Стратегічне управління допомагає організації оцінити ці зміни та розробити стратегії, які допоможуть їй успішно адаптуватися до них [2].

Звичайно, стратегічне управління не є гарантією успіху. Однак воно є важливим фактором, який може допомогти організаціям досягти конкурентної переваги та успіху на ринку.

Отже, роль і вплив стратегічного управління на досягнення конкурентної переваги організації є центральною і визначальною. Через розробку стратегічної позиції, визначення напрямків розвитку та реалізацію стратегії, організація може сконцентрувати свої зусилля на досягненні конкурентної переваги і стати успішною на ринку. Складність стратегічного управління полягає в адаптації до змін у конкурентному середовищі та постійному вдосконаленні стратегій. Ті організації, які вміють використовувати інструменти стратегічного управління і постійно оновлювати свою стратегію, мають більші шанси досягти і зберегти свою конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1) Продіус О.І. Особливості стратегічного менеджменту підприємства в умовах підвищеної динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища. *Формування ринкової економіки в Україні. Серія економічна.* Вип. 25. 2011. С. 196-198.

2) Бутко М.П. Стратегічний менеджмент : Навчальний посібник. К. 2019, 376 с.

3) Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. К.: Наш формат, 2020, 424 с.

4) Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : Підручник. МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків: ХНУВС, 2021. 208 с.

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 5

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ СУЧАСНОГО ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ІНТЕГРОВАНИХ ПРОМИСЛОВИХ СТРУКТУР

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
І.В. Бочевар, здобувач PhD
Національний університет «Одеська політехніка»
(м.Одеса, Україна)

Стратегічні пріоритети України у військовий час, рішення задач науково-технологічного розвитку високотехнологічної (ВТ) промисловості – визначають необхідність наукового осмислення і пошуку шляхів підвищення ефективності управління такими сферами, структурами і суб'єктами економіки, які можуть забезпечити цілісність і безпеку країни вцілому. Дослідження реальних проблем формування і розвитку ВТ інтегрованих промислових структур у такому важливому секторі економіки України та її оборонно-промисловому комплексі, як ВТ промисловість дозволило зробити низку принципових для теорії та практики управління висновків [2, с. 319-231].

Формування організаційно-технологічних систем (ОТС) у вітчизняній промисловості доводить до пізнання суттєвих особливостей у порівнянні з іншими секторами економіки. Головною особливістю є те, що ВТ промисловість є однією з важливіших складових частин української економіки, що виробляє компонентну базу для потреб практично усіх її галузей. Така особливість визначає специфічні умови здійснення інтеграційних проєктів перетворення підприємств галузі, які мають яскраво виражений інноваційний характер і визначають відношення між державою і бізнесом на принципах державно-приватного партнерства [2, с. 271]. Серед інших особливостей можливо виділити: по-перше, збереження і модернізацію до необхідного рівня наявну інфраструктуру ВТ виробництв з ціллю зниження навантаження на державний бюджет, так як будівництво нових потужностей потребує дуже високих капітальних вкладень; по-друге, вихідною позицією побудови організаційної структури ВТ організацій на основі впровадження сучасних ОТС є гібридний компонент вертикальних зав'язків промислових суб'єктів основних бізнес-процесів і змішаних форм забезпечення мобілізаційної форми інтеграції промислових суб'єктів [3, с.31]; по-третє, інституціональним елементом організаційно-економічної структури повинен бути інтегрований контролінг агрегованих бізнес-одиниць, тобто сукупність необхідних ОТС; четверте, з позицій оцінки ефективності інтегрованих ОТС необхідним є перехід до використання методології системи збалансованих показників на адаптованій для ВТ підприємств основі.

Аналіз економічних процесів, що відбуваються у ВТ промисловості за останні двадцять років (у 2003 р. в Україні було проголошено інноваційну модель розвитку національної економіки [6]) свідчить не тільки про технологічне відставання у цій сфері у порівнянні з ведучими економічними країнами, але й дозволило констатувати процес активного впровадження іноземної ВТ компетентної бази у всі сфери промисловості, які виробляють як військову, так і цивільну продукцію [2, с. 36]. Тому сьогодні запроваджено курс на відновлення власної ВТ промисловості, в першу чергу оборонного призначення, який спирається не тільки на держзамовлення, а й на інші, у тому числі нові сегменти ринку [5, с.9]. Без цього неможливо розраховувати на підйом усього ВТ комплексу та інших галузей промисловості. У зв'язку з цим можливо виділити наступні тенденції розвитку механізму управління ВТ інтегрованими структурами у промисловості:

- організаційне виділення і обмеження функцій володіння активами (перш за все, інтелектуальною власністю) на користь держави, використання наукоємних технологій за стратегічними пріоритетними напрямами розвитку суб'єктів господарювання у промисловості [3, с. 124];
- формування у ВТ інтегрованій на основі впровадження ОТС структурі різнорівневого механізму управління з можливістю його оперативного контролю за основними науково-технологічними, виробничими і реалізаційними циклами діяльності;

− створення внутрішньої системи оцінки і контролю якості економічних параметрів запроваджених ОТС у процесі цілеспрямованого функціонування ВТ інтегрованої структури;

− активізація процесів стандартизації всіх видів ресурсів, послуг і продукції ВТ інтегрованої структури на відповідність міжнародним вимогам;

− перетворення ОТС (бізнес-одиниць) у корпоративні центри інвестицій у ВТ сферах діяльності [3, с. 96].

У процесі проведення дослідження було визначено, що глобальні інтеграційні процеси визначають два напрями зближення вітчизняних ВТ комплексів у промисловості зі світогосподарською економічною системою [4, с.34-37]. Виробництво ВТ продукції оборонно-промислового комплексу в основному орієнтовано на стратегічне партнерство з країнами НАТО. У зв'язку з цим пропонується модель багатофакторних структурних перетворень великих ВТ структур у промисловості під впливом глобальних інтеграційних процесів, слідством яких буде створення стратегічних альянсів з ОТС вітчизняних інноваційно-активних підприємств з випуску продукції цивільного призначення і гібридних структур для підприємств оборонно-промислового комплексу. Основними факторами глобальних структурних змін є: можливість створення додаткової вартості, насамперед, у науково-виробничій діяльності, у різних економічних умовах та різних країнах (в першу чергу ЄС), використання новітніх, технологічних і технічних ідей, конструкторських розробок, реалізація ВТ продукції за ринковими сегментами усього світового співтовариства, використання світової інформаційної системи для цілей технологічної кооперації та інтеграції господарської, маркетингової й наукової діяльності [1, с. 72-74].

Проблему доповнення дефіциту інвестиційних ресурсів у ВТ діяльності та управлінні інтегрованими промисловими підприємствами з трудоємним виробництвом пропонується здійснювати на основі держзамовлення та з інших джерел ресурсів, які акумулює держава [4, с. 57-65]. Отже, для забезпечення збалансованості ресурсоспоживання і випуску ВТ продукції пропонується механізм стратегічного управління ВТ інтегрованим промисловим утворенням на основі концепції контролінгу, що уявляє в собі сукупність інструментально-методичних засобів управління науково-технологічним потенціалом ВТ підприємства, які забезпечують координацію стратегічних цілей підвищення його конкурентоздатності з оперативно-тактичними задачами підтримки економічної стійкості та підготовку управлінських рішень для топ-менеджменту ВТ інтегрованих структур у промисловості.

Список використаних джерел

1) Дубницький В.І., Чуприна Н.М., Ганжела І.П. Глобальна економіка : Навчальний посібник. Дніпропетровськ: УДХТУ, 2015. 588 с.

2) Захарченко В.І., Єрмак С.О., Онешко С.В. Теорія створення і функціонування організаційно-технологічних систем у високотехнологічному виробництві : Монографія. Одеса: Фенікс, 2022. 324 с.

3) Захарченко В.І., Стремядін В.М. Проєктування інтеграційних бізнес-структур у сучасному промисловому виробництві України : Монографія. Одеса: Наука і техніка, 2016. 152 с.

4) Соціально-економічні на науково-технологічні аспекти безпекоорієнтованого розвитку прикордонного регіону : Колективна монографія / ред. В.І. Захарченко. Одеса: Фенікс, 2022. 210 с.

5) Стратегія розвитку оборонно-промислового комплексу України. Затв. Указом Президента України №372/2021 від 20.08.2021 р. Урядовий кур'єр, 2021. №162. С. 9- 11.

6) Утвердження інноваційної моделі розвитку України: матеріали науково-практичної конференції. Урядовий кур'єр, 2003. №34-35.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЯХ

С.О. Васильцова, доцент кафедри маркетингу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(м. Харків, Україна)

Сучасне глобалізоване бізнес-середовище вимагає від міжнародних корпорацій ефективного стратегічного планування для досягнення стабільності, конкурентоспроможності та сталого росту.

Дослідження з питань стратегічного планування в контексті глобальних корпорацій розкривають низку ключових елементів, які визначають успішну стратегію в міжнародному бізнесі [1]:

1) Аналіз зовнішнього середовища. Один з перших кроків у стратегічному плануванні – це аналіз глобального зовнішнього середовища, включаючи економічні, політичні, соціокультурні, технологічні та інші чинники. Врахування цих факторів допомагає визначити можливості та загрози для корпорації.

2) Формулювання місії та стратегічних цілей. Визначення місії корпорації та формулювання стратегічних цілей є важливими етапами стратегічного планування. Місія визначає основну мету і цінності корпорації, тоді як стратегічні цілі конкретизують, що корпорація прагне досягти у майбутньому.

3) Аналіз внутрішнього середовища. Внутрішній аналіз оцінює ресурси, компетенції та обмеження корпорації. Він допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони, що впливають на стратегічні рішення.

4) Вибір стратегії. Глобальні корпорації мають вибирати стратегії, які відповідають їхнім місіям та цілям. Це може бути стратегія розвитку нових ринків, стратегія конкурентного лідерства або стратегія диференціації.

5) Розробка дійових планів. Після вибору стратегії, корпорація має розробити конкретні дії та плани для її втілення. Це включає в себе розподіл ресурсів, терміни та відповідальність.

6) Моніторинг та коригування. Стратегічне планування – це динамічний процес, і моніторинг реалізації стратегії дозволяє вчасно переглядати результати та вносити необхідні коригування.

Корпорації повинні виявляти відхилення від плану та реагувати на зміни в зовнішньому середовищі швидко та ефективно. Міжнародні корпорації повинні враховувати культурні, юридичні та інші особливості кожного регіону, в якому вони працюють. Планування повинно включати стратегії адаптації до різних ринків та контекстів.

Глобальні корпорації все частіше встановлюють партнерські відносини та співпрацюють з іншими підприємствами, а також урядовими та неприбутковими організаціями. Планування має враховувати можливості для стратегічних партнерств.

Міжнародні корпорації повинні бути відповідальними перед своїми акціонерами та суспільством загалом. Планування має включати елементи корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку.

В глобальному середовищі зміни є постійним явищем. Планування повинно передбачати можливі зміни та включати стратегії управління ними для забезпечення гнучкості та адаптивності корпорації. Загальний аналіз стратегічного планування в міжнародних корпораціях свідчить про важливість цього процесу для досягнення успішності та конкурентоспроможності в глобальному бізнесі.

Ефективне стратегічне планування дозволяє корпораціям адаптуватися до змін у світовому середовищі та досягати своїх стратегічних цілей [2].

У сучасному світі, де бізнес-середовище постійно змінюється та набуває глобального характеру, конкурентоспроможність для міжнародних корпорацій стає критично важливою. Збереження та зміцнення конкурентних переваг вимагає від корпорацій ретельного та систематичного стратегічного планування.

Роль планування у цьому контексті може бути розглянута через кілька ключових аспектів [3]:

1) Стратегічне планування дозволяє міжнародним корпораціям аналізувати конкурентне середовище, включаючи діяльність конкурентів, їх стратегії та динаміку ринку. Це допомагає ідентифікувати можливості для здобуття конкурентних переваг.

2) На основі аналізу планування корпорації розробляють стратегії, спрямовані на досягнення конкурентних переваг. Це може включати стратегії цінової конкуренції, стратегії диференціації товарів та послуг, або інші підходи.

3) Планування допомагає ефективно розподіляти ресурси, включаючи фінанси, людські ресурси та матеріальні активи. Оптимізація використання ресурсів дозволяє корпораціям знижувати витрати та підвищувати ефективність.

4) Планування може включати в себе стратегії для розвитку нових продуктів, технологій та інновацій, що дозволяють корпораціям підтримувати свою конкурентоспроможність.

5) Для міжнародних корпорацій планування також важливо для розширення на нові ринки. Це може включати в себе стратегії виходу на зовнішні ринки, адаптацію до місцевих умов і вимог, та управління глобальними операціями.

6) Планування не закінчується виробленням стратегій. Корпорації повинні систематично аналізувати результати впровадження стратегій та готовність до змін. Коригування стратегій може бути необхідним для адаптації до нових умов або подолання труднощів.

7) Планування повинно враховувати потребу у гнучкості та адаптивності. Світове бізнес-середовище постійно змінюється, і плани корпорації повинні бути готові до реагування на несподівані події та виклики.

8) Планування може включати в себе розгляд можливостей для співпраці та стратегічних партнерств з іншими компаніями або організаціями. Це може зміцнити конкурентну позицію корпорації на світовому ринку.

9) У плануванні також важливо враховувати інтереси різних стейкхолдерів, включаючи акціонерів, споживачів, співробітників і суспільство в цілому. Корпорації повинні бути відповідальними перед своїми стейкхолдерами та дотримуватися високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності.

Планування грає критичну роль у збереженні та зміцненні конкурентних переваг міжнародних корпорацій на світовому ринку.

Воно допомагає корпораціям адаптуватися до змін у глобальному бізнес-середовищі та досягати успіху в умовах жорсткої конкуренції.

Список використаних джерел

1) Мельник О., Ковальчук Ю. Планування та аудит маркетингової діяльності: Стратегії та інструменти. Київ: Видавництво "Гамма", 2021. 250 с.

2) Петренко В., Кравченко О. Маркетингове планування та аудит: сучасні підходи. Вінниці: Видавництво "Нова Книга", 2020. 180 с.

3) Васильченко О., Коваленко Д. Планування та контроль маркетингової діяльності. Київ: Видавництво "Видавничий дім "Слово", 2018. 280 с.

РОЗУМІННЯ ОСНОВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ВАРІАНТІВ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

М.А. Саєнсус , доктор економічних наук, доцент
К.Г. Васильченко, кандидат економічних наук, доцент
О.С. Лосєв, здобувач PhD
Одеський національний економічний університет
(м. Одеса, Україна)

Доставка «останньої милі» є важливою в ланцюгах постачання, і постачальники логістичних послуг усвідомлюють, що вони повинні адаптуватися до мінливих очікувань клієнтів і суспільства, викликів конкуренції та сучасних технологій. У світлі важливості штучного інтелекту у сучасних технологіях, щоб визнати вплив технологій на базі штучного інтелекту, які допомагають оптимізувати компонент доставки «останньої милі». Для цього дослідження було розглянуто два можливі класи технологій: матеріальні технології, такі як роботи, дрони та автономні транспортні засоби, і нематеріальні технології, такі як інструменти підтримки прийняття рішень та операційні системи. Дрони багато в чому відрізняються, їхня основна операційна система однакова, двигуни приводять у рух кожен пропелер, а потужність двигуна зростає пропорційно швидкості та вантажопідйомності.

Контроль швидкості відповідає за підключення акумулятора до двигуна та надсилання сигналів вивільнення енергії, акумулятор живить пристрій, а зарядний пристрій дозволяє використовувати його повторно. GPS і камерою дрона керує бортовий комп'ютер, і, нарешті, радіопередавач здатний передавати дані [1].

Дрон збирає дані про навколишнє середовище та встановлює штучного інтелекту. Датчики дронів роблять це можливим, і це забезпечує автономний політ, а не дистанційне керування.

Дрони зі штучним інтелектом використовують комп'ютерне зір, щоб знаходити й відстежувати об'єкти в польоті та змінювати маршрути без необхідності програмування чи втручання людини. Безпілотники з штучним інтелектом потребують датчиків і системи бачення даних, тому датчики контролюють, як дрон реагує на перешкоди та умови навколишнього середовища, окрім дронів, безпілотні автомобілі є новою захоплюючою технологією LMD [2].

Рівні автоматизації транспортних засобів коливаються від відсутності автоматизації до повної автоматизації, але в LMD тестуються напівавтономні транспортні засоби, які повністю без водія, з метою вдосконалення програмного та апаратного забезпечення. Багато транспортних корпорацій роблять інвестиції.

Таким чином, ця стаття описує потенційні розробки в сучасному доставки «останньої милі», беручи до уваги той факт, що технологічний прогрес приносить як можливості, так і виклики. Відповідно до цього огляду літератури, сучасна версія LMD (доставка «останньої милі») здатна надавати послуги, які є продуктивнішими та більш стійкими, таким чином задовольняючи потреби в кращих послугах. І останнє, але не менш важливе: ще однією метою цієї статті було вивчення проблем, які обмежують переваги сучасних LMD. Нарешті, пропозиції надаються як ресурс для практиків і політиків, які працюють у ланцюзі постачання, щоб покращити ефективність.

Транспортування є важливою логістичною діяльністю, яка транспортує товари від місця їх походження до розподільних центрів і кінцевих споживачів. Характеристики якості продукції невідомі, однак своєчасна та правильна доставка має вирішальне значення для репутації компанії та здатності обслуговувати своїх споживачів.

Концепція «останньої милі» перетворилася на виклик, на якому сьогодні все більше зосереджується транспортна логістика. Процес доставки «останньої милі» (LMD) починається з шаблонного складу поблизу місця розташування клієнта і продовжується на кілька миль до конкретного клієнта [1, с.323]. Пакунок може мати різні пункти призначення та місця отримання залежно від типу доставки, яку запитує клієнт, наприклад доставка до порогу

(автономна), доставка до порогу (без нагляду), приймальні скриньки або поштові відділення [2, с.38].

Остання миля в управлінні ланцюгом постачання та плануванні транспортування — це останній етап подорожі, що включає переміщення людей і товарів від транспортного вузла до кінцевого пункту призначення.

Справді, в останні роки «останній милі» приділяється все більше уваги внаслідок зростання електронної комерції, особливо під час COVID-19. Швидке зростання онлайн-покупок збільшило попит на LMD, і споживачі віддають перевагу доставці додому над усіма іншими варіантам. Споживачі хочуть більше онлайн-замовлень, швидшої доставки та гнучких методів доставки, проте знаючи, що всі ініціативи страждають від затримок і неефективності, запізнілі або пошкоджені поставки можуть негативно вплинути на клієнтів, спричинивши незадоволення та скарги [1, с.320].

LMD відноситься до транспортування товарів від розподільчого центру до кінцевого пункту призначення, наприклад до дому чи підприємства. Термін зазвичай використовується в контексті доставки їжі, корпоративних ланцюгів постачання та транспортних перевезень крім того, зростаюча складність LMD була посилена нещодавнім розширенням електронної комерції та новою нормо.

Споживачі вимагають не лише більшої кількості онлайн-замовлень і швидшої доставки, а й більш гнучких методів доставки крім того, досвід доставки має бути задовільним, щоб клієнти могли повернутися з додатковими замовленнями [2]. У результаті, хоча спочатку LMD вважався функцією підтримки, а не життєве важливим компонентом бізнес-моделі, він став обов'язковим компонентом для підприємств [1]. Тим не менш, LMD створює кілька проблем для бізнесу, включаючи високі витрати та екологічні проблеми отже, оскільки майже кожне замовлення має різний пункт призначення та адресу, оптимізація маршруту доставки має вирішальне значення, процес доставки слід модернізувати.

Затори, сніг, відсутність паркування та неправильні адреси клієнтів є прикладами [2] того, що може призвести до затримок доставки, вищих витрат постачальника та більших викидів. Клієнти, яких немає вдома під час доставки, додають до LMD витрат і викидів. Оператори часто подорожують більше, ніж необхідно, щоб перевезти пакети багато разів або до місцевого поштового відділення для екстрадиції [3]. Крім того, оскільки забруднення викликає занепокоєння, а промислова діяльність (включно з ланцюгами поставок) повинна зберігати навколишнє середовище, підвищена обізнаність сприяє зосередженню уваги на захисті навколишнього середовища тим не менш, дослідники задокументували, що LMD є одним із найбільш неефективних процесів ланцюга поставок і спричиняє великий фінансовий тягар, забруднення повітря та транспорту.

Усі ці проблеми ускладнюють підтримку стабільності послуг LMD, але клієнти очікують нижчих витрат на розповсюдження, менших викидів і коротших термінів доставки, оскільки конкуренція в електронній комерції зростає. Логістика, включаючи LMD, має важливе значення для якісного обслуговування клієнтів і може додати цінність при виборі постачальника [3]. «Остання миля» — це завершальний етап процесу, особливо для клієнта, який купує товари. Таким чином, у контексті транспортування, ланцюга постачання, виробництва та роздрібної торгівлі «остання миля» означає доставку продуктів як останнього етапу транспортування.

Організації повинні розробляти нові технології та бізнес-моделі, щоб залишатися конкурентоспроможними в електронній комерції. Складність LMD, яка відповідає очікуванням клієнтів щодо швидкості, своєчасності, точності та індивідуальної точності доставки, змушує багато компаній прагнути до швидшого, кращого та надійнішого LMD, ніж будь-коли раніше [3] . Крім того, LMD є найменш ефективним процесом, на який припадає до 50% загальних витрат на доставку; таким чином, вдосконалення LMD може допомогти компаніям заощадити гроші на процесі доставки.

Різні підприємства в даний час шукають нові способи створення та генерування вартості за допомогою нових технологій [3]. Це може включати роботів або безпілотні вантажівки та транспортні засоби, що може призвести до більш ефективної та стійкої системи LMD. Також

було введено кілька інших інновацій для вдосконалення LMD, щоб допомогти подолати проблеми. Однією з них є найвідоміша інноваційна логістична система Amazon [3]. Amazon не тільки побудував склади в ключових містах, але й створив потужне логістичне програмне забезпечення, яке оптимізувало маршрут, зменшивши витрати на доставку більш ніж на 30% завдяки підвищеній швидкості та точності доставки. Потім, Amazon запровадив безкоштовну доставку в той же день у деяких регіонах США з налаштованим місцем доставки та розкладом.

Команда «Останньої милі» допомагає доставляти посилки клієнтам від станцій доставки до дверей клієнта. Amazon розширив свої зусилля з доставки «Остання миля», що допомогло скоротити час доставки клієнтам і надати клієнтам нові інновації. Цей захід збільшив обсяг замовлень і прибутки, а також зробив Amazon одним із найкреативніших логістичних і LMD-бізнесів на той час хоча інноваційний винахід Amazon у LMD був корисним і простим для клієнтів, він становив небезпеку для інших компаній. Багато інших компаній були змушені наслідувати приклад Amazon, оскільки клієнти почали передбачати та вимагати кращого рівня послуг доставки, незважаючи на брак матеріально-технічних та IT-можливостей Amazon.

Крім того, самокерований або роботизований автомобіль відноситься до типу транспортного засобу (автономного), який має можливості традиційного транспортного засобу та може перевозити речі та людей. Людина може вибрати для себе пункт призначення, і йому не потрібно виконувати жодних фізичних завдань в автомобілі, щоб дістатися туди. Самокерований автомобіль, як і всі автономні транспортні засоби, може керувати, відчуваючи навколишнє середовище.

Розвиток безпілотних транспортних засобів прискорюється. Starship Technologies, один із піонерів галузі, вже розгортає автономних роботів-доставщиків для транспортування подарунків і продуктів. Ці самокеровані роботи здатні перевозити близько 3 кг продуктів.

Нинішнє індустріальне відкриття — це ера сучасних технологій, у якій промисловість використовуватиме такі технології, як робототехніка, автоматизація та штучний інтелект, щоб розумно виконувати завдання, зосереджуючись на безпеці, гнучкості та співпраці [3]. Існуючі операційні можливості залежать від знань, інновацій і технологій; однак пояснюють, що технології справді можна розглядати як засіб покращення наборів знань.

Навіть індустрія логістики та ланцюгів постачання повідомила про зниження витрат, покращення організаційної сили та найкращі практики завдяки технологіям, зокрема впровадженню штучного інтелекту Крім того, як інший приклад, стверджується, що коли постачальники логістичних послуг можуть покращити обслуговування клієнтів за допомогою доступу до даних у реальному часі за допомогою сучасних технологій, зменшуючи суперечки та полегшуючи ідентифікацію інцидентів за допомогою оптимізації мережі.

Список використаних джерел

1) Alkhalifah, A.; Alorini, F.; Alturki, R. Enhancement of E-commerce service by designing last mile delivery platform. Comput. Syst. Sci. Eng. 2022, 42, 49–67.

2) Giuffrida, N.; Fajardo-Calderin, J.; Masegosa, A.D.; Werner, F.; Steudter, M.; Pilla, F. Optimization and machine learning applied to last-mile logistics: A review. Sustainability 2022, 14, 5329.

3) Woschank, M.; Rauch, E.; Zsifkovits, H. A Review of Further Directions for Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning in Smart Logistics. Sustainability 2020, 12, 3760

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІДТВОРЮВАЛЬНОГО ЗАГАЛЬНОКОРИСНОГО ІНТЕРЕСУ

Т.К. Метіль, кандидат економічних наук, доцент
Ізмаїльський державний гуманітарний університет
(м. Ізмаїл, Україна)
М.О. Акулюшина, кандидат економічних наук
О.М. Лук'янчук, старший викладач кафедри менеджменту
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Ефективність механізму господарювання суспільства, незалежно від виду його економічної організації (ринкова, централізовано планова, соціально-орієнтована тощо), визначається його здатністю забезпечити цикл відтворення інтересу більшості населення до суспільно корисної праці. Тобто даний механізм господарювання має забезпечити нормальний взаємозв'язок та взаємообумовленість наступного ланцюжка відносин:

- формування потреб усвідомлення способу їх реалізації;
- формування мотиву до суспільної продуктивної праці організація процесу даної праці;
- забезпечення частки працівника в результаті праці, що відповідає його внеску;
- забезпечення реалізації потреб працівника відповідно до результатів їх праці;
- формування стійкого інтересу до суспільної продуктивної праці;
- забезпечення відтворення даного інтересу.

При цьому за напрямом 19 – Культурно-ціннісна трансформація України – у національній економічній стратегії (2021 р.) визначені слідуючі стратегічні цілі:

- «створення умов для встановлення об'єднувальної культурної парадигми в Україні;
- поширення та захист загальновизнаних людських цінностей».

І шляхами досягнення таких цілей проголошено:

- розвиток громадського суспільства;
- розвиток наукових та освітніх інститутів;
- розвиток соціального підприємництва;
- розвиток об'єднувальної державної ціннісної політики;
- розвиток ціннісного підходу до ведення бізнесу [1, с.31].

В умовах розвинених країн відтворення даного ланцюжка забезпечується через механізми державного регулювання взаємовідносин із підприємствами аж до рівня робочих місць, що успішно реалізується в системах управління персоналом підприємств. В умовах більшості країн Східної Європи та Центральної Азії існуючий рівень державного регулювання та контролю не забезпечує відтворення інтересу до суспільно корисної праці. У відсутності державної системи на перший план виходять індивідуальні, групові та класові системи відтворення інтересу.

При слабкій орієнтації приватних систем на систему суспільних цінностей вони починають конкурувати один з одним. Першість отримує та система, яка менш обтяжена зобов'язаннями щодо реалізації суспільних цінностей, більш примітивна з погляду формування потреб та їх реалізації. Вони забезпечують відтворення інтересу, але переважно у зв'язку з інтересами суспільства. Системи ж, які орієнтовані, в якійсь мірі, на суспільно корисні категорії, гальмуються і йдуть у підлеглі положення, у свою чергу, не забезпечують ефективного відтворення суспільно корисного інтересу [2, с. 25,36-37]

Можна сказати, що в умовах слабкого державного регулювання у більшості країн сформувалася система відтворення інтересу поза зв'язком із суспільно корисною працею. Ця система пригнічує систему інтересу до суспільно-корисної праці, розвивається за її рахунок, перетворює систему формування та реалізації бідності. Це можна простежити по ланцюжку відтворення інтересу до суспільно корисної праці.

1) Формування потреб. Стандарти їхнього формування завищені навіть у порівнянні з розвиненими країнами, які реалізують ці потреби значною мірою на основі системи суспільно-корисної праці. В умовах країн ці потреби можуть бути реалізовані переважно за рахунок системи відтворення бідності. У свою чергу дана система реагує зниженням мотивації до суспільно корисної праці та зниженням настрою на створення суспільних корисностей. У результаті паралельної дії двох систем відбувається взаємне гальмування економічного розвитку.

2) Усвідомлення методу реалізації потреб. Система приватного інтересу може реалізовувати зазначені потреби тільки за рахунок системи відтворення бідності. При цьому використовуються псевдопотреби, економіко-правові пастки, відкритий тиск тощо. Це призводить до конфліктів, розбірок, протистояння, що саме по собі звужує поле, час, питому вагу продуктивної праці, що призводить в умовах слабкого державного регулювання до втрати віри у можливості загальнокорисної праці. Таким чином, відбувається аналогічне гальмування економічного розвитку суспільства.

3) Формування мотиву до суспільнокорисної праці. Система відтворення приватного інтересу без рамок державного регулювання замикається на саму себе, не піднімаючись до найскладнішого типу суспільного інтересу. Він певною мірою попутньо та підлего реалізується в рамках необхідності відтворення приватних інтересів, по мірі впливу держави, у зв'язку з необхідністю забезпечення функціонування системи простого відтворення працівника. У свою чергу, дана система відтворення бідності має інтерес до суспільнокорисної праці і також слабо реалізується. Вона в умовах гарантовано низького рівня відтворення інтересу спрямована на зниження зусиль на його реалізацію.

Аналогічно можна проаналізувати на подальших ланках ланцюжки відтворення інтересу, що відхід від суспільнокорисної орієнтації в рамках приватних систем також знижує рівень мотивів до продуктивної праці, забезпечує відтворення бідності та гальмує економічний розвиток суспільства [3, с. 120-121].

Практичним результатом функціонування приватних систем інтересу та суспільної системи формування бідності є розшарування населення. За різними оцінками у різних країнах доходи бідних і багатих різняться у 20-100 разів, тоді як різниця вже в 10 разів дезінтегрує суспільні інтереси, відокремлює та протиставляє частини суспільства. І та, і інша частини значною мірою йдуть з поля суспільно корисної праці.

Таким чином, відтворюється відчуження інтересу від даного виду праці в обох частинах суспільства, що веде до подальшого гальмування його економічного розвитку. Розірвати це порочне коло може держава, яка в цьому випадку має регулювати кожен елемент ланцюжка формування, реалізації та відтворення інтересу до суспільно корисної праці.

Вищесказане, на наш погляд, показує, що причини бідності в державі мають ставити рамки на здійснення будь-якої діяльності, а також органів державного управління та регулювання з погляду забезпечення інтересів даного ланцюжка аж до системи управління персоналом підприємств.

Список використаних джерел

1) Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Затверджено постановою КМ України від 03.03.2021 р. №179. *Урядовий кур'єр*, 2021. №45. С. 8-36

2) Захарченко В.І., Метіль Т.К., Топалова І.А. Наукові основи управління ринковою системою регіону : Монографія. Одеса: Атлант, 2016. 316 с.

3) Stiglitz Joseph E. The Great Divide: Unequal Societies and What We Can Do About Them. W.W.Norton&Company, 2015. 302 p.

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ: РЕАЛІЇ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЗА ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ

Н.Г. Метеленко, доктор економічних наук, професор
О.В. Силенко, здобувач PhD
В.С. Сумма, здобувач PhD
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Українська промисловість протягом понад 30 років незалежності пережила багато викликів і, на жаль, сьогодні не відрізняється екологічною спрямованістю. Сучасними завданнями для металургійних підприємств є: максимальне зменшення негативного впливу на навколишнє середовище; переосмислення підходів до технологічного виробництва. Гірничо-металургійний комплекс (далі - ГМК) України постраждав від війни значно більше, ніж інші галузі економіки.

Отже, очікувати швидкого відновлення обсягів виробництва на попередній рівень до війни є складно, оскільки 40% металургійних потужностей було захоплено або знищено в Маріуполі, зокрема на ПрАТ «ММК ім. Ілліча» та ПрАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь». Проте ключові підприємства галузі вже зараз розробляють плани щодо збільшення виробництва порівняно з важким четвертим кварталом 2022 року.

Важливо відзначити, що протягом незалежності України було скорочено частину застарілих і небезпечних для екології виробництв, наприклад, старий мартенівський спосіб виробництва сталі було замінено сучасними технологіями. Індустріальний холдинг - Компанія «Метінвест», яка керує сталеливарними комбінатами радянського зразка, вже сьогодні активно використовує технологію прямого відновлення заліза з руди, що в подальшому допоможе значно знизити викиди вуглекислого газу [1].

Вивчається можливість створення єдиного комплексу, який включатиме технологію прямого відновлення заліза (DRI) і електрометалургійне виробництво для переробки гарячого DRI. Крім того, компанія має намір замінити вугілля на водень для вилучення кисню з руди. Таким чином, в процесі збагачення руди буде виділятися водяна пара, а не вуглекислий газ. Цю технологію вже успішно випробовують на металургійному підприємстві в Німеччині. Отже, «Метінвест» відступає від загального тренду «деіндустріалізації» і залишається вірним стратегічно важливій галузі, створюючи при цьому екологічно чисті підприємства, які відповідають всім світовим стандартам.

Сфера їх можливих інтересів також включає: інноваційні технології для виробництва вуглецево-нейтральної сталі; збір і використання CO2; використання промислових газів, виробництво палива, цифровізація виробничих процесів і суміжних сфер.

У 2023 році ПАТ «ЗМК «Запоріжсталь» також робить кроки для поліпшення умов праці працівників в рамках програми «Робочий побут», виділяючи приблизно 16,5 мільйонів гривень. Після призупинення програми через вторгнення, ремонтні роботи на об'єктах «Запоріжсталі» були відновлені в лютому 2023 року. На жаль, виробництво прокату на «Запоріжсталі» у лютому 2023 року скоротилось на 55,1% порівняно з лютим 2022 роком - до 99,6 тисяч тонн.

Виробництво чавуну зменшилося на 65%, а виробництво сталі на 62%. Проте, порівняно з січнем 2023 року, у лютому 2023 року виробництво сталі зросло на 32,8%, прокату - на 36,4%, але виробництво чавуну зменшилося на 24,7%. Зменшення виробництва за три місяці 2023 року пов'язане з дефіцитом сировини та логістичними проблемами, викликаними військовими подіями в Україні.

Через ракетні атаки на об'єкти енергетичної інфраструктури та дефіцит потужності в енергосистемі, комбінат знизив виробництво та скоротив споживання покупної електроенергії. Однак позитивним рухом є виведення доменної печі № 2 з гарячої консервації у березні 2023 року.

ЗМК «Запоріжсталь» Групи «Метінвест» отримав сертифікати відповідності гарячекатаного і холоднокатаного прокату стандартам EN 10025-1 будівельного Регламенту 305/2011 та стандарту EN 10130. Ресертифікаційний аудит проводився на ЗМК «Запоріжсталі» у лютому 2023 року, і експерти компанії «Технічні та управлінські послуги», корпоративного партнера «ТЮФ ЗЮД», оцінили технологію виробництва продукції в цехах гарячої та холодної прокатки [2]. Проби металу були перевірені у центрі випробувань та атестації продукції комбінату, аудитори відзначили постійну роботу над підвищенням якості та спрямованість на зменшення дефектів. Експерти відзначили, що якість продукції комбінату постійно підвищується і відповідає європейським стандартам. ЗМК «Запоріжсталь» вже з 2016 року відповідає міжнародним стандартам EN 10025-1: 2004 і EN 10130: 2006. Крім того, комбінат сертифікований з системи менеджменту якості ISO 9001 з 2003 року, системи екологічного менеджменту ISO 14001 та управління охороною праці та виробничої безпеки ISO 45001 з 2008 року. Навіть в умовах прифронтової зони комбінат продовжує працювати і допомагає досягнути Перемоги!

Враховуючи місячну динаміку (у лютому порівняно з січнем 2023 року), деякі показники експорту продукції гірничо-металургійного комплексу (ГМК) України покращилися [3]:

- чавун: зростання на 31,1% – до 177 тисяч тонн;
- залізна руда: збільшення на 31% – до 1,2 мільйонів тонн;
- напівфабрикати: зростання на 80,6% – до 69,2 тисяч тонн.

Навіть при логістичних проблемах та перебуванні вблизь від зони бойових дій, підприємства цієї галузі адаптувалися до складних умов і розробляють плани відновлення виробництва.

Підсумовуючи проведене дослідження, результати спільних дій держави та бізнесу показують, що фактори, які сприяють зростанню виробництва ГМК у 2023 році, включають такі:

- поліпшення постачання електроенергії (після осінніх ракетних ударів по енергетичній інфраструктурі, через які багато підприємств ГМК припинили роботу, ситуація суттєво покращилася;
- Українська енергосистема протягом місяця (з короткими перервами в окремих регіонах) працює без обмежень у постачанні електроенергії всім видам споживачів;
- зараз енергогенеруючі підприємства мають необхідну потужність для повного забезпечення потреб споживачів);
- вдосконалення логістики (з початку війни перед компаніями ГМК виникали проблеми переналаштування ланцюжків поставок та впровадження нових логістичних маршрутів;
- компанії галузі багато в чому успішно перебудували експортну логістику через європейські морські порти, українські порти на Дунаї та збільшили використання автотранспорту);
- Європейський рестарт (основним ринком для української продукції ГМК залишається європейський ринок, тому ситуація в українському ГМК багато в чому залежатиме економічно від ЄС;
- Українські підприємства постачають руду, напівфабрикати та готову продукцію до Євросоюзу;
- у 2023 році європейські металургійні підприємства активно відновлюють виробництво на раніше зупинених доменних печах та збільшують обсяги випуску металопродукції);
- підвищення цін на сталь та руду (через відновлення роботи європейських металургійних підприємств, до грудня європейські дистриб'ютори вже вичерпали накопичені у першому півріччі 2022 року складські запаси;
- необхідність поповнення запасів призводить до тимчасового дефіциту та підвищення цін).

Важливо зазначити, що ЄС готовий ділитися досвідом та бачить Україну як важливого партнера для створення виробничих ланцюгів та зміцнення економіки в рамках європейського «зеленого» курсу. Це підтверджується присвоєнням Україні статусу кандидата на членство. Це важливий аргумент для тих, хто стурбований можливим скороченням української промисловості. Модернізація має відбутися в різних секторах економіки, включаючи найбільш забруднюючі галузі промисловості, щоб конкурувати на міжнародних ринках після закінчення війни.

На прикладі проєкту GIZ «Найкращі доступні технології та методи управління для України», можна зауважити, що Україна вже може розраховувати на підтримку німецького уряду. Німецька допомога може бути надана для:

− запуску фінансового механізму на підприємствах, які впроваджують нові технології та методи управління, з безповоротнім фінансуванням до 2 мільйонів євро для кожного;

− розробки IT-системи для видачі інтегрованих довкільних дозволів онлайн, що запрацює восени 2023 року;

− підтримки у розробці підзаконних актів для усунення прогалин в реалізації законодавства;

− надання необхідної технічної документації та стандартів, включаючи готовий переклад десятьох запланованих довідників.

Для того, щоб проекти модернізації промисловості в Україні та інвестиції в нові виробництва стали масовими, необхідно розробити новий нормативно-правовий фундамент, який наблизить Україну до ЄС. Це допоможе відновити потужну, ефективну, екологічно чисту та сучасну промисловість.

В довгостроковій перспективі Україна може стати надійним партнером для впровадження «зеленого» курсу в Європі, що передбачає досягнення вуглецевої нейтральності до 2050 року. Незважаючи на війну та втрати потужностей, стратегічні інвестори вбачають великий потенціал в українській металургії. Індустрія зеленої металургії після війни може залучити значні інвестиції, але для цього важливо забезпечити наявність сировини, зокрема металобрухту.

Отже, на фоні помісячної динаміки в експорті продукції гірничо-металургійного комплексу України в лютому 2023 року відзначили покращення показників, включаючи зростання виробництва чавуну, залізної руди та напівфабрикатів.

Незважаючи на виклики, такі як логістичні проблеми та конфліктна ситуація, підприємства галузі зуміли пристосуватися та розпочали процес відновлення виробництва.

Важливими факторами для подальшого зростання є поліпшення постачання електроенергії, налагодження логістики, підвищення цін на сталь та руду, а також підтримка та співпраця з Європейським союзом у рамках "зеленого" курсу. Реалізація модернізаційних проектів та встановлення нового нормативно-правового фундаменту є ключовими завданнями для майбутнього розвитку української промисловості та залучення інвестицій у галузь.

Список використаних джерел

1) 30 років «озеленення»: екологічна модернізація незалежної української промисловості. URL: https://www.unian.ua/economics/energetics/30-rokiv-ozelenennya-ekologichna-modernizaciya-nezalezhnoji-ukrajinskoji-promislovosti-novini-sogodni-11518795.html (дата звернення 15.04.2023).

2) Офіційний сайт ЗМК «Запоріжсталь». URL: https://zaporizhstal.com/ (дата звернення 15.04.2023).

3) Як рік війни позначився на ГМК України: стан та ризики галузі. URL: https://dia.dp.gov.ua/yak-rik-vijni-poznachivsya-na-gmk-ukra%D1%97ni-stan-ta-riziki-galuzi/ (дата звернення 15.04.2023).

ЕТИКА І ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ

В.П. Соловйов, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, професор
Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки імені Г.М. Доброва НАН України
(м. Київ, Україна)

Інтеграційні процеси у світовій економіці є головним компонентом сучасної глобалізації. Слід зауважити, що, в цілому, до глобалізації у світі відношення неоднозначне. Визначаючи поняття глобалізації, вважається, що на даний час «зміни у світовідношеннях (worldviews) людей, глибинні та масові, змінюють вигляд економічного, політичного та соціального життя: трансформуються політичні та економічні цілі, релігійні норми та сімейні цінності, а ці зміни, у свою чергу, впливають на темпи економічного зростання, на стратегічні установки політичних партій та на перспективи для демократичних інститутів». Тобто ми маємо таку своєрідну ієрархію причинно-наслідкових подій. Безумовно, усі розумні люди чекають сприятливої «перспективи для демократичних інститутів». Але для цього потрібні відповідні «стратегічні установки політичних партій» і «темпи економічного зростання». Це все базується на «політичних та економічних цілях, релігійних нормах та сімейних цінностях», носіями яких є люді, які діють у відповідності осмислених ними етичних норм і правил. В історичному плані спостерігається загально людський ціннісний рух від критеріїв «виживання» в давні часи, які визначали в основному фізіологічні параметри особистості, через критерії «благополуччя», які додали граничні параметри навколишнього середовища, до критеріїв «щастя», які враховують певні емоційні забарвлення людини. Поява з часом нової групи критеріїв ні в якому сенсі не відмінює необхідність задовольняти вимоги критеріїв, які діяли попереду. Скоріше змінюється пріоритетність задоволення цих критеріїв.

Кожний період історії має свої етичні вподобання. Це нагадує тріаду природних закономірностей, на яких побудовано світ. Мається на увазі фізичні, біологічні і соціальні закономірності. Саме останній тип закономірностей – соціальний – є основою етики поведінки людині в усі часи і на всьому доступному сприйняттю людиною просторі. З одного боку, природні закономірності – це певні обмеження, і не врахування їх може обернутися неприємностями аж до катасторфи. З іншого боку, найкращих результатів в економіці і, взагалі, у життєвої практиці, можна досягти лише розуміючи і використовуючи собі на користь згадані природні закономірності.

Є думки, що уникнути сліпого тиску природи на людину допомагають етичні процеси. Принаймні П. Кропоткин, посилаючись на Томаса Гекслі, пише, що «стримування на кожному кроці космічного процесу і заміщення його чимось іншим, що можна назвати етичним процесом (моральним життям), внаслідок якого виходить не виживання тих, хто випадково виявився найбільш пристосованим по відношенню до існуючих умов, але тих, хто етично (морально) краще». «Космічний процес» символізує тут фізичні закономірності.

Оскільки проблема «виживання» стоїть перед людиною з найдавніших часів, то час виникнення відповідних критеріїв етики виживання втрачається в глибині століть. Найдавніші етичні принципи, зафіксовані в релігійних манускриптах, типу десяті заповідей Ветхого Заповіту, і на даний час є основою всіх цивілізованих суспільств. Мається на увазі, що наші цивільні закони фактично ґрунтуються на цих заповідях. В результаті, дотримання цих заповідей створює прийнятні умови для нашого життя на планеті Земля. Деяке оновлення ветхозавітних принципів зробив Бенджамін Франклін у своїх 13 чеснотах. Він вважав, якщо людина їх опанує, то може протистояти будь-якій небажаній поведінці.

Вирішення проблеми «благополуччя» потребує регулювання діяльності колективів. І тут на особливу увагу заслуговують економічні інструменти коригування етичного простору колективів, що працюють на основі трансакцій. Олівер Вільямсон довів, що різнопланові, системи відносин, таки як вертикальна інтеграція, ринкові бар'єри, профспілкові організації, сучасні корпорації, корпоративне управління, державне регулювання та антимонопольні процедури, мають схожу контрактну природу і тому доступні для аналізу на основі єдиної

концепції трансакційних витрат, тобто витрат за підготовку, укладання та реалізацію угод, чи інших робіт за принципом «замовник-виконавець». Дослідження цих відносин пов'язане зі з'ясуванням того, чи діють учасники контракту завжди узгоджено, чи мають місце моменти нерозуміння та конфлікти, що ведуть до відстрочок, зривів та інших неполадок у їхніх відносинах.

Можливо передбачити і це підтверджує Вільямсон, у всіх контактах, заснованих на трансакціях, поведінка людини залежить від того, які пізнавальні здібності мають люди, які беруть участь у процесі обміну, і в якій мірі вони орієнтуються при цьому на особистий інтерес. І тут можна виділити три фактори, що істотно впливають на трансакційні витрати: обмежена раціональність, неявні знання та егоїстична поведінка з елементами підступності. Аналіз економічної поведінки і замовника, і виконавця показує, що вони обидва діють, на їхню думку, навмисно раціонально, але насправді мають цю здатність лише обмеженою мірою. Спроба формально врахувати і обговорити в контракті, або в документі, що його замінює, всі можливі випадковості призводить до величезних трансакційних витрат. Проблема неявного знання викликана тим, що зміни інтуїтивних та формальних тверджень під час обговорення контракту залежать від неявних припущень, які приймаються як на початку, так і в кінці кожного ланцюга формальних висновків. Але людський спосіб мислення такий, що «дедуктивні міркування можуть бути невимовні в словах, і навіть найбільш повна формалізація логічних операцій включає неформалізований неявний коефіцієнт».

Схильність учасників контракту до егоїстичної поведінки та ще з елементами підступності виходить із того, що «існують серйозні проблеми встановлення та оцінки істинності інформації. Оскільки розкриття тієї чи іншої інформації частіше відбувається не з доброї волі, а скоріше з якихось стратегічних причин, то навіть те припущення, що зацікавлені особи обмінюються усією доступною їм інформацією, навряд чи дозволить безумовно подолати початкову нерівномірність її розподілу між сторонами. Навпаки, вихідна інформаційна асиметрія зберігається і може навіть збільшитися у міру розвитку подій».

Економічні важелі подолання даної, фактично етичної, проблеми можуть являти собою включення в кошторис витрат на виконання контрактних відносин додаткових коштів протидії переліченим джерелам неприємностей, зокрема і шляхом оперативного передбачення, і шляхом реакції на події. Як показує практика, додаткові кошти можуть становити близько 40% кошторису витрат, якщо для нас важливо, щоб виконувались встановлені контрактом терміни виконання.

Все вище згадане свідчить про те, що вирішення багатьох складних проблем індивідуальних і колективних контактів між суб’єктами економіки фактично замикаються на можливості етики. Ці проблеми могли би бути певною мірою вирішені, якби учасники контрактних відносин дотримувалися певних етичних норм. В умовах вільних соціально-економічних відносин етичні норми формуються значною мірою стихійно і зовнішній вплив може бути в кращому разі коригуючим. Хоча є певні погляди на можливості організації задіяння етики через систему управління виробництвом. Є вітчизняні дослідження, які свідчать, що «для вирішення тактичних завдань соціальної відповідальності найбільш дієвими виявляються комітети з етики, проведення етичних експертиз, етичне консультування. Створені для вирішення непередбачених резонансних завдань, вони позитивно впливають на суспільний імідж організації, зміцнюють корпоративну культуру, знижують ризики опортуністичного поведінки серед співробітників, змушують скорегувати методи досягнення цілей» [1, с. 11-12].

Доводиться зважати на те, що етична атмосфера в тій чи іншій сфері економічної чи соціальної діяльності залежить від політичної атмосфери конкретного просторового ареалу та конкретного тимчасового інтервалу розгортання подій. Як стверджує О. Шпенглер – «соціальна етика є не що інше, як практична політика». Звідси можна дійти висновку, що етична атмосфера у державі істотно залежить від розуміння етичних принципів політиками, які символізують владу, їхньої відповідальності за формування етичної атмосфери, що забезпечує хоча б можливість просування суспільства до добробуту. Розмірковуючи – якими якостями повинні володіти політики можна послатися на Макса Вебера, якій писав: «Ми повинні

усвідомити собі, що будь-яка етично орієнтована дія може підкорятися двом фундаментально різним, непримиренно протилежним максимам: вона може бути орієнтована або на «етику переконання», або на «етику відповідальності». І оскільки етика переконання і етика відповідальності не є абсолютні протилежності, але взаємодоповнення, які лише спільно становлять справжню людину, того, хто може мати «покликання до політики».

На даний час ми спостерігаємо перехід від ери «благополуччя» до ери «щастя». Як приклад такого твердження можна навести результати американських учених Д. Канемана та А. Дітона, одну з характеристик ери «благополуччяя», що має назву «матеріальне становище», у співвідношенні зі щорічним доходом громадян США. З цього питання, через Інститут Геллапа, було отримано дані про 450 тисяч американців. В результаті було встановлено, що в міру того, як річний дохід підвищується, емоційна реакція на цей факт залишається досить високою до доходу приблизно 75 тисяч доларів США на рік на людину. Перевищення цього порога, звісно, продовжує підвищувати рівень комфортності життя і підтримує почуття загальної задоволеності життям, проте емоційне сприйняття життя починає залежати від інших чинників. Як пишуть Канеман і Дітон: «Найімовірніше, при перевищенні річного доходу вище за поріг у 75 тисяч доларів, здатність людей у буквальному сенсі «купувати» життєвий досвід, що приносить суто позитивні емоції, врівноважується негативними ефектами, що позбавляють людину можливості відчути маленькі радості життя». Стаття, де наведені ці результати має символічну назву – «Високий дохід покращує оцінку життя, але не емоційне благополуччя» [2].

З цих позицій природно виглядає новий індекс оцінки якості життя, який з'явився з легкої руки четвертого короля Бутану – невеликої країни в Гимолаях (і прийнятий необов'язковою резолюцією ООН за пропозиції 66 країн), який відображає Валове Національне Щастя подібно Валовому Внутрішньому Продукту. Для розрахунку індексу щастя використовуються три показники: суб'єктивне задоволення людей життям; очікувана тривалість життя; так званий «екологічний слід». Екологічний слід – міра впливу людини на довкілля, яка дозволяє розрахувати розміри прилеглої території, необхідної для споживаних нами екологічних ресурсів і поглинання відходів.

Всі ці індекси і розрахунки фактично визначають формальні показники, що оцінюють можливість виконання все тих же ветхозавітних заповідей, чи принципів доброчесності Бенджаміна Франкліна. Слід зазначити, що ці підходи є найбільш продуктивним в умовах соціальної стабільності. Періоди воєн, епідемій, глобальних катастроф є випробуванням для етичних систем, що склалися в часи благополуччя, і неодмінно призводять до їх трансформації. Історичні долі будь-якого суспільства складаються так, що періоди благополуччя, які вважаються нормою існування й досягаються певними плановими зусиллями членів суспільства, іноді перериваються періодами природних і соціальних лих. Важливо мати на увазі, що як із загальної соціології, так і з індуктивної філософії історії слідує, що «лиха не є лише злом: поряд із руйнівними та згубними функціями вони відіграють і конструктивну позитивну роль в історії культури та творчої діяльності людей. Поки люди такі, якими є, катастрофи є великими вихователями людства». У періоди лих загострюються відносини між різними верствами населення, що уможливлює переосмислення концепцій, у тому числі етичних, у такий спосіб, аби запобігти посиленню соціального неблагополуччя і його можливим катастрофічним наслідкам.

Список використаних джерел:

1) Філиппова С.В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. *Економіка: реалії часу.* Науковий журнал. 2017. 2 (30). С. 5-17.

2) Kahneman D., Deaton A. High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 107 (38), 2010.

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

О.В. Іваницький, здобувач PhD
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(м. Київ, Україна)

У сучасному глобальному світі проблема регулювання девіантної поведінки загострюється внаслідок існування ціннісного плюралізму, розмиття границь дозволеного та недозволеного, відсутності чіткої ієрархії прав, обов'язків і свобод людини. Система координат, в рамках якої іде оцінка будь-яких дій чи актів індивіда і/або соціальних груп, підпорядкована багатьом впливам, зокрема, демографічним, етнографічним, ідеологічним, соціокультурним тощо, що змінює простір векторів оцінювання. Внаслідок цього може виникати явище соціальної дезорієнтації, правового нігілізму, деформації правосвідомості та праворозуміння.

У сучасній девіантології склалися дві основні парадигми визначення та аналізу девіантної поведінки: позитивізм і соціальний конструктивізм. Представники позитивізму визнають, що девіації (як і девіанти) реально існують і мають певні кількісні та якісні характеристики, які вирізняють їх від недевіантних (конвенціональних) моделей поведінки.

В основу соціального конструктивізму покладено теорію соціальної стигматизації, тобто навішування соціальних ярликів, клейма, лейблів, наділення поведінки окремих індивідів або їх груп негативними (як правило) або небажаними рисами. Зокрема, пошлемося на досить розповсюджене визначення девіації як будь-якої дії, яку можновладці (the powerful) в певний час і в певному місці вважають порушенням якогось соціального правила [3]. У такому значенні дослідження девіацій пов'язано передусім з дослідженнями владних повноважень, тобто визначенням того, хто саме наділений правом і можливостями «навішування ярликів».

Соціальний конструктивізм тісно пов'язаний з правом і, зокрема, за підходом Ю.Н. Оборотова, з «…праворозумінням, розумінням права і розумінням у правовій сфері» [2, с.50]. Для цілей нашого дослідження важливим є саме поняття «розуміння у правовій сфері» як особливого стану суб'єкта, без якого «… неможливими стають включеність у правові відносини, відповідність поведінки вимогам правових приписів, постановка цілей і завдань з використання правових засобів, прийняття правових рішень тощо» [там же]. Тобто, свідоме включення у правову систему держави визначає особу, яка не схильна до девіацій і визнає соціальні норми.

Якщо в епоху домінування доктрини суверенних націй основним суб'єктом, що встановлював правила «гри», була держава в особі її уповноважених органів, то в епоху глобалізації та інтеграційних процесів таку роль переймають на себе наднаціональні структури, які виконують інтегруючі функції щодо встановлення норм, правил, стандартів, праворозуміння та розуміння в правовій сфері. Вони ж набувають функцій вирішального впливу на публічну думку щодо оцінки поведінки особи (в широкому розумінні цього поняття) як девіантної. Такі організації, як ООН, Міжнародний валютний фонд, Європейська комісія, ЮНЕСКО та багато інших визначають сутність, характер і ознаки девіації в економічній, фінансовій, соціокультурній, соціальній та інших сферах у глобальних масштабах.

В умовах існування багатьох джерел права та проведення політики правового плюралізму, девіантологія все більше націлена на врахування етнографічних, ідеологічних, психологічних, демографічних факторів, що, на нашу думку, зближує позиції апологетів соціального конструктивізму та позитивізму. «Конструктивісти» та «позитивісти» враховують реальні факти, зразки поведінки, упередження та забобони, самозахист і культурні конфлікти, які виникають між різними націями, соціальними стратами, угрупованнями тощо. В понятті девіатної поведінки виокремлюється поведінка еліт, соціальних угруповань, етнічних груп, категорій населення. Отже, ми можемо говорити про норморозуміння, розуміння норми та

розуміння щодо дотримання норм соціального буття широким колом осіб, які належать до різних соціальних, етнічних, демографічних груп з усе більш деталізованими характеристиками та особливостями проявів поведінки.

В умовах глобалізаційно-інтеграційних процесів особливо змінюється ставлення суспільства до так званих злочинів «без жертв» («crimes without victims»), до яких належать ігроманія (лудоманія), наркозалежність, певні зразки сексуальної поведінки, контрабанда тощо. У багатьох розвинених країнах значна доля таких злочинів не лише не засуджується, а й переслідується законом осуд такої поведінки. Такий підхід веде до протистояння країн, з одного боку, із традиційною економікою та патріархальною системою цінностей, та державами, які прийнято називати демократичними, з іншого, де система свобод, гідності, самоідентифікації передбачає значно більш широкі границі норм і правил соціального життя. Більше того, на мапі світу з'являються держави-ізгої (rogue states), в яких жорсткі рамки життєдіяльності громадян або певних їх категорій (жінок, осіб з мізерним рівнем доходів) вважаються неприйнятними з боку міжнародної спільноти. Як писала у 2014 році Сорайя Сідані, фіксується трансгресивна поведінка у міжнародних масштабах. Причому, її джерелами є структурні утиски з боку групи і/або самомаргіналізації та добровільне дистанціювання певного актора [4]. Змінюється й характер соціального конфлікту індивіда («бунтівної людини» за висловом А.Камю [1]) із соціумом. Із розширенням і послабленням кордонів держав, посиленням інтеграційних процесів бунтівна людина в умовах глобалізації – це людина, яка негативно сприймає не тільки деякі норми, що прийняті в національному суспільстві, а й ті, що здаються їй несправедливими, ненормальними щодо інших країн, інших регіонів або просто «інших».

Водночас, у глобалізованому просторі зростає роль окремих особистостей у підриві усталених норм. Про «бунтівну людину» писав А.Камю, відзначаючи, що особистості, постаті яких є найтрагічнішими, можуть викликати зміну ієрархії цінності, і ці явища стають відчутними у суспільстві, формуючи певні передчуття. Великий філософ і письменник назвав таких особистостей «конкістадорами повсякденності», які набувають великий досвід і виграють свою власну мораль [1]. Вони визначають хід історії, зміну парадигми в науці чи естетиці, революціонізують галузі, характер діяльності, регіони.

Отже, процеси глобалізації, інтеграції, глокалізації в їх взаємозв'язку кардинально змінюють дослідження явищ девіації та моделей девіантної поведінки. По-перше, значно збільшується перелік різновидів девіантної поведінки. По-друге, зростає число факторів і фактів, які враховують при оцінці девіацій, причому, деякі з них мають характер послаблюючого, деякі – посилюючого впливу. Серед цих факторів етнографічні, демографічні, ідеологічні, тобто ті, які визначають сучасне міжнародне суспільство і водорозділ між засадами його побудови, посідають найбільш значимі місця. По-третє, ключовим при оцінюванні девіантної поведінки є розуміння в правовій сфері та сприйняття норм, звичаїв і цінностей з боку окремих груп, страт, осіб. Проблеми виникнення девіацій є проблемами передусім проблемами встановлення цінностей суспільства та аналізу того, як ці цінності сприйматиме більшість населення та впливових груп. Тобто, це є і проблемами реалізації міжнародної та державної політики.

Список використаних джерел:

1) Камю А. Міф про Сізіфа. Бунтівна людина. Харків: Фоліо, 2022. 448 с.

2) Оборотов Ю.Н. Праворозуміння як аксіоматичне начало (постулат) права. Право України. 2010. № 4. С. 49-56.

3) Deviance Today (2020). By Addrain Conyers, Thomas C. Calhoun (ed.). 2nd Edition. Published July 14, 2020 by Routledge. 462 pp. (дата звернення 12.08.2023)

4) Pouliot, V., & Sidani, S. (2015). [Review of Intégration et déviance au sein du système international (Integration and deviance within the international system)]. European Review of International Studies, 2(3), 172–175. https://www.jstor.org/stable/26593494

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

О.І. Продіус, доктор економічних наук, професор
І.М. Максімичева, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

У сучасному світі, де глобальні процеси та технологічний революційний розвиток неспинно перетворюють економіку, культуру, та способи міжнародної співпраці, поняття «глобалізація» і «цифрова трансформація» стали невід'ємними складовими буденності. Одним із ключових сегментів, що відчуває інтенсивні зміни через ці зміни, є сфера обслуговування клієнтів. Метою дослідження є розгляд впливу глобалізації та цифрової трансформації на сферу обслуговування, а також визначення стратегій, що дозволять підприємствам ефективно адаптуватися до цих змін. Однією з головних практичних значущостей роботи є підвищення свідомості менеджерів про важливість використання цифрових можливостей в операційних процесах. Глобалізація – це процес інтеграції та взаємозалежності національних економік, культур, технологій і політики у світовому масштабі. Основні аспекти глобалізації включають в себе економічну інтеграцію, культурний обмін, соціальні та політичні зміни, а також технологічний розвиток у міжнародному контексті [1]. Трансформація глобальних ринків обслуговування клієнтів є невід'ємною частиною сучасного бізнесу і може включати в себе такі елементи:

- розширення географічних меж ринків обслуговування клієнтів. Підприємства мають можливість обслуговувати клієнтів не лише на національному рівні, але і на міжнародному;
- зміна конкурентного середовища – компанії повинні бути готові конкурувати з іноземними гравцями та надавати якісне обслуговування, щоб здобути та утримати клієнтів;
- різноманіття способів взаємодії з клієнтами. Використання онлайн-платформ, штучного інтелекту та аналітики сприяє покращенню обслуговування для різних аудиторій;
- дотримання міжнародних стандартів та регуляцій, які стосуються обслуговування клієнтів (захист персональних даних, стабільність тарифів та правил обслуговування);
- вплив глобалізації на споживчу поведінку та очікування клієнтів. Компаніям необхідно фокусуватися на цих змінах і адаптувати свої послуги та продукти відповідно.

Глобальні тренди у споживчому поведінці та очікуваннях клієнтів різноманітні і мають властивість постійно змінюватися, впливаючи на спосіб, яким підприємства надають послуги та продукти. Деякі з ключових аспектів наведені у Таблиці 1.

Таблиця 1 – Глобальні тренди у споживчій поведінці.

№	Фактор	Характеристика фактору
1	Цифрова трансформація в обслуговуванні клієнтів	Зростають очікування щодо доступу до продуктів і послуг через мобільні додатки, веб-платформи та соціальні мережі. Клієнти очікують зручності та швидкості в інтеракціях з компаніями.
2	Персоналізація	Споживачі бажають персоналізованих рішень і пропозицій і очікують, що підприємства будуть враховувати їхні вимоги.
3	Зростання екологічної свідомості	Споживачі дедалі більше звертають увагу на сталість та відповідальність підприємств (приділення уваги екологічно чистим товарам, пропозиціям сталого розвитку тощо).
4	Популярність онлайн-взаємодії	Завдяки соціальним мережам та онлайн-комунікаціям, клієнти знаходять нові способи обміну враженнями про продукти та послуги. Відгуки клієнтів можуть впливати на репутацію компаній.
5	Важливість етичності і суспільної відповідальності	Клієнти вимагають від компаній більшої суспільної відповідальності та активної участі в розв'язанні глобальних проблем.

Спираючись на елементи трансформації споживчих ринків та таблицю, можна зазначити, що цифрові технології впливають на обслуговування клієнтів на кількох рівнях. По-

перше, вони дозволяють підприємствам збирати та аналізувати великі обсяги даних про клієнтів, включаючи історію покупок та поведінку в мережі, що допомагає створювати більш докладні профілі клієнтів і надавати персоналізовані рекомендації та послуги. Крім того, відстеження поведінки користувачів на веб-сайтах дозволяє оптимізувати дизайн і навігацію, покращувати конверсію та забезпечувати більш зручний досвід користувачів.

По-друге, аналітика даних дозволяє прогнозувати попит на продукти та послуги на різних ринках, що надає змогу компаніям планувати запаси та оптимізувати постачання, уникнути дефіциту або перенасичення ринку.

По-третє, автоматизація за допомогою штучного інтелекту та чат-ботів дозволяє відповідати на запити клієнтів безпосередньо та швидко. Цифрові технології зменшують час очікування, що значно покращує задоволеність клієнтів. Сюди можна віднести і більш високу швидкість комунікації з клієнтами через різні канали (веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі тощо).

Нарешті, цифрові технології допомагають забезпечити безпеку та конфіденційність даних клієнтів, що має велике значення у світі, де захист особистої інформації стає все важливішим аспектом відносин з клієнтами. Аналітика Big Data використовується для виявлення можливих загроз та ризиків у сфері безпеки, що допомагає зменшити втрати та забезпечити безпеку клієнтів.

Ефективність інтеграції глобалізації та цифрової трансформації у сфері обслуговування клієнтів на сучасному етапі представляє складний та невід'ємний аспект стратегічного управління. Ця інтеграція сприяє розширенню географії діяльності підприємств і розвитку їхнього міжнародного присутності, завдяки можливостям віртуального зв'язку та залучення клієнтів з усього світу. Однак варто відзначити, що цей супроводжується рядом викликів та обмежень [2-3]. Виклики включають у себе забезпечення безпеки та конфіденційності даних в умовах масштабних інформаційних потоків, а також ефективного управління глобальними комунікаціями та координації міжнародних команд. Крім того, конкуренція на глобальних ринках стає все більш інтенсивною, що вимагає від підприємств здатності швидко адаптуватися до мінливих умов та реагувати на вимоги різноманітних ринків.

Зростаюча складність споживчої поведінки та різноманітність очікувань клієнтів на глобальних ринках вимагають від підприємств поглибленого аналізу даних і застосування стратегій персоналізації для надання індивідуальних рішень. Додатково, інтеграція цифрових технологій і глобалізації спонукає до створення більш гнучких та адаптивних бізнес-моделей, які можуть відповідати різноманітним потребам клієнтів у всесвітньому масштабі.

У 2023 році глобальні ринки і цифрова трансформація взаємодіють в різних аспектах. Зростаюча доступність Інтернету в усіх куточках світу та швидкі технологічні зміни розширюють область бізнес-операцій, дозволяючи підприємствам ефективно конкурувати на глобальних ринках. Цифрові платформи та інструменти забезпечують можливість відкривати віртуальні платформи та надавати послуги в будь-якій точці світу. Компанії використовують цифровий маркетинг для залучення та збереження клієнтів на глобальному рівні, а аналітика даних дозволяє зрозуміти споживачів та пристосовувати пропозиції до їхніх потреб. В цьому контексті, глобальні ринки та цифрова трансформація взаємопоєднуються для забезпечення ефективного та конкурентоспроможного бізнесу в сучасному світі.

Список використаних джерел:

1) Нартова І.В., Коломієць Є.О. Глобалізація та її вплив на розвиток світового виробництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2011. №3 (48). С. 32-35.

2) Ревак І.О., Грень Р.Т. Цифрова трансформація: передумови, тренди, ризики та загрози. *Соціально-правові студії.* 2022. №5. С. 61–67.

3) Prodius O.I. The inclusive development concept as a modern paradigm for intensification of implementation of innovations. *Three Seas Economic Journal*. 2020.1(1), p. 60-65.

ВИТОКИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»

В.Ю. Філіппов, доктор економічних наук, професор
В.О. Тоніна, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Термін «бізнес-аналітика» у своєму сучасному значенні прийшов до нас відносно нещодавно з появою нових технологій, але ж він має свою історію, своє «нове значення» про яке і варто поговорити. Різниці між поняттями «бізнес-аналітика» і «бізнес-аналіз», яка може заплутати людей, які стикаються з цими термінами вперше, цей матеріал допоможе розібратися з відмінностями і як наслідок дасть зрозуміти еволюцію поняття «бізнес-аналітика».

Бізнес-аналіз – це поняття, яке описує певну структуру, за допомогою якої можна ефективно вирішити проблеми, які виникають у підприємства. Процес складено так: виокремлюються певні цілі, за допомогою яких можна вирішити різні питання, наприклад, конкурентоспроможності, впізнаваності бізнесу, лояльності ца і тп, виходячи з цього будується розуміння, за допомогою чого тих цілей можна досягнути, як покроково прийти до рішення проблеми. Людину, яка займається розробкою стратегії, яка приведе до поставлених цілей, називають бізнес-аналітиком.

Бізнес-аналітика в українській мові включає в себе два поняття, такі як «бізнес-аналіз», про який було зазначено вище і «Business Intelligence» (BI), що з англійської перекладається як бізнесова аналітика, що звучить так само, але сенс має трохи інший.

Бізнесова аналітика – це набір технологій, які використовуються для вирішення конкретних бізнес-завдань. Інструменти BI, як правило, розроблені для надання комбінації оперативної вбудованої аналітики, можливостей аналітичної платформи та різноманітних функцій візуалізації даних.

Вони включають інструменти звітності, інструменти статистичного аналізу, системи керування базами даних і програми інтелектуального аналізу даних. BI зазвичай впроваджується як окрема технологія всередині компанії або сторонньою консалтинговою фірмою чи постачальником.

Платформа BI – це здебільшого хмарне рішення, розроблене, щоб допомогти організації досягти та підтримувати цілі своїх ініціатив цифрової трансформації. Платформу можна використовувати для зберігання, упорядкування та аналізу даних, що дозволяє організаціям отримувати доступ до інформації, необхідної для досягнення своїх бізнес-цілей.

Бізнес-аналітик допомагає з’ясувати, на якому етапі знаходиться бізнес, разом з клієнтом визначає цілі (це може бути чи бізнес цілі, чи маркетингові цілі, чи взагалі комунікативні цілі), вже маючи розуміння, куди йти, разом з клієнтом складають план дій, за допомогою якого можливо прийти до визначеного результату з максимальною ефективністю і з мінімальними втратами, а допомагає бізнес-аналітику робити свою роботи добре набір технологій, тобто BI.

Якщо говорити про те, коли саме з’явився цей термін, то відомо конкретний рій: 1958, «Business Intelligence» впровадив дослідник Ганс Пітер Лун і визначення звучало інакше за те, яке можна зараз знайти вільному доступі, а саме це «здатність розуміти зв'язки між представленими фактами таким чином, щоб направляти дії для досягнення бажаної мети»

Перша ера бізнес-аналітики почалася з IT-відділу як контролера всіх корпоративних даних. Вони почали впроваджувати техніку об’єднання даних з кількох систем в єдину базу даних. Таким чином, вони називають цей процес як вилучення, перетворення та завантаження (ETL). Крім того, компанія може використовувати дані для аналізу. IT-спеціалісти виконували б запити від імені клієнтів. Після цього IT-спеціалісти виступили з доповіддю перед власниками бізнесу. Процес міг тривати дні або тижні залежно від кваліфікації персоналу. Крім того, процес був занадто довгим і неефективним для клієнтів.

Після ери розвитку комп'ютерів системи BI також розвивалися швидше. Бізнес-користувачі мають можливість використовувати інструменти BI для доступу до всіх даних. Ці інструменти дозволяють виконувати спеціальний аналіз із джерел даних.

«Програмні засоби, що функціонують в рамках підприємства і які забезпечують функції доступу та аналізу інформації, яка міститься в сховищі даних, а також забезпечують прийняття правильних і обґрунтованих управлінських рішень», – це вже більш сучасна інтерпритація «Business Intelligence» (BI), ближча до наших реалій і вперше про неї сказала компанія Gartner в 1996 р. Продовжуючи про компанію Garter, у 2010 термін «Business Intelligence» змогли розрити ще ширше і тепер він має таке значення: «BI – це узагальнювальний термін, що включає застосунки, інфраструктуру й інструменти, а також кращі практики, які забезпечують доступ до інформації та її аналіз з метою оптимізації рішень і управління ефективністю».

Якщо зібрати всю інформацію докупи, можна прийти до такого висновка, бізнес-аналітика у сучасному значенні – це поєднання софт і хард скілів аналітика, якого покликали виконати свою роботу, це вміння приймати правильні рішення на основі інформації, яку людина отримала аналізуючи велику кількість інформації, яку вона отримала за допомогою технологій, які використовуються для вирішення конкретних бізнес-завдань, інструментів BI.

Поняття «бізнес-аналітика» має свої коріння, що сягають далеко в минуле, але отримало своє сучасне значення завдяки розвитку нових технологій та підходів до аналізу даних. Відмінності між поняттями «бізнес-аналітика» і «бізнес-аналіз» полягають у специфіці процесу аналізу та ролі фахівця у цьому процесі. Також важливо розрізняти «бізнес-аналітику» від «Business Intelligence» (BI), де перше описує процес аналізу даних, а друге - набір технологій для виконання аналізу.

Сучасний бізнес-аналітик поєднує знання та навички бізнес-аналізу з використанням технологій BI для прийняття стратегічних рішень у сучасному бізнес-середовищі. Цей професійний профіль стає все більш важливим у сучасному світі, де дані відіграють ключову роль у прийнятті бізнес-рішень. Також у сучасному світі поняття «бізнес-аналітика» набуло нового рівня значущості і актуальності завдяки стрімкому розвитку технологій та збільшенню обсягів доступної інформації. Сучасний бізнес-аналітик вже не лише аналізує дані, але і використовує різноманітні інструменти Business Intelligence для їх обробки та візуалізації. Це дозволяє бізнесу приймати більш обґрунтовані та швидкі рішення на основі даних. Еволюція поняття "бізнес-аналітика" свідчить про постійний розвиток і адаптацію до вимог сучасного бізнес-середовища. Від початкових вилучення та об'єднання даних, бізнес-аналітика перетворилася на більш стратегічний інструмент, який допомагає компаніям вирішувати складні завдання і досягати своїх цілей ефективніше.

У майбутньому роль бізнес-аналітика може ще більше зростати, оскільки з кожним роком кількість даних росте, а це вимагає більш комплексного та інтелектуального підходу до їх аналізу. Таким чином, еволюція поняття "бізнес-аналітика" продовжується, а його роль в сучасному бізнесі стає ще більшою та важливішою.

Список використанних джерел

1) Хто такий бізнес-аналітик в IT? Роль, обов`язки, перспективи. GoIT – школа айтішних професій: веб-сайт. 2023. URL: https://goit.global/ua/articles/khto-takyy-biznes-analityk-v-it-rol-obov-iazky-perspektyvy (Дата звернення 10.09.2023).

2) Баріленко В.І. Підготовка бізнес-аналітиків. Економічний аналіз: теорія і практика. 2011 р. № 33. С. 42-47.

3) Філіппов В.Ю., Зотова Л.Г. Бізнес-аналітика та її роль в управлінні підприємством. Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку : Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. Україна, м. Одеса, Одеська Політехніка, 20 вересня 2022 р. С. 23-26.

4) Paul D., Cadle J., Yeates D. Business Analysis / 3rd edю. BCS Learning & Development Publication, 2014. 272 p.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСАХ

Т.І. Козаченко, здобувач PhD
В.П. Чорний, здобувач PhD
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах – перед продажем, у момент продажу, під час споживання, після споживання. Для найбільшої ефективності, комунікаційні програми необхідно розробляти спеціально для кожного сегменту, ринкової ніші і навіть окремих клієнтів. При цьому дуже важливий як прямий, так і зворотній зв'язок між фірмою і клієнтами. Таким чином, першим етапом комунікаційного процесу є аудит усіх потенційних можливостей взаємодії компанії і її продукту з клієнтами.

В соціальному аспекті на рівні організації комунікація виконує інформаційну, командну, інтеграційну та переконуючу роль. Усередині підприємства первинну роль відіграє ієрархічний розподіл повноважень між працівниками, який формує певні потреби у комунікаціях, спільність і двобічність намірів працівників, особливості правил комунікації.

Слід зауважити, що демократична комунікація може існувати лише за умов існування демократичної системи суспільства. Демократична економічна система ніколи не буває у стані рівноваги, оскільки постійно бере участь у динамічних процесах. Політика та економіка досліджуються в даному випадку як процес керування і координації зусиль щодо досягнення певних цілей.

Нормальне функціонування такої системи пов'язане із станом внутрішнього і зовнішнього до неї середовища, тобто вона постійно залежить від інформації, яка надходить із зовні, а також від власних субсистем про розвиток самої системи.

Відтак, якість економічних рішень, передбачення і випередження залежать від інформації, якою володіє економічна система. Остання може мати серйозні проблеми через недостовірність або недостатність інформаційних даних. Нову інформацію вона мусить порівнювати з раніше отриманою, що відображає її економічний досвід. На підставі отриманої інформації економічна система має можливість адекватно і оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищах, а також прогнозувати власний розвиток у подальшому.

Виходячи з визначення сутності комунікації, її ролі можна зробити висновок, що в керуванні підприємством діє система комунікацій - сукупність елементів, яка безпосередньо пов'язана з цілями, функціями і організаційною структурою підприємства, напрямами інформаційних потоків, технологією їх передачі, розробкою комунікаційних стратегій в управлінні.

Такою системою буде слугувати маркетингова система комунікацій. Процес передачі економічної інформації, яка циркулює від однієї частини економічної системи до іншої, між економічною, політичною і суспільною системами, а також між суспільними групами та індивідами, називається системою маркетингових комунікацій.

Таке твердження-характеристика маркетингових комунікацій розкриває їх глобальний зміст, але не дає характеристики робочого механізму досягнення мети. Воно є правильним для дослідження суспільства в цілому, але для конкретного підприємства як складової частини суспільства більш актуальне наступне твердження: «система маркетингових комунікацій являє собою діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання і нагадування споживачам про свої товари, стимулювання їхнього збуту і створення позитивного іміджу фірми» [1].

Маркетингові комунікації є життєво необхідними джерелами існування економічної системи взагалі і підприємства конкретно.

Кожна економічна система розгортає власну мережу маркетингової комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається паралельно з економічними та

політичними структурами. Але існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства і рівнем розвитку структур маркетингової комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передачі інформації, так і базовою ідеологією економічної системи.

Залежно від типів суспільства, маркетингові комунікації можуть працювати по-різному. Наприклад, у демократичному суспільстві вони характеризуються ліберальним стилем як у політиці, так і в економіці. Тести, повідомлення, як правило, розуміють усі пересічні громадяни.

В недемократичній економічній системі маркетингові комунікації характеризуються диктаторством, нав'язуванням громадянам певних думок та поглядів і мають диференційований характер залежно від адресата.

При авторитарному управлінні маркетингова інформація часто може підлягати цензурі.

З точки зору мобільності і оперативності роботи маркетингових комунікацій демократичне і недемократичне суспільство також відрізняються. Таким чином, нормальні ринкові відносини можуть скластися тільки при умові демократизації суспільства, тому у демократичному суспільстві газети, журнали, радіо-, телеканали працюють в автономному режимі і намагаються якомога швидше подати інформацію. Це обумовлено наявністю конкуренції, необхідністю виживання в умовах ринку.

В умовах конкуренції та глобалізації для досягнення очікуваного результату, розширення збуту, створення позитивного ринкового іміджу підприємства застосовують комунікаційну модель, яка змушує відмовитись від пасивного пристосування до ринкових умов і перейти до політики впливу на ринок з метою активного формування попиту на продукцію, яка пропонується.

Дж. Фіск і Дж. Хартлі відокремили декілька загальних чинників ефективності комунікацій [1]:

- чим більшою монополією володіє джерело комунікації, тим вище імовірність позитивного відгуку одержувача;
- комунікації більш ефективні у випадках, коли звернення відповідає думкам, переконанням і перевагам одержувача;
- ступінь впливу звернення підвищується, якщо адресат зацікавиться його темою;
- комунікації будуть більш успішними, якщо джерело вважається професійним, має високий статус, якщо відомі його цілі або орієнтація, особливо тоді, коли джерело користується великим впливом в аудиторії і легко ідентифікується;
- при будь-якій комунікації потрібно враховувати соціальний контекст, що завжди впливає на сприйняття.

Вибір елементів та засобів комунікації може проводитися за узагальненими критеріями, такими як: можливість цільового розповсюдження комунікацій; асортимент і можливість комбінування елементів комплексу комунікацій; обсяг можливих повідомлень; тривалість дії комунікацій; характер ситуації і місце комунікацій; можливість ізоляції впливу конкурентів; ставлення комуніканта до іміджу носія комунікацій.

Список використаних джерел

1) Кравченко М.О., Лаврова А.О. Аналіз підходів до бізнес-моделювання стартап проектів. *Актуальні проблеми економіки та управління* : збірник наукових праць молодих вчених. 2017. 11. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22553. (дата звернення: 23.01.2023).

2) Business Model Canvas. *Businessmodelsinc* : веб-сайт. URL: https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas (дата звернення: 18.04.2023).

3) Create a New Business Model Canvas. *Canvanizer*: веб-сайт. URL: https://canvanizer.com/new/business-model-canvas (дата звернення: 18.04.2023).

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

В.В. Сирма, здобувач PhD
О.С. Голуб, здобувач PhD
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Джерело найчистішої інновації - комп'ютер дозволив з'явитися такому потужному й при цьому загальнодоступному засобу комунікацій і дистрибуції, як Інтернет. Саме Інтернет став визначальною силою, що стоїть за всіма перетвореннями в області маркетингових концепцій. Саме Інтернет дозволяє одержати доступ до будь-якого ринку - від самого широкого до специфічного.

Набагато більш значимим є потенціал Інтернет в галузі дистрибуції. Сьогодні покупець може проводити фінансові операції через Інтернет, слухати живе радіо, читати спеціально спроектовані під його інтереси ранкові газети, завантажувати програмне забезпечення, ходити по віртуальній бібліотеці або книгарні, і все це в досить комфортних умовах. І, що характерно, список цих можливостей стає з кожним днем тільки довшим. Так що, справжня магія Інтернет полягає в тому, що він дозволяє підприємцеві, що має невеликий капітал, досягти потрібних йому цільових груп у найкоротший термін і при таких мінімальних витратах, які раніше важко було собі представити. Таким чином, цей фактор привів до демократизації умов ринкової експансії для гравців з абсолютно різними стартовими умовами. У старій економіці маркетинг починався усередині компанії й фокусувався на тому, що й коли компанія хотіла продати з наявного в неї. Потім про це інформувався зовнішній (стосовно компанії) світ на основі ініціатив масового маркетингу. Їх же ціль була - придбання частки ринку.

У новій економіці маркетинг починається поза компанією. Тут споживачі вивчають самі себе (дізнаються хто вони, як у прямому, так і в переносному значенні). Ці знання є основою для створення актуальних і індивідуальних інформативних повідомлень (на основі створених товарів), які доставляються потенційним і існуючим споживачам з їхнього дозволу.

Сьогодні маркетологам недостатньо простору масового маркетингу. Наприклад Джо Понс сучасний маркетинг називає кліентингом, тому що в сучасних умовах боротьба ведеться не за ринки, а за клієнтів. Причому компанії вже звертаються не до окремих груп споживачів, як раніше, а до конкретних клієнтів. Все це стало можливим завдяки розвитку технологій, що дозволяють накопичувати та аналізувати інформацію про кожного клієнта [1].

Можна виділити наступні маркетингові тенденції.

1) Зменшується кількість торгівельних посередників. Усе складніше одержувати дохід від продажу чиїхось товарів як у традиційному, так і в інтерактивному середовищі. Причиною є - обмежені можливості націнок і високі витрати на інвентаризацію сотень, якщо не тисяч товарів, значні витрати управління, нехай навіть за допомогою досконалого устаткування, незліченними зв'язками з постачальниками й продавцями.

2) Конфлікти каналів збуту. Збільшується значення дистриб’юторів у порівнянні зі значенням виробників. Для багатьох країн, і Україна не є виключенням, характерною є ситуація, коли декілька великих роздрібних мереж мають значну владу над виробником, оскільки контролюють доступ до споживачів. Отже, більше виробників будуть продавати свій товар самостійно, переключившись на електронну торгівлю, застосовуючи прямий індивідуальний маркетинг, продаючи й поширюючи свої товари прямо споживачам.

3) Зменшується кількість виробників і одночасно збільшується кількість брендів – конкуренція стає більш жорстокішою. Виробники, у яких бізнес «не пішов» зникають з ринку, деякі компанії проковтують більш великі конкуренти.

4) Скорочується життєвий цикл товарів – падає гранична вартість запуску нового бренда. Технології настільки пішли вперед, що багато продуктів легше замінити, ніж ремонтувати, - формується культура «одноразового» використання товарів, які раніше

відносили до товарів довготривалого використання. Цифрові технологій полегшують появу нових товарів та послуг [2].

5) Зростає чисельність товарних знаків, патентів, розширюються товарні категорії. Нові технології потрапляють до України майже без затримок.

6) Відбувається надфрагментація ринків – створюються настільки маленькі сегменти, що доходи з них не окупають вкладення. Деякі з Українських ринків вже недалекі від цього порогу: горілчаний, ринки чаю, кофе, шоколаду, соків та ін.

7) Виробнича співпраця між компанією та споживачами. З розвитком Інтернету та збільшення кількості користувачів Всесвітньої мережі голос споживачів стає більш важливим, ніж голос самих компаній [3]. Кількість повідомлень, які створюють споживачі, можливість вільно виражати свою думку за допомогою найрізноманітніших інструментів, зменшення вартості комп'ютерної техніки та мобільних телефонів, а також розширення доступу до інформації – все це робить контроль суспільної думки абсолютно неможливим [4]. Багато компаній зараз добровільно віддають частину своїх повноважень споживачу. Вони здійснюють опитування, вивчаючи суспільну думку про новий продукт ще до його появи на ринку, і часто інноваційні рішення є ініціативою самих споживачів.

8) Перенасичення традиційних каналів комунікації рекламними повідомленнями утрудняє донесення їх до споживачів. Ефективність рекламних кампаній падає, а обсяг рекламних носіїв зростає. Зовнішній простір мегаполіса перетворюється в єдину рекламну конструкцію, створюючи індустріальний пейзаж з вигадливо вигнутих труб і великовагових перекриттів навіть у центральних районах міста [5].

9) Зменшується значення традиційних медіа. рекламі в її традиційному вигляді настав кінець, і протягом найближчих декількох років ринок зіткнеться з набагато більше серйозними змінами в галузі, ніж за попередні піввіку.

10) Зростає популярність Інтернету як каналу комунікації. Все більша кількість компаній намагаються використовувати його, щоб привернути увагу до своєї діяльності або продукції увагу активної молоді, адже її купівельна спроможність та вплив на прийняття рішень у суспільстві збільшуються щороку. Інтернет дійсно виглядає привабливо для корпоративних комунікацій [6].

Отже, відбувається процес зміни схеми маркетингових витрат і в сучасних умовах керування відносинами зі споживачами й ефективне спілкуванням відіграють значну роль в успіхах і невдачах всіх підприємств.

Список використаних джерел

1) Johnson M. W., Christensen C. M., Kagermann H. Reinventing Your Business Model. *Harvard Business Review*. 2008. URL: https://hbr.org/2008/12/reinventing-your-business-model (дата звернення: 16.01.2023).

2) Hamel G. Leading the Revolution. *Harvard Business School Press*, 2000. 333 p.

3) Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 29-35.

4) Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи. Науковий вісник *Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2013. № 3. С. 64-69.

5) Жадько К.С., Горященко Ю.Г., Ільченко В.М. Економічні умови розвитку інноваційного бізнес-середовища стартапів. *Економіка та управління підприємствами: теорія, практика, перспективи розвитку* : Колективна монографія. Полтава: ПП Астрая, 2021. С. 7-11.

6) Ілляшенко Н.С. Порівняльний аналіз теоретико-методологічних підходів до визначення стратегій інноваційного розвитку промислових підприємств. *Інтеграція економічних та технічних процесів: сучасний стан і перспективи розвитку* : Монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук. Харків : Вид-во «Діса плюс», 2015. С. 24-39.

РОЛЬ ЛІДЕРСТВА У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМАНДНОЇ РОБОТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

В.Ю. Філіппов, доктор економічних наук, професор
Камара Балла Мусса, здобувач PhD
А.О. Клеймьонова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Лідерство в командній роботі визначає успіх команди. Лідер створює сприятливу атмосферу, сприяє гарним взаємовідносинам і визначає напрямок роботи. Він відповідає за прийняття рішень і контролює продуктивність команди. Лідерство є ключовим фактором для досягнення цілей команди і організації в цілому.

Дослідження ролі лідерства у підвищенні ефективності командної роботи в організаціях беруть свій початок ще з 20-30 років XX століття. Одним з найперших ґрунтовних досліджень з цієї теми став «Гарвардський проєкт співпраці», що вивчав фактори, які впливають на ефективність та плідність роботи певної команди. Але все ж на системній основі це питання почали вивчати в період між 1930-м і 1950-м рр.

Метою цього матеріалу є вивчення ролі лідерства в підвищенні ефективності командної роботи в сучасних організаціях та вивчення попередніх досліджень з цієї теми за допомогою Інтернет-джерел та відповідних наукових статей.

Попередні дослідження ролі лідерства у підвищенні ефективності командної роботи проводили не тільки дослідники та вчені. Їх здійснювали також університети та наукові центри, що спеціалізувалися на вивченні таких дисциплін як психологія, соціологія та менеджмент. Учені, які вивчали це питання розглядали його з різних боків. Наприклад, Деніел Гоулман досліджував роль емоційного інтелекту в успішному керівництві [1], а Уоррен Гамаліель Бенніс досліджував важливість відповідальності та відчуття місії лідера для стимулювання команди, а також лідерські якості загалом [2].

Саме лідерство є ключовим аспектом досягнення успіху командою, а також відіграє важливу роль у підвищенні ефективності командної роботи. Загалом лідерство – здатність впливати на конкретних осіб чи групу людей задля того, щоб спонукати їх діяти для досягнення певних цілей. Вважається, що лідером не може стати хто завгодно. Типовий портрет людини-лідера: приємна зовнішність, високий рівень освіти (причому різнобічної), чесність, здатність до ризику, ініціативність, логічність та послідовність думок, наполегливість, критичний склад розуму, інтуїція в вирішенні певних проблем чи питань, впевненість в собі, здатність до комунікації з різними людьми й вміння вести їх за собою. Одним із провідних фахівців минулого століття в галузі організаційної психології був Фред Фідлер, який дійшов висновку, що кожна окрема ситуація вимагає наявності лідера свого типу, а також стверджував, що такого типу лідера як «ідеальний» не існує. Але важливо також зауважити, що на думку Фідлера стиль керівництва певної людини буде відносно однаковим незалежно від ситуації й не буде зазнавати сильних змін. Фідлер визначив три найголовніші складові, що впливають на стиль керівництва тієї чи іншої людини:

- посада;
- структура завдання;
- взаємовідносини між лідером та підлеглими.

«Якості конкретного керівника змінити неможливо, а от ситуацію, в якій йому доведеться працювати змінити можна. Підготовка керівників має створюватися з урахуванням їх особистісних характеристик, адже немає такої програми, яка піддійте всім», – вважав Фред Фідлер [3].

Варто також зауважити, що в ефективній командній роботі важливу роль відіграє не тільки лідер, а й, звісно, сама команда. Для продуктивної роботи команди можна виокремити такі характеристики:

- активність;

- швидкість виконання дій;
- добре налагоджене словесне спілкування;
- різноманітність функцій та завдань, що виконуються.

У контексті заходів підвищення ефективності системи управління ризиками на підприємстві в умовах нестабільності, лідерство виявляється ключовим фактором. Лідер не лише створює комфортне середовище для команди, але й визначає стратегію управління ризиками [4]. Він несе відповідальність за прийняття рішень та контролює ситуацію в умовах змін. Такий лідер сприяє підвищенню свідомості команди щодо можливих ризиків і спільно працює над їх управлінням. Таке лідерство є критичним для забезпечення стабільності та успішності підприємства в нестабільних умовах, де ризики завжди присутні. Як же саме може впливати лідерство на підвищення ефективності командної роботи в організаціях? Розглянемо кілька прикладів:

1) Лідер може сприяти гарним взаємовідносинам між людьми, які є частинами команди, створюючи необхідні умови для зручної взаємодії та приємної комунікації. Можна сказати, що він створює комфортне середовище для спільної роботи.

2) Лідер несе відповідальність за прийняття будь-яких остаточних рішень, а також визначає, так би мовити, подальший вектор руху роботи своєї команди.

3) Керівник встановлює мету та цілі і визначає спосіб їх досягнення.

4) Лідер вирішує суперечки, які можуть виникати між членами команди під час роботи, і підтримує порядок в колективі.

5) Лідер розподіляє обов’язки та завдання між членами команди, спираючись на їх вміння та навички.

6) Керівник сприяє професійному росту членів команди, якою управляє, надаючи їм можливості для подальшого навчання, розвитку та кар’єрного зростання.

7) Лідер заохочує команду до досягнення певних цілей, а також особистісного зростання. Він може за потреби надавати підтримку членам команди або ж просто контролювати виконання необхідної роботи.

8) Лідер відстежує досягнення та результати роботи команди. Він має аналізувати продуктивність та ефективність роботи і за потреби розробляти стратегії для їх покращення.

Якщо лідер демонструє високу професійність, може вирішити не тільки власні завдання, а й допомогти іншим, то саме він має бути прикладом для наслідування для інших членів команди.

Можна дійти висновків, що лідерство в будь-якому випадку є ключовим фактором, що впливає на ефективність командної роботи в організації, а також на досягнення успіху командою чи організацією в цілому. Справжній лідер може об'єднувати ресурси, які він має чи ті, якими володіє компанія/організація та зусилля членів команди, створюючи сприятливу атмосферу для досягнення поставлених цілей і завдань.

Список використаних джерел

1) Веб-сайт Деніела Гоулмана. URL: https://www.danielgoleman.info

2) Warren Bennis. *USC Marshall School of business* : Веб-сайт. 2023. URL: https://www.marshall.usc.edu/personnel/warren-bennis (доступно на 10.09.2023).

3) Chapter 13. Contingency Theory of Leadership: Fred Fiedler. Organizational behavior I. Essential theories of motivation and leadership / by John B. Miner. M.E. New York: Sharpe, Inc., 2005. P. 232-255. (432 p.) URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5325998/mod_folder/content/0/Miner_J.B._-_Organizational_Behavior_I_E.pdf. (Доступно на 10.09.2023.

4) Філіппов В.Ю., Понтус К.М., Перевозна М.О. Заходи підвищення ефективності системи управління ризиками на підприємстві в умовах нестабільності. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». № 26. С. 82-91. DOI: 10.36074/grail-of-science.14.04.2023.011. URL: https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/1106. (дата звернення 14.04.2022).

ОБГРУНТУВАННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЇ МОЛОДІ

О.В. Балахонова, доктор економічних наук, професор
Вінницький соціально-економічний інститут університету «Україна»
К.Р. Бондар, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Міграція населення містить у собі міграцію його окремих груп – соціальних, етнічних, віково-статевих тощо. Особливе місце в цьому посідає молодіжна міграція, оскільки вона багато в чому зумовлює перспективи суспільного розвитку, а також збереження, нагромадження або, навпаки, втрати людського капіталу країни. Не випадково США щороку виділяють 40 млн. дол. на фінансування освітніх програм для учасників із країн Схід Європи і Центральної Азії – молодих учених і викладачів вишів. Ці суми безпосередньо начебто й не спрямовані на залучення молодих працівників до США, проте більшість тих, хто навчається за цими програмами, надалі стають висококваліфікованими фахівцями-емігрантами.

За допомогою аналогічних програм залучаються до США талановиті школярі та студенти. Студенти ж, які не потрапили до лав найперспективніших, прагнуть виїхати за кордон за робочими програмами. Це явище набуває дедалі більших масштабів [3]. Примітно, що виїжджають далеко не найостанніші студенти вишів, оскільки, окрім відповідного студентського статусу, необхідне ще й дуже хороше знання іноземної мови, що доступно найбільш підготовленим і сильним із них.

Але, незважаючи на те, що залишитися легально за кордоном практично неможливо, значна частина, можна сказати, жертвуючи своїм здоров'ям і соціальним статусом, будь-якими способами намагається залишитися за кордоном, хоча для них не є таємницею, що нелегалів не забезпечують медичним страхуванням, вони постійно перебувають у "бігах" через загрозу депортації та накладення штрафу.

Останні виконують важку й непрестижну роботу, за яку отримують на 20-30% менше, ніж місцеві жителі [2]. Забезпечення додержання прав та обов'язків молодіжних мігрантів є важливою складовою глобальної політики прав людини та міграції, оскільки молодь є вразливою групою в сфері міграції через їхню особливу потребу у захисті, освіті та можливостях для самореалізації.

Сучасні реалії такі, що приплив здорових, розумних і вельми перспективних в освітньо-кваліфікаційному становленні молодих людей до країн реципієнтів не лише не скорочується, а й продовжує наростати [1]. Для України це величезна втрата з огляду на ті чинники, що в останні десятиліття в нашій країні спостерігається яскраво виражений звужений тип відтворення населення.

Щоб протистояти "витоку мізків" з України, необхідно здійснити комплекс заходів у сферах державного регулювання економіки, права, соціальних відносин і навіть психології.

1) У сфері економіки видається доцільним використовувати податкові пільги на ввезене наукове устаткування і книжки, що можуть бути застосовані емігрантами на батьківщині; сприяти посередницьким фірмам, які забезпечують попередню підготовку молоді, котра шукає роботу за кордоном, аж до виділення пільгових кредитів для відкриття таких фірм; знижувати рівень оподаткування на ввезені кошти молодих трудових мігрантів; за певних умов тут може бути виправданим здійснення податкової амністії, але лише для грошових коштів молодих трудових мігрантів, що ввозяться в Україну. Як приклад реалізації цієї ідеї можна охарактеризувати роботу польських ярмарків, на яких здійснюється пошук партнерів для українських підприємств у сфері технологічних комплексів і машин для харчової промисловості.

2) У царині права, можливо, настала необхідність укладення контрактів між вишами та студентами, які навчаються на бюджетній основі, які передбачають, поряд із наданням першого робочого місця студентам відповідно до їхньої спеціальності та кваліфікації,

обов'язки студентів щодо відпрацювання певного періоду часу на цих підприємствах і організаціях. У нього мають бути закладені певні санкції за невиконання прийнятих обома сторонами зобов'язань.

3) У соціальній сфері видається необхідним здійснення соціального страхування мігрантів, які працюють на тимчасовій роботі за кордоном; забезпечення робочого місця для людей, які повернулися з-за кордону; створення умов для соціального самоствердження молодих мігрантів.

4) В плані психології необхідно підтримувати нормальний психологічний клімат у колективах, що приймають молодих трудових мігрантів, у плані їхньої соціальної адаптації, недискримінації та підтримки всіляких починань із реалізації накопиченого ними позитивного досвіду в справі вдосконалення громадських відносин.

Отже, врахування особливих потреб та можливостей молодого покоління у контексті міграційних процесів сприяє ефективному використанню людського капіталу та підтримує соціальну інтеграцію. Державне регулювання повинно спрямовуватися на створення умов для професійного росту та особистого розвитку молоді, забезпечення доступу до якісної освіти та медичної допомоги, а також на підтримку інклюзивних міграційних політик. Такий підхід допоможе побудувати відкрите та сприйнятливе суспільство, здатне максимально використовувати потенціал молодого покоління для загального добробуту та зростання країни.

Список використаних джерел:

1) Ковшун Н.Е., Мазур Н.О. Урахування молодіжної міграції при формуванні пріоритетів регулювання ринку праці України. *Вісник НУВГП.* 2020. Вип. 4(92). С. 73-84.

2) Лобанова А.С., Кузер О. Міграційні настрої молоді України та Польщі як виклик соціально-економічним проблемам. *Соціальні технології: проблеми теорії та практики* зб. наук. праць, 2017. Вип. 75. С. 136 – 144.

3) Смалійчук Г.В. Освітня міграція в умовах трансформації ринку праці: значення та особливості регулювання. *Вісник КНЕУ*. 2014. Вип. 26. С. 64 – 70.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

М.О. Акулюшина, кандидат економічних наук, доцент
А.В. Драганов, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Національний університет «Одеська Політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Сучасні економічні умови, нестабільність зовнішнього середовища, постійне посилення жорсткості конкурентної боротьби підвищують роль стратегічного управління на підприємствах. Виробництво продукції та послуг переходить на новий рівень, коли ринок стає клієнтоорієнтованим, прагне забезпечити споживача якісним товаром та послугами та вимагає від виробників довгострокових стратегічних рішень.

Стратегічне управління в умовах глобальних перетворень економіки вимагає від керівництва підприємством нових інноваційних підходів [1, с.8].

Стратегічне управління нерозривно пов'язане із процесом змін що постійно відбуваються на підприємстві. При цьому необхідно визначити стратегічні зміни, які визначаються напрямом стратегії розвитку підприємства, є динамічними, циклічними та поступовими [2].

Стратегічні зміни схематично можна зобразити наступним чином (рис.1).

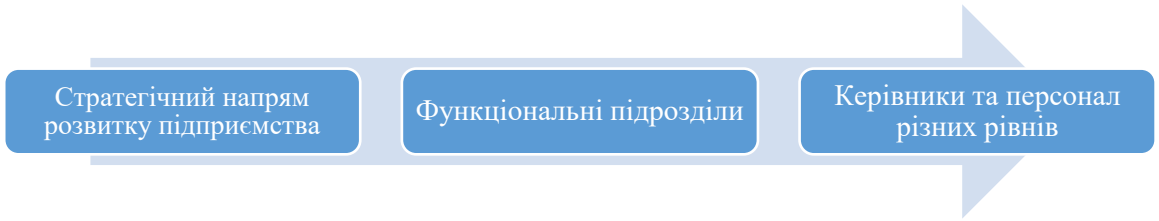

Рисунок 1 – Схема стратегічних змін на підприємстві

Стратегічні зміни безпосередньо пов'язані із ризиками при впровадженні стратегічних рішень. Реалізація стратегії розвитку в умовах невизначеності завжди супроводжується підвищеним ризиком, особливо якщо це змішано із внутрішнім спротивом персоналу змінам. Серед існуючих методів управління змінами найбільш відомі це методи бенчмаркінгу та методи аутсорсингу [3]. Кожен з методів враховує особливості умов господарювання, розвитку підприємства, прогнозів на подальшу перспективу.

Стосовно врахування ризиків, при стратегічному управлінні в умовах невизначеності, вони залежать також від характеру змін, що передбачаються стратегічними змінами (табл.)1.

Таблиця 1 − Ризики під час впровадження організаційних змін відповідно до їх виду

Стратегічні зміни	Виникаючі ризики та їх ознаки
1	2
1. Зміна стратегічних орієнтирів та цілей підприємства	Можливий психологічний опір змінам з боку персоналу при необхідності переорієнтування на нові стратегічні цілі та орієнтири. Виникнення непорозуміння та консерватизму у прийнятті рішень.
	Ризик невідповідності кваліфікації існуючого персоналу новим стратегічним цілям підприємства
2. Організаційно-структурні зміни	Страх персоналу через втрату робочих місць під час реорганізації. Ризики пов'язані із психологічним несприйняттям нових посад та нововведень у структурі підприємства.
3. Зміни стратегічних задач	Ризики пов'язані із опором персоналу що не бажає змінювати свої старі навики та кваліфікацію, опановувати щось нове
	Ризики через виникнення браку персоналу що реально може бути відповідальним за виконання задач.

Продовження таблиці 1

2	
4. Технологічні зміни	Впровадження нових технологій викликає ризик фінансових витрат та втрати часу
	Ризики не достатку кваліфікованого персоналу
5. Кадрові зміни	Фінансові ризики через необхідність витрат на пошук персоналу, заміну ,виплату компенсацій тим хто звільнився
	Ризики втрати репутації на ринку праці
6. Зміни ресурсного забезпечення	Ризики пов'язані із зміною поставників Фінансові витрати
	Інформаційно-аналітичні витрати на пошук нових ресурсів

В залежності від характеристики напряму запланованих стратегічних рішень та змін, будуть прийматись і рішення щодо заходів по запобіганню виникаючим ризикам та оцінюванню рівня впливу негативних факторів на розвиток підприємства.

Як бачимо всі стратегічні зміни супроводжуються можливими ризиками. Важливо розуміти ступінь впливу їх на підприємство і вірогідність настання кожного. Зменшення ризиків значно підвищить ефективність розвитку підприємства за рахунок ефективності впровадження стратегічних рішень. Беручи до уваги тип базової стратегії розвитку та ступінь впровадження змін, рекомендується вибрати підхід до управління корпоративними змінами. Варто зазначити, що методи управління змінами можуть бути доповнені, адаптовані або частково використані залежно від розвитку подій та впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Вид планованих змін залежить від потенціалу бізнесу, наявності виробничих і фінансових ресурсів, потреби в змінах.

Список використаних джерел:

1) Садєков А.А., Гусєва О.Ю. Стратегічне управління підприємством. Управління змінами : Навч. посіб. для студ. спец. 8.050107, 7.050107 ден. і заоч. форм навчання. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 413с.

2) Косцик Р.С. Ризики впровадження організаційних змін: сутність, класифікація та ідентифікація. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2010. № 682. С. 65–71. URL: http://vlp.com.ua/node/5626. (дата звернення: 10.09.2023)

3) Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: Монографія. Х. : ІНЖЕК, 2010. 340с.

4) Фещур Р.В., Самуляк В.Ю. Групи показників (індикаторів) оцінювання рівня розвитку підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 691. С. 231–239. URL: https://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/10053. (дата звернення: 10.09.2023).

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 6

УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

FORMATION OF A SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY FOR UKRAINE IN THE CURRENT UNCERTAIN ENVIRONMENT

Volodymyr Y. Filippov, Professor, DEcon
Elvin P. Yangulov, PhD student, assistant
Adel Mokhamed Abdula Sultan Al-Ali, PhD student
Odesa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

Ukraine is going through a challenging period in its history, driven by force majeure circumstances such as the COVID-19 pandemic and the military aggression of the Russian Federation. These events have had a significant impact on the country's economy and social situation. However, they also impose demands on businesses and the government, which must respond quickly to the circumstances and develop strategies to support the economy and social stability.

The response of businesses to force majeure circumstances can vary depending on their industry, size, and resources. Some businesses may grow due to increased demand for certain goods and services, while others may face difficulties due to reduced orders and limited resources.

Ukraine has the potential for sustainable economic development, but it requires joint efforts from all segments of society, including the government, businesses, and citizens. It is essential to develop an effective economic policy aimed at supporting businesses and creating favorable conditions for their operations. Additionally, investing in human capital and education is crucial to ensure a sustained improvement in the quality of life for citizens and the country's sustainable economic development. Despite the challenges facing Ukraine, collective efforts and effective management can help the country overcome these challenges and ensure sustainable economic growth and social stability.

The problems in implementing a sustainable development strategy in Ukraine in the context mentioned above can be outlined as follows:

- geopolitical and economic challenges, which create significant obstacles to sustainable development, including economic instability, reduced investments and production, as well as limitations on foreign economic activities, complicate the implementation of a sustainable development strategy;
- high levels of corruption, which remain a serious issue in Ukraine and hinder effective resource management and allocation, limit the ability to attract investments and create a favorable business environment;
- lack of stability and predictability in force majeure circumstances, such as the COVID-19 pandemic or armed conflict, create uncertainty and unfavorable conditions for businesses. Enterprises face changes in demand, access to resources, and financial conditions, making planning and strategic decision-making more challenging;
- insufficient infrastructure development. Ukraine requires significant investments in the development of transportation, energy, and communication infrastructure. The poor quality of roads, electrical grids, and other networks restricts business development and reduces competitiveness;
- social justice, which, in the face of challenges related to the pandemic and war, requires special attention and support for socially vulnerable segments of the population. It is essential to ensure equal access to education, medical services, and social benefits;
- inefficient governance necessitates improvement, including the overall management system, combating corruption, and enhancing the effectiveness of government agencies. This is a critical task for the implementation of a sustainable development strategy;
- transition to a green economy. Ukraine must actively work to reduce greenhouse gas emissions and transition to the use of renewable energy sources. This requires significant investments and technological changes.

Despite these challenges, Ukraine has the potential for sustainable economic development. Addressing these issues will require joint efforts and strategic planning by the government, businesses,

and civil society. The implementation of a sustainable development strategy will be a key factor in ensuring Ukraine's stability and success in the face of contemporary challenges.

To mitigate the negative impact of the problems identified in the context of Ukraine's sustainable economic development strategy, relevant stabilization measures need to be implemented. However, these measures will require collective efforts from the state, businesses, and civil society. It is important to ensure long-term planning, a systemic approach, and strategic leadership to achieve sustainable economic development in Ukraine and overcome the challenges that arise along the way.

It is crucial to note that in the face of force majeure circumstances and military aggression, Ukraine is confronted with significant challenges in achieving sustainable economic development. However, these challenges can also present opportunities for reevaluating business strategies and developing new approaches to personnel and resource management.

Enterprises must be prepared to respond to unforeseen circumstances and develop strategies to overcome the potential consequences of such situations. Key success factors include the industry type, company size, the presence of contingency plans, the availability of human and financial resources, and other factors. Enterprises that are prepared for risks and can effectively manage crisis situations will be able to maintain stability and continue to thrive under any circumstances.

In conclusion, Ukraine, like other countries worldwide, is experiencing complex economic and social challenges in the face of force majeure circumstances such as the COVID-19 pandemic and armed conflict. However, these challenges can serve as a catalyst for the development of new strategies and innovative approaches to growth..

Preserving sustainable economic development demands the active implementation of reforms, support for the business environment, investments in development, and the promotion of small and medium-sized enterprises. Additionally, enhancing management efficiency is crucial. Strengthening the social sector, ensuring access to education and healthcare, and supporting vulnerable segments of the population are also essential. Ukraine has the potential to become a resilient and competitive player in the global market, and achieving this goal requires the combined efforts of all economic entities and society as a whole. An important component of this process is understanding and managing risks, as well as flexibility in addressing tasks amid uncertainty.

In the context of sustainable economic development, Ukraine plays a crucial role in ensuring the well-being of its citizens and the country's development. Challenges and force majeure circumstances can be overcome through decisive actions and collective efforts of all stakeholders. Collaboration, innovation, and sustainability will form the foundation for Ukraine's continued success and sustainable development.

Ukraine has the potential for sustainable economic development, and it is essential to harness this potential by fostering cooperation between the government, businesses, and citizens. Only through joint efforts can we ensure a steady improvement in the quality of life for citizens and economic growth in the face of uncertainty and force majeure circumstances.

References

1) Filyppova S., Filippov V. & Yangulov E. (2023). Types of reactions of enterprises to force majeure and their consequences as a critical factor influencing the economic recovery of Ukraine. *Transformation of economics, finance and management in the context of world globalization* : Scientific monograph / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Riga, Latvia : "Baltija Publishing". P. 221-240. (424 p.). DOI: 10.30525/978-9934-26-307-1-11. [in Ukrainian]

2) Shaposhnykov K., Shaposhnykova I., Tanashchuk K., Filippov V., Hrytsku V. & Demkiv Y. (2022). Competitiveness of the higher education in the context of ensuring sustainable development of the state. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. Vol. 44 No. 3. PP. 280-287. DOI: 10.15544/mts.2022.29. [in English]

3) Filippov V.Y., Zaichenko K.S., Pontus K.M. & Perevozna M.O. (2023). Sustainable Management of the Company's Production Activities: Strategies and Tools. *Economic journal Odessa polytechnic university.* №2 (24). P. 65-74. DOI: 10.15276/EJ.02.2023.7. [in English]

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

О.П. Косенко, доктор економічних наук, професор
М.В. Лучинський, здобувач PhD
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(м.Харків, Україна)

Актуальність сучасного менеджменту економічних систем у контексті парадигми сталого розвитку полягає в тому, що в сучасному світі стали все більш очевидними екологічні проблеми, ростучі соціальні нерівності та загрози економічної нестабільності. Парадигма сталого розвитку стала необхідною, оскільки вона сприяє балансу між цими аспектами, пропонуючи стратегії, що сприяють збереженню природних ресурсів, підвищенню якості життя та стійкому економічному зростанню. Вирішення цих проблем вимагає нових підходів до управління, включаючи залучення глобальних ініціатив, інноваційних технологій та зміни в споживчих практиках, що робить дану тему дуже актуальною для підприємств, урядів та суспільства загалом.

Менеджмент (англ. management – управління) – сукупність принципів, форм, методів, засобів управління виробництвом і персоналом; керівництво підприємства, фірми, компанії; функції планування, контролю, координації діяльності в межах організації [2].

Мета цього дослідження полягає в тому, щоб допомогти організаціям та управлінцям краще розуміти, як забезпечити сталий розвиток своїх економічних систем і впроваджувати сталий менеджмент, щоб досягти більшого балансу між економічними, екологічними та соціальними цілями.

Основні завдання дослідження включають:

− аналіз поняття «сталий розвиток» у контексті економічних систем, включаючи економічні, екологічні та соціальні аспекти; вивчення ключових принципів сталого розвитку та їх вплив на стратегії менеджменту в економічних системах;

− дослідження інструментів і методів, які можуть бути використані для інтеграції сталих принципів у практику менеджменту економічних систем; розгляд можливих викликів та перешкод, що виникають при впровадженні концепції сталого розвитку в менеджмент економічних систем;

− методи та матеріали дослідження передбачають аналіз законодавчого поля і різноманітної літератури.

Під сталим розвитком підприємства розуміють його здатність проводити економічну діяльність у кожен окремий момент часу під дією впливів зовнішнього середовища, які порушують нормальне функціонування підприємства [1].

Парадигма сталого розвитку є концептуальним підходом до управління суспільними і економічними системами, який заснований на ідеї збереження та раціонального використання ресурсів, щоб забезпечити економічний розвиток, соціальну справедливість і екологічну збалансованість на довгостроковій основі. Суть парадигми сталого розвитку можна розкрити наступними ключовими аспектами:

1) Збалансований розвиток. Парадигма сталого розвитку ставить перед собою завдання досягнення збалансованого розвитку, враховуючи економічні, соціальні і екологічні аспекти. Це означає, що економічний зріст має бути сумісним із забезпеченням справедливості, збереженням навколишнього середовища та соціальними покращеннями.

2) Довгострокова перспектива. Парадигма сталого розвитку акцентує увагу на довгостроковому плануванні і прийнятті рішень, які не завдають шкоди майбутнім поколінням. Це означає раціональне використання ресурсів та уникнення експлуатації на користь короткострокового прибутку.

3) Збереження природних ресурсів. Парадигма сталого розвитку визнає обмеженість природних ресурсів і прагне до їхнього збереження та раціонального використання. Це

включає в себе заходи з енергоефективності, використання відновлюваних джерел енергії та мінімізацію відходів.

4) Соціальна справедливість. Парадигма сталого розвитку підкреслює важливість соціальної справедливості та участі громадян в процесах управління. Вона ставить перед собою завдання забезпечити доступ до основних потреб і можливостей для всіх членів суспільства.

5) Врахування екологічних обмежень. Парадигма сталого розвитку визнає, що земля обмежена її природними ресурсами та ємністю для видалення відходів. Вона прагне зберегти екологічну рівновагу та запобігти серйозним екологічним кризам.

6) Взаємозв'язок між сферами. Парадигма сталого розвитку розглядає сфери економіки, соціуму та екології як взаємопов'язані і взаємозалежні. Зміни в одній сфері можуть мати вплив на інші, і тому необхідно брати це до уваги при прийнятті рішень.

Парадигма сталого розвитку, в контексті менеджменту, стає ключовим принципом управління суспільними та економічними системами, оскільки вона впливає на всі аспекти діяльності організацій. Сучасний менеджмент має важливу роль у досягненні сталого розвитку і може сприяти створенню більш стійких та ефективних економічних, соціальних і екологічних систем.

Сучасний менеджмент має значний вплив на досягнення сталого розвитку і може сприяти створенню більш стійких та ефективних економічних, соціальних і екологічних систем. Ось декілька способів, яким сучасний менеджмент впливає на сталий розвиток:

1) Стратегічне планування. Менеджмент визначає стратегії та цілі організації, включаючи підходи до сталого розвитку. Це може включати в себе розробку цілей та планів дій для зменшення впливу на навколишнє середовище, підвищення соціальної відповідальності та забезпечення стійкого економічного зростання.

2) Управління ресурсами. Менеджмент відповідає за раціональне використання ресурсів, включаючи енергію, воду та інші природні ресурси. Ефективне управління ресурсами може призвести до зменшення споживання і витрат, що впливає на економічну ефективність та збереження навколишнього середовища.

3) Соціальна відповідальність. Багато організацій приділяють увагу соціальній відповідальності, включаючи підтримку громад та захист прав працівників. Це сприяє соціальному розвитку і покращує стосунки зі співробітниками та споживачами.

4) Інновації. Менеджмент може сприяти створенню і впровадженню нових технологій і підходів, що покращують продуктивність та ефективність виробництва і споживання ресурсів. Це може включати в себе розробку більш екологічно чистих технологій та процесів.

5) Споживчі вподобання. Менеджмент може відповідати на зміни у споживчих вподобаннях і попиті споживачів на більш сталі та екологічно чисті продукти та послуги. Це може стимулювати попит на сталі товари та послуги та сприяти їхньому розвитку.

6) Залучення зацікавлених сторін. Менеджмент може співпрацювати з різними зацікавленими сторонами, включаючи урядові органи, громадські організації та акціонерів, для вирішення екологічних і соціальних питань і спільного розв'язання проблем.

Загальною метою сучасного менеджменту в контексті сталого розвитку є досягнення гармонії між економічними, соціальними і екологічними аспектами діяльності організації. Цей підхід допомагає створити більш стабільні та стійкі системи, які можуть існувати на довгостроковій основі та сприяти загальному добробуту суспільства.

Майбутні перспективи розвитку управління в контексті сталого розвитку включають в себе інноваційні підходи та стратегії, спрямовані на досягнення більш стійких та ефективних результатів. Відповідні перспективи:

1) Розробка і впровадження нових технологій. Перспективи включають в себе розробку та впровадження більш екологічно чистих технологій та інновацій, які дозволять зменшити вплив на навколишнє середовище. Це може включати в себе розвиток відновлюваних джерел енергії, використання "інтернету речей" для оптимізації виробництва та ін.

2) Збільшення участі громадськості. Стале управління може зростати шляхом залучення громадських організацій та інших зацікавлених сторін до процесів управління. Це сприяє більшій відкритості, врахуванню різних точок зору та підвищує рівень відповідальності.

3) Зміна споживчих практик. Споживачі стають все більше обізнаними та вимогливими стосовно екологічності та соціальної відповідальності продуктів і послуг. Управління повинно відповідати на ці зміни, надаючи споживачам більше сталих альтернатив.

4) Міжнародне співробітництво. Світова спільнота дедалі більше визнає потребу у глобальному співробітництві для вирішення глобальних проблем, таких як зміна клімату та втрата біорізноманіття. Майбутнє управління буде вимагати спільних зусиль і міжнародних домовленостей.

5) Розвиток інтегрованих підходів. Управління сталим розвитком може вдосконалюватися шляхом розвитку інтегрованих підходів, які об'єднують в собі економічні, соціальні і екологічні аспекти. Це допоможе уникнути "роздільного мислення" і забезпечити гармонію між цими сферами.

6) Освіта та свідомість. Зростаюча увага до сталого розвитку може сприяти розвитку освітніх програм та ініціатив, що підвищують свідомість і компетентність в галузі сталого розвитку. Це сприяє підготовці спеціалістів та лідерів з урахуванням сталого менеджменту.

7) Зростання впливу ІТ та аналітики. Використання сучасних інформаційних технологій та аналітики дозволяє збирати та аналізувати великі обсяги даних, що допомагає приймати більш обґрунтовані рішення щодо сталого управління.

Сучасний менеджмент економічних систем в контексті парадигми сталого розвитку стає ключовим фактором успіху та стійкості для організацій та суспільства в цілому. Перехід до цієї парадигми вимагає нового мислення, інноваційних стратегій та співпраці між усіма зацікавленими сторонами.

Він підкреслює важливість балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами, що дозволяє створити більш стійкі та ефективні системи, сприяючи сталому розвитку. Ця парадигма стає світовим трендом, який відкриває нові можливості для інновацій та позитивних змін у всіх сферах життя та бізнесу.

Список використаних джерел

1) Дем’яненко Т.І. Сталий розвиток вітчизняних підприємств в сучасних економічних умовах. *Вчені записки таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Т. 31 (70). № 2, 2020. Частина 1. 185-189 С.

2) Очеретянко Ю.О. Менеджмент. Енциклопедія сучасної України / редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL : https://esu.com.ua/article-66519

3) Перерва П.Г., Косенко О.П. Маркетингові засади формування ринку інноваційно-інтелектуальних продуктів. Маркетинг і логістика у становленні цифрової економіки України: монографія / наук. ред. Є.В. Крикавський, О.В. Дейнега ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка»; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. Львів ; Рівне : О. Зень, 2022. Розд. 2.6. С. 131-153. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61623

ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ: ВІД ЕКОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

В.В. Храпкіна, доктор економічних наук, професор
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)
Н.Г. Метеленко, доктор економічних наук, професор
О.О. Шапуров, доктор економічних наук, професор
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Повна війна призвела до серйозної кризи в промисловості, яку передували такі чинники: ситуація з безпекою (обстріли окупантами цивільних та виробничих інфраструктур), логістичні обмеження, особливо для галузей, що спеціалізуються на експорті, і критичний дефіцит обігових коштів. Вже після першого кварталу 2022 року (який охоплює лише один місяць війни), промисловість зменшила виробництво на 34%, будівництво - на 47%, гірничо-металургійний комплекс - на 53%. ВВП скоротився на 15,1%, і прогнозується, що в кінці року ця цифра становитиме 35% [1].

Бойові дії, ракетні та бомбові удари росіян спеціально спричинили значні руйнування багатьох промислових підприємств різних секторів економіки, особливо на сході країни. На сьогоднішній день, через зруйнування потужностей, фактично не працює вітчизняна нафтопереробна галузь, а виробництво азотних добрив скоротилося в п'ять разів з моменту початку вторгнення, порівняно з зупинкою ключових підприємств та руйнуванням активів. Однією з галузей, яка зазнала найбільших збитків від військових дій, є національна галузь машинобудування. Окрім зменшення обсягів виробництва, вітчизняні виробники, як і сільські господарі, страждають від блокування українських портів російськими агресорами. Це значно обмежує можливості експорту готової продукції та імпорту сировини. Поки що майбутнє української промисловості важко уявити в рожевому кольорі; існує серйозна ймовірність, що деякі галузі зникнуть з економічної карти України. І хоча практично вся українська промисловість, така як металургія, машинобудування і нафтохімія, відноситься до третього і четвертого технологічних укладів і була створена ще в часи СРСР, вона відігравала важливу роль у створенні робочих місць та залученні валютних коштів з експорту [2].

У червні 2022 року виробництво сирої сталі в Україні становило 300 тис. тонн, що на 25% менше, ніж у травні. Середні обсяги завантаження виробничих потужностей активних підприємств становили 25-28%. Експорт залізорудної сировини з України в червні 2022 року склав 1,7 млн тонн, що на 23% менше, ніж у травні. Зменшення попиту на внутрішньому ринку через військові дії становило 90%, а зростання цін на залізничні перевезення вантажів - 70%. Понад 90 родовищ корисних копалин та газу на сході та півдні України знаходяться під загрозою агресії. Вітчизняна нафтопереробна галузь зупинилася через зруйнування об'єктів. Загалом переїзд до більш безпечних заходів та центральних регіонів України призвів до закриття близько 700 підприємств.

Найбільша загроза для держави - стан гірничо-металургійного комплексу, який до початку війни разом із сільським господарством складав велику частину українського експорту. Крім того, він забезпечував велику кількість робочих місць та генерував значні валютні надходження від експорту [2]. Під час відновлення вітчизняної промисловості обов'язково потрібно дотримуватися чинних європейських норм та стандартів, зокрема щодо найкращих доступних технологій та методів управління (НДТМ). Директива 2010/75/ЄС, яка базується на принципах НДТМ, забезпечує високий рівень захисту здоров'я людей і навколишнього середовища та довела свою ефективність на практиці [3]. З 2004 року підприємства в Європі зменшили викиди діоксиду сірки на 77%, оксиду азоту - на 49% і пилу - на 81%. Також вони значно покращили показники енергоефективності.

У останні десятиліття передові технології, які більш придатні для довкілля, широко впроваджуються, головним чином, компаніями, спеціалізованими на експорті, такими як

металургія, аграрний сектор та машинобудування, які забезпечують 80% експорту. У них немає альтернативи, оскільки європейські країни встановлюють високі екологічні стандарти для імпортованих товарів. Лише у 2015 році, коли Україна приєдналася до Паризької кліматичної угоди, в нашій країні стали обговорювати необхідність зменшення викидів парникових газів, які призводять до глобальних змін клімату. У 2019 році Європа впровадила «зелену угоду» - пакет заходів для модернізації економіки і соціальної сфери з метою перетворення Європи в "кліматично дружній" континент до 2050 року. Україна також повинна йти цим шляхом. Зміни клімату в Україні і їх шкідливий вплив на здоров'я громадян і навіть економіку (особливо у сфері аграрного виробництва, яка надто залежить від погодних умов), вже видно навіть зараз. У Комітеті з екологічної політики розглядається законопроект, який впроваджує європейські норми для промисловості (НДТМ), які є єдиною можливістю для бізнесу залучити доступні міжнародні інвестиції, особливо під час відновлення. Прийняття цього законопроекту допоможе Україні наздогнати світові інвестиції в кліматичному секторі, що стане гарантією збереження промисловості та здоров'я українців. Україна зобов'язалася впроваджувати Директиву 2010/75/ЄС з 2014 року відповідно до Угоди про асоціацію, тому впровадження НДТМ в національне законодавство є необхідною частиною інтеграції з ЄС. Важливо також зробити так, щоб і Європа розуміла ризики, пов'язані з втратою промисловості в Україні, оскільки з початку 90-х років вона свідомо закрила частину власних металургійних підприємств. Відновлення металургійної промисловості на основі сучасних технологій повинно бути важливим завданням. Більше того, електрометалургія та виробництво сировини для безпосереднього відновлення заліза вже наявні в Україні і потребують лише розширення. У процесі відновлення ми можемо створити сучасну промисловість в Україні, яка є частиною єдиної Європи, або стати деіндустріалізованою країною поруч із великими виробниками сталі - Росією, Туреччиною та Китаєм, які рано чи пізно захочуть нашої залізної руди.

Використання застарілих технологій і застарілого обладнання призводить до вищих викидів вуглецю в металургійному виробництві, ніж в ЄС. У середньому, на одну тонну сталі (за конверторним методом), в Україні викидається 2,38 тонни CO_2, тоді як в Європі - 1,95 тонни [3]. Точно «вуглецева ємність» є ключовим аспектом у введенні вуглецевого мита на кордоні з боку ЄС. Тим самим Європейський Союз захищає себе від постачання з країн з «забрудненою промисловістю», щоб уникнути недобросовісної конкуренції. Тому українські виробники сталі, цементу та добрив, іншими словами, вкладатимуть кошти - чи то в модернізацію власних потужностей, чи в формі податків до економік інших країн впродовж небагатьох років. Позитивним сигналом є те, що в останні роки деякі вітчизняні підприємства, які пережили всі згадані кризи, почали процес трансформації і задумалися про підвищення енергоефективності та екологічної безпеки своїх виробництв.

Підсумовуючи, хочеться зауважити, що успішне економічне відновлення України, включаючи і промисловість, залежить від ефективної співпраці влади, бізнесу і міжнародних інвесторів. Також важливі аспекти включають захист прав власності, дотримання верховенства права і рішучу боротьбу з корупцією. Ці фактори визначають наш шлях до членства в ЄС.

Список використаних джерел

1) Огляд впливу війни на промисловість України та прогноз перспектив в економіці. URL: https://uspp.ua/news/actual/2018/ohliad-vplyvu-viiny-na-promyslovist-ukrainy-ta-prohnoz-perspektyv-v-ekonomitsi (дата звернення 15.04.2023).

2) На межі існування: як війна змінює український промисловий сектор. URL: https://www.unian.ua/economics/other/viyna-proti-rosiji-yak-viyna-zminyuye-ukrajinskiy-promisloviy-sektor-ostanni-novini-11928213.html (дата звернення 15.04.2023).

3) Якою має бути екологічна відбудова промисловості в Україні? URL: http://surl.li/gvsyr

ІННОВАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ПАРАДИГМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

С.О. Тупиця, здобувач вищої освіти
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

Останнім часом бізнес-моделі сталого розвитку та розвиток бізнесу в парадигмі екологічної свідомості стають все більш важливими, оскільки світова спільнота починає краще усвідомлювати вплив людської діяльності на навколишнє середовище. З ухваленням Цілей сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй підприємства були закликані знайти способи збалансувати економічне зростання та екологічну відповідальність.

У 1987 році Комісія Брундтланда Організації Об'єднаних Націй визначила екологічну стійкість як «задоволення потреб сьогодення без шкоди здатності майбутніх поколінь задовольняти свої потреби» [1].

У контексті розвитку менеджменту це означає, що бізнеси та їх керівники намагаються враховувати довгостроковий вплив своїх рішень на навколишнє середовище, суспільство та економіку.

Так, для розвитку бізнесу в парадигмі екологічної сталості використовується бізнес-модель сталого розвитку, яка визначається як "бізнес-модель, яка створює, доставляє та отримує цінність для всіх зацікавлених сторін без виснаження природного, економічного та соціального капіталу, на який вона покладається" [2].

Для запровадження даної бізнес-моделі здійснюються інновації як в самій ціннісній пропозиції, так і в створенні цінності та її захопленні. Так, N. Bocken визначила 3 категорії та 8 архетипів інновацій бізнес-моделей для екологічної стійкості:

– технологічна група (архетипи: максимізація матеріало- та енергоефективності, створення цінності з відходів, заміна на відновлювані джерела енергії та природні процеси);
– соціальна група (архетипи: забезпечення функціональності, а не права власності, прийняття керуючої ролі, заохочення достатності);
– організаційна група (архетипи: перепрофілювання для суспільства/довкілля, розробка рішень, що підлягають масштабуванню). [3]

Прикладами технологічної групи інновацій є зниження викидів вуглекислого газу при виробництві, використання адитивних технологій, перевикористання та переробка, спільне використання активів, перехід на відновлювані джерела електроенергії. Крім цього, прикладом максимізації матеріало-ефективності за Бокен є дематеріалізація, тобто надання того самого продукту чи послуги шляхом зниження кількості використаних матеріальних ресурсів.

Так, компанія Netflix, що у 1997-2006 рр. надавала DVD в оренду, у 2007 році запустила свій медіа-стрімінг сервіс, і у 2022 році лише 0.5% виручки компанії була від надання в оренду DVD, а 99.5% - від стримінгового сервісу [3, 4, 5].

До прикладів інновацій соціальної групи належать різні види продуктово-сервісних систем, створення соціальних ініціатив, захист ресурсів навколишнього середовища, навчання споживачів, збільшення життєвого циклу товару та управління попитом. Так, у 2011 році компанія Patagonia спільно з ebay запустила сторінку для вторинного продажу речей їхнього виробництва та заохочувала споживачів надавати їм перевагу, що є прикладом повільної моди та збільшення життєвого циклу продукту [3, 6].

Інноваціями організаційної групи можуть бути перехід організацій на неприбуткову, або частково прибуткову модель, локалізація, коллаборації, створення бізнес-інкубаторів, ліцензування/франшиза, краудфандинг та інші.

Так, прикладом організаційної групи інновацій, а саме відкритих інновацій може бути проект компанії Lego – Lego Ideas, який дозволяє користувачам подавати ідеї щодо продуктів Lego, які можна перетворити на потенційні комерційні набори, при цьому оригінальний дизайнер отримує 1% роялті [3, 7].

Процес інновації бізнес-моделі в контексті екологічної стійкості підкреслює важливість залучення зацікавлених сторін, що включає не лише топ-менеджмент, але й працівників, постачальників і споживачів.

Так, для прикладу, у 2018 році компанія Apple оголосила про повний перехід своїх об'єктів (офісів, магазинів, дата-центрів) на відновлювальні джерела електроенергії, а також заохочувала своїх постачальників переходити на них. Станом на 2023 рік, більше 250 постачальників Apple зобов'язалися перейти на відновлювальну електроенергію для виробництва продуктів Apple до 2030 року [8, 9].

Підсумовуючи, впровадження інновацій та побудова бізнес-моделі сталого розвитку є вкрай важливими для забезпечення екологічної стійкості. Впровадження інновацій бізнес-моделей сталого розвитку може не тільки приносити користь навколишньому середовищу, але також може призвести до економії коштів, підвищення лояльності клієнтів і покращення репутації.

Незважаючи на те, що впровадження таких інновацій є вартісним, підприємства, які надають пріоритет сталому розвитку, мають кращі можливості для досягнення успіху в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1) Brundtland, G.H. (1987) Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Geneva, UN-Document A/42/427. URL: http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm

2) Breuer, H., & Lüdeke-Freund, F. (2014). Normative innovation for sustainable business models in value networks. In K. Huiz-ingh, S. Conn, M. Torkkeli, & I. Bitran (Eds.), *The Proceedings of XXV ISPIM Conference – Innovation for Sustainable Economy and Society*. 8-11 June 2014, Dublin, Ireland.

3) Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and Practice Review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56. DOI: 10.1016/j.jclepro.2013.11.039

4) About Netflix. *Netflix*. URL: https://about.netflix.com/en

5) Cuofano, G. (2023, April 3). Netflix revenue breakdown. FourWeekMBA. URL: https://fourweekmba.com/netflix-revenue/

6) Guyot, O. (2011, September 14). Patagonia opens a re-sale store on eBay. *Fashion Network.com.* URL: https://us.fashionnetwork.com/news/patagonia-opens-a-re-sale-store-on-ebay,513938.html

7) Product idea guidelines. *LEGO IDEAS - Home*. URL: https://ideas.lego.com/guidelines

8) Apple. (2018, April 9). Apple now globally powered by 100 percent renewable energy. *Apple Newsroom*. URL: https://www.apple.com/newsroom/2018/04/apple-now-globally-powered-by-100-percent-renewable-energy/

9) Apple. (2023, April 5). Apple and global suppliers expand renewable energy to 13.7 gigawatts. *Apple Newsroom*. URL: https://www.apple.com/newsroom/2023/04/apple-and-global-suppliers-expand-renewable-energy-to-13-point-7-gigawatts

ДОМІНАНТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

О.В. Нікішина, доктор економічних наук, старший науковий співробітник, завідувачка відділом ринкових механізмів та структур
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України» (м. Одеса, Україна)

В сучасних умовах системної соціально-економічної кризи впровадження адаптивних заходів і механізмів взаємодії бізнесу, держави та суспільства помітно посилюють роль екологічної відповідальності бізнесу (далі – ЕВБ) в цих процесах. Євроінтеграційні процеси, забезпечення сталого розвитку держави в умовах зовнішніх та внутрішніх викликів і загроз обумовлюють необхідність зміни парадигми господарювання на всіх рівнях. В основу сучасних принципів господарювання покладено домінанту ЕВБ перед стейкхолдерами для забезпечення сталого розвитку всіх суб'єктів відтворювальних процесів [1].

Метою дослідження є визначення тенденцій і пріоритетів інвестиційного забезпечення ЕВБ у довоєнний період та їх очікуваних змін у повоєнній Україні.

Матеріали та методи: статистичний аналіз, порівняння, групування, узагальнення.

За статистичними даними, у 2020 р. обсяг капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища (далі – НПС) в Україні досяг 13,24 млрд. грн., що склало всього 3,15 % від загального обсягу капітальних інвестицій в економіку та 0,31 % від ВВП (табл. 1). У 2019 р. відбулося зростання частки інвестицій на охорону природного середовища у ВВП на 0,13 % внаслідок 60 %-го збільшення величини екоінвестицій, водночас у 2020 р. індикатор зменшився з 0,41 до 0,31 %. У повоєнний період слід очікувати збереження тенденції до скорочення екоінвестицій та їх частки у ВВП держави.

Таблиця 1 − Динаміка частки капітальних інвестицій на охорону природного середовища у ВВП України*

Показники	Роки						
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.Капітальні інвестиції на охорону НПС, млн. грн.	2761,5	7676,6	13390,5	11025,6	10074,3	16255,7	13239,6
2. Частка інвестицій на охорону НПС у % до загальних капітальних інвестицій, %	1,46	2,81	3,73	2,46	1,74	2,61	3,15
3. Частка інвестицій на охорону НПС у ВВП, %	0,26	0,39	0,56	0,37	0,28	0,41	0,31

**Сформовано за даними Державної служби статистики України [2, 3].*

Сукупні витрати на охорону НПС, які поєднують капітальні інвестиції та поточні витрати, в 2020 р. склали 41,33 млрд. грн., збільшившись порівняно з 2015 р. на 68,1 % (табл. 2). Частка загальних витрат на охорону НПС в 2020 р. досягла всього 0,98 % від ВВП держави, зменшившись порівняно з 2015 р. на 0,26 %. У розвинутих країнах частка сукупних витрат на охорону НПС складає близько 1,5-4 % ВВП. Відтак, за 2015-2020 рр. фактичний рівень індикатора в Україні не потрапив у коридор оптимальних значень. У структурі екоінвестицій домінують поточні витрати (68 %).

У звітному році видатки бюджету на охорону НПС досягли 9,06 млрд. грн., збільшившись порівняно з базовим періодом на 63,8 %, водночас їх частка у загальному обсязі бюджетних видатків зменшилася за 2015-2020 рр. з 0,8 до 0,6 % відповідно. Частка бюджетних видатків у сукупних витратах на охорону НПС склала в 2021 р. 21,9 %, зменшившись порівняно з 2015 р. на 0,6 %. Слід зазначити, що в 2021 р. вперше за досліджуваний період видатки бюджету на охорону природного середовища скоротилися на 7 % порівняно з 2020 р.

Таблиця 2 − Динамічно-структурні зміни сукупних витрат на охорону НПС в Україні та бюджетні видатки*

Показники	Роки						2020 р. у % до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
1. Сукупні витрати на охорону навколишнього природного середовища, млн. грн.	24591,1	32488,7	31492	34392	43735,9	41332,2	168,1
у % до ВВП	*1,24*	*1,36*	*1,06*	*0,97*	*1,10*	*0,98*	X
1.1.Капітальні інвестиції	7675,6	13390,5	11026	10074	16255,7	13239,6	172,5
у % до сукупних витрат	*31,2*	*41,2*	*35,0*	*29,3*	*37,2*	*32,0*	*X*
1.2. Поточні витрати	16915,5	19098,2	20466	24318	27480,2	28092,6	166,1
у % до сукупних витрат	*68,8*	*58,8*	*65,0*	*70,7*	*62,8*	*68,0*	*X*
2. Видатки бюджету на охорону НПС, млн. грн.	5529,7	6255,4	7349,3	8242,1	9731,1	9056,6	163,8
3. Частка видатків бюджету на охорону НПС у загальному обсязі видатків бюджету, %	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	X
4. Частка видатків бюджету на охорону НПС у сукупних витратах на НПС, %	22,49	19,25	23,34	23,96	22,25	21,91	X

**Сформовано за даними Державної служби статистики України [2, 3].*

За 2016-2020 рр. на фоні скорочення частки бюджетних коштів та інших джерел фінансування зросла питома вага власних коштів підприємств і організацій – з 67,9 % до 91 % відповідно. Відтак, в Україні головними інвестором природоохоронних заходів є суб'єкти ЕВБ, які забезпечують понад 90% витрат на охорону НПС. Частка бюджетних коштів складає 8 %, інших джерел фінансування – 0,9 % [3].

Структура капітальних інвестицій на охорону НПС в Україні за видами природоохоронних заходів є нестабільною, змінюється щороку, відображаючи певні пріоритети ЕВБ. У 2020 р. за структурою найбільша частка капітальних інвестицій була спрямована переважно на охорону атмосферного повітря (42,2%), поводження з відходами (21,9 %), захист і реабілітацію ґрунту, підземних і поверхневих вод (19,3 %).

За досліджуваний період у структурі поточних екологічних інвестицій домінували заходи на очищення зворотних вод, поводження з відходами та охорону атмосферного повітря; у 2020 р. їх частки склали 38,3 %, 39,9 % та 8,5 % відповідно. За 2015-2020 рр. істотних структурних змін у складі поточних екоінвестицій не відбулося.

Інвестиційне забезпечення охорони НПС має певні секторальні особливості, про що свідчить секторальна структура загальних екоінвестицій (таблиця 3). В Україні найбільша частка екологічних інвестицій припадає на переробну промисловість – 29,4 % в 2020 р. (з них 18,8 % посідає металургійне виробництво), добувну промисловість і розроблення кар'єрів – 27,32 % (з них 26,13 % припадає на добування металевих руд) та сектор водопостачання – 24,09 %. Питома вага сектору постачання електроенергії скоротилася з 21,6 % в 2019 р. до 5,7 % в 2020 р. Частки інших секторів національної економіки є незначними й досягають 0,9 % для сільського господарства, 1,9 % для транспорту, 0,2 % для торгівлі, 2,81 % для державного управління й оборони.

За 2015-2020 рр. відбулися структурні зміни в секторальній структурі сукупних витрат на охорону природного середовища. Найбільш вагомою з них стало скорочення питомої ваги сектору постачання електроенергії (на 16,32 %). Натомість зросли частки добувної та переробної промисловості (на 6,08 і 4,37 % відповідно), сектору водопостачання (на 4,5 %), у т.ч. сфери збирання, оброблення та видалення відходів (на 4,53 %). У 2020 р. зменшилася питома вага оптової та роздрібної торгівлі (на 4,74 %), незначне скорочення було притаманне також сільському господарству (на 0,48 %).

Таблиця 3 − Структура сукупних витрат на охорону навколишнього природного середовища в Україні в секторальному вимірі, %*

Види економічної діяльності	Роки						Динаміка змін (+, −)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
А	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*
1. Сільське, лісове та рибне господарство	1,42	1,13	1,36	1,22	1,01	0,94	-0,48
2. Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	21,24	15,98	18,95	22,62	21,43	27,32	+6,08
2.1. у т.ч. добування металевих руд	19,78	14,53	17,69	21,14	20,09	26,13	+6,35
3. Переробна промисловість, всього, у т.ч.	25,03	23,84	25,42	30,02	26,70	29,40	+4,37
3.1. Виробництво харчових продуктів	0,84	1,02	1,05	1,58	1,44	1,45	+0,61
3.2. Виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	3,36	2,48	2,97	3,56	2,59	3,00	-0,36
3.3. Металургійне виробництво	14,54	15,44	14,99	17,35	16,60	18,82	+4,28
4. Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	22,05	29,56	19,52	12,86	21,63	5,73	-16,32
5. Водопостачання; каналізація, поводження з відходами, всього, у т.ч.:	19,59	18,76	20,71	23,88	22,17	24,09	+4,50
5.1 Забір, очищення та постачання води	12,94	12,97	12,60	13,14	12,36	11,66	-1,28
5.2. Каналізація, відведення й очищення стічних вод	1,80	1,47	2,02	2,63	2,31	2,82	+1,02
5.3. Збирання, оброблення й видалення відходів; відновлення матеріалів	4,83	4,28	6,06	8,07	7,36	9,36	+4,53
6. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4,98	3,58	4,48	0,96	0,33	0,24	-4,74
7.Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1,26	2,52	1,83	2,16	1,87	1,95	+0,69
8. Професійна, наукова та технічна діяльність	0,56	0,59	0,74	0,76	0,73	0,80	+0,24
9. Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1,08	0,51	0,77	0,98	0,64	3,89	+2,81
10. Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	1,86	2,40	4,39	2,89	1,18	2,81	+0,95
11. Інші сектори економіки	0,93	1,13	1,83	1,65	2,32	2,84	+1,91

**Сформовано за даними Державної служби статистики України [2, 3].*

Важливим індикатором для оцінки інвестиційного забезпечення ЕВБ є частка капітальних інвестицій на охорону НПС в загальних капітальних інвестиціях секторів економіки. Проведені розрахунки свідчать про тенденцію зниження частки екологічних капітальних інвестицій у сукупних капітальних інвестиціях деяких секторів національної економіки за період 2015-2020 рр. Так, у промисловості питома вага екологічних капінвестицій скоротилася з 8,2 % до 7,6 %, у секторі постачання електроенергії –з 21,1 % до 3,1 %, водопостачанні – з 38,1 % до 33 %. Водночас у переробній і добувній промисловості відбулося подвійне зростання питомої ваги екоінвестицій (з 3,9 до 8,1 % та з 3,2 до 8,4 %), що є свідченням пріоритетності фінансування природоохоронних заходів і значної ролі ЕВБ у сталому розвитку цих секторів економіки.

Загалом екологічний напрям інвестування домінує в секторах водопостачання (33 % в 2020 р.), виробництва коксу (33,4 %), металургійній промисловості (23,6 %). В аграрному й транспортному секторах цей напрям є нерозвиненим, індикатори складають 0,04 % і 0,3 % відповідно. Слід зазначити, що кожний сектор економіки фінансує певні пріоритетні види природоохоронної діяльності. Так, у видовій структурі капітальних інвестицій на охорону НПС агросектору переважають заходи з очищення зворотних вод (22,5 % в 2019 р.), добувної

промисловості – захист ґрунту й вод (57 %), переробної промисловості – охорона атмосферного повітря (84,2 %), водопостачання – очищення зворотних вод (75,1 %), постачання електроенергії – заходи поводження з відходами (59,8 %) [2]. Відтак, специфіка екологічно орієнтованого виробництва й споживання в кожному секторі національної економіки обумовлює певну їх спеціалізацію за видами природоохоронних заходів.

У воєнний період очікується посилення тенденцій довоєнного періоду в напрямі скорочення обсягів екологічного інвестування, відтак, буде наявний знижувальний тренд питомої ваги капітальних і сукупних інвестицій на охорону НПС у ВВП, частки державного фінансування в структурі витрат на охорону НПС (таблиця 4).

Таблиця 4 − Періодизація тенденцій інвестиційного забезпечення ЕВБ в Україні*

Довоєнний період	Воєнний період**	Повоєнний період**
1. Скорочення за 2015-2020 рр. частки капітальних і сукупних інвестицій на охорону НПС у ВВП (до 0,31% і 0,98 % відповідно) 2. Зменшення частки видатків бюджету на охорону НПС у загальному їх обсязі (з 0,7 до 0,6 %) 3. Зміни структури витрат на охорону НПС за джерелами фінансування в напрямі зростання частки власних коштів підприємств (з 68% до 91 %). 4.Зниження частки екоінвестицій в капітальних інвестиціях секторів економіки 5. Зростання в структурі капітальних інвестицій на охорону НПС частки витрат на охорону атмосферного повітря (до 42,2 %) і скорочення витрат на радіаційну безпеку (до 1,1 %) 6. Скорочення в секторній структурі сукупних витрат на охорону НПС частки сектору постачання електроенергії з 22,1 % до 5,7 %. 7.Низький ступінь участі держави як інвестора й регулятора процесів природокористування	1. Посилення тенденцій довоєнного періоду в напрямі скорочення обсягів екологічного інвестування 2. Зменшення частки державного фінансування в структурі витрат на охорону НПС 3. Подальші зміни в видовій та секторальній структурі інвестицій на охорону НПС відповідно до пріоритетів державної політики в воєнний період	1. Помірне зростання обсягів екологічного інвестування у міру відновлення діяльності секторів економіки 2. Зростання частки інших джерел фінансування (зокрема допомоги міжнародних фондів) у структурі витрат на охорону НПС 3. Структурні зміни в складі капітальних і поточних інвестицій у напрямі зростання частки витрат на сферу поводження з відходами 4. Посилення ролі держави як інвестора і регулятора процесів природокористування. 5.Активізація «зеленої» трансформації економіки згідно з напрямами ЄЗК

**Авторська розробка; **Очікувані тенденції.*

У повоєнний період слід очікувати певних трансформацій як у структурі, так і динаміці сукупних витрат на охорону природного середовища в секторальному вимірі, обумовлених змінами пріоритетів раціонального природокористування, наявністю додаткових джерел фінансування, зокрема, коштів міжнародних фондів, станом безпекового середовища, інституційними та іншими чинниками. Враховуючи важливість завдання ефективного управління відходами, проголошеного Планом відновлення України за напрямом «Екологічна безпека», у повоєнний період слід очікувати зростання питомої ваги заходів поводження з відходами як у структурі капітальних і поточних інвестицій на охорону НПС, так і структурі капітальних інвестицій певних секторів економіки України.

Список використаних джерел

1) Нікішина О.В. Методичні рекомендації до комплексної оцінки соціальної компоненти екологічно відповідального виробництва та споживання в Україні на засадах стійкості та сталого розвитку. *Food Industry Economics*. 2022. 14(4). С.28-44. URL: https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2428/2608. DOI: 10.15673/fie.v14i4.2428

2) Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

3) Довкілля України за 2020 рік: статистичний збірник / ред. О. М. Прокопенка. Київ: Державна служба статистики України, 2021. 189 с.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМ БАНКІВСЬКИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Я.І. Пась, кандидат економічних наук, доцент
Львівський університет бізнесу та права
(м. Львів, Україна)

У сучасному суспільстві безперервні зміни в глобальному економічному середовищі спричинені, зокрема, структурними зрушеннями, пандемією COVID-19, повномасштабною російською воєнною агресією зумовлюють необхідність адаптації бізнесу та його реорганізації, у тому числі й у банківській галузі. Сьогодні стрімка цифрова трансформація, що проникає в усі сфери життя суспільства, передусім, й банківську, створює виклики і водночас можливості для реформування антикризового управління вітчизняним банківським бізнесом. Загалом, антикризове управління здатне забезпечити стійкість фінансових установ під час економічних турбулентностей, оскільки визначає набір стратегій й механізмів для оцінювання та реагування на кризові явища в економіці. В контексті даної проблематики інтеграція цифрових технологій стає ключовим орієнтиром, що підвищує ефективність і оперативність антикризового управління банківським бізнесом. Так, застосування аналітичних систем заснованих на штучному інтелекті та аналіз великих обсягів даних дає змогу виявити негативні тенденції й попередити можливості настання кризи, а новітні системи моніторингу забезпечують постійний контроль за фінансовими показниками та операційною діяльністю банків, що уможливлює оперативне реагування на зміни та ризики. Важливо зазначити, що ефективність цифровізації антикризового управління банківським бізнесом потребує не лише застосування технологічних інновацій, а й стратегічного підходу до впровадження нових процесів та новацій у взаємодії структурних підрозділів банку. Враховуючи викладене вище, наголосимо, що це наукове дослідження спрямоване на визначення ролі цифровізації у підвищенні ефективності антикризового управління у банку в умовах воєнного стану, а також впровадження передових технологій та їхнього впливу на різні аспекти функціонування вітчизняного банківського бізнесу, формування основних передумов щодо успішної інтеграції цифрових рішень для забезпечення фінансової стійкості банків в динамічному ринковому середовищі.

З огляду на те, що вітчизняна банківська система перед початком повномасштабної війни пережила глобальну економічну кризу, пов’язану із поширенням пандемії коронавірусу, це стало початком випробування перед більш серйозними викликами. З початком запровадження карантинних обмежень Національний банк України розробив й впровадив план антикризових заходів, котрі запобігли серйозним негативним наслідкам для банківського бізнесу. Зокрема, було: введено спеціальний режим роботи банківських установ, здійснено валютну інтервенцію з метою стабілізації курсу валюти, проведено реструктуризацію кредитів для позичальників, налагоджено безперебійне забезпечення готівкою банкоматів. Основний акцент у цей період було зроблено на максимальний перехід до дистанційного обслуговування, що дало змогу продовжити функціонування банків навіть коли відділення не працювали, а клієнти отримали багато переваг від використання інноваційних програм мобільного банкінгу [4, с. 105].

Щодо заходів у період воєнного стану, то варто наголосити, що вони були спрямовані на недопущення панічних настоїв серед населення та упередження можливого відтоку депозитів. Саме тому, державою було гарантовано усі вклади у повному обсязі. Також НБУ послабив для банків регуляторні вимоги й ввів тимчасові валютні обмеження щодо стабілізації курсу національної грошової одиниці [2, с. 123]. Банкам було рекомендовано здійснювати виважену кредитну політику, посилити фінансову безпеку й адаптуватися до умов економічного спаду. Наголосимо, що сьогодні Національний банк України розглядає пропозиції щодо перегляду тимчасових обмежень у бік їх послаблення, що є актуальним та економічно обґрунтованим зважаючи на ситуацію в країні, а значна їх частина вже частково врахована регулятором і відображена у змінах до Постанови №18 від 24.02.2022р. [6]. На наш

погляд, першочерговим є знаття обмежень на переказ валютних коштів за кордон для українських компаній, які працюють з використанням закордонної сировини із залученням коштів іноземних інвесторів й експортують товари в інші країни. Окрім того, ліміти на безготівкові операції по гривневих карткових розрахунках безпосередньо стосуються бізнесу, саме тому обмеження на безготівкові розрахунки можуть забезпечити перехід бізнесу на роботу з готівкою, і як наслідок – збільшення частки тіньової економіки.

З урахуванням особливих умов функціонування вітчизняних банків у 2022р. з початком ракетних атак на енергетичну інфраструктуру України почалися планові аварійні відключення електроенергії й відповідно проблеми зі зв'язком. Все це, не давало змоги забезпечити належну діяльність банків, і викликало перебої в дистанційному банківському сервісі, що зумовило підвищення попиту на готівкові кошти. Проте, НБУ відреагував на нові загрози шляхом ініціювання створення програми Power Banking, котра сьогодні налічує 2300 відділень із забезпеченням альтернативних джерел енергії та резервними каналами зв'язку, інкасацією готівки й додатковим персоналом. Близько 70% усіх відділень мережі Power Banking припадає на системно важливі банки, решту – на відділення інших банків [5]. Водночас потрібно врахувати, що ця проблема може активізуватися восени – взимку поточного року, оскільки Росія з метою терору населення вірогідно планує відновити атаки на енергетичну інфраструктуру в холодну пору року 2023-2024 рр.

На наш погляд, цифровізація антикризового управління банківським бізнесом – це процес використання інноваційних механізмів та технологій, що допомагають суб'єктам управління подолати кризові ситуації в ефективніший, оперативніший та адаптивніший спосіб, які можуть виникнути в діяльності банку внаслідок негативного впливу фінансових, економічних, політичних чи інших причин. У сучасних умовах господарювання основними аспектами цифровізації антикризового управління банківським бізнесом є, зокрема:

– пряма аналітика та інформаційні системи – збір, аналіз та захист отриманої інформації, що дають змогу оцінити вразливість банку у кризовій ситуації (сприяє швидкості та своєчасності ухвалення управлінського рішення);

– автоматизація інструментів виявлення ризиків – комп'ютерна обробка отриманої інформації, що дає можливість оперативно управляти ризиками й застосовувати розроблені заходи та алгоритми для їх подолання;

– штучний інтелект – здатність зміцнити адаптацію банківського бізнесу до кризових явищ та удосконалити способи управління банківськими ризиками;

– комунікація – цифрові мережі дають змогу обмінюватися наявною інформацією на усіх рівнях управління і своєчасно ухвалювати ефективні рішення.

В умовах воєнного стану в Україні цифрові технології стали необхідним інструментом для успішного управління кризовими явищами в процесі розвитку вітчизняного банківського бізнесу, забезпечуючи швидкість, обґрунтованість та ефективність ухвалення рішень щодо негативного впливу зовнішніх й внутрішніх чинників економічного середовища. Сьогодні цифровізація є ключовим механізмом, за яким стоїть майбутнє більшої частини сфер життєдіяльності суспільства, в тому числі й банківської, яка під впливом поширення пандемії зазнала значних трансформаційних змін. Карантинні обмеження змусили банківський бізнес пришвидшити процес цифровізації, що стало корисним в подальшому, коли внаслідок російської агресії більшість банків вимушено зупинили свою роботу [3, с. 6].

Проведений аналіз антикризових заходів, вжитих центральними банками країн ЄС, дав змогу систематизувати їх та розділити на дві групи (табл. 1). Так, до інструментів, які використовують на макрорівні – віднесено: розробку стратегій щодо реагування на економічне зростання, встановлення співпраці з регуляторними органами, створення планів дій для подолання наслідків системних криз.

На мікрорівні – проведення внутрішнього аудиту для виявлення проблем, аналізу кредитного портфеля й ризиків, а також розроблення програмного забезпечення щодо удосконалення процесу управління ризиками на рівні окремих операцій і різних груп клієнтів. Здатність ефективно керувати цими складовими діяльності банку на обох рівнях дає

можливість забезпечити стабільне функціонування та зменшити негативний вплив кризових явищ на вітчизняний банківський бізнес.

Таблиця 1 - Основні інструменти антикризового впливу на розвиток банківського бізнесу на макро- та мікрорівні

Інструменти	Заходи
Макрорівень	
Регулювання та нагляд	Стрес-тести для перевірки стійкості банківської системи
	Додатковий нагляд та регулювання за діяльністю банків
Монетарна та фіскальна політика	Гарантії депозитів та фінансової підтримки від держави Рефінансування і підтримка від регулятора
Структурні реформи	Вимоги до збільшення резервів на випадок кризи
Аналіз макроекономічних тенденцій	Відстеження економічних показників, що дасть змогу передбачити можливі загрози та своєчасно підготуватися до них
Регуляторні заходи	Взаємодія з регуляторними органами, які контролюють діяльність банків (регулювання ліквідності, капіталу та інших параметрів для забезпечення стійкості банківського бізнесу).
Мікрорівень	
Управління ліквідністю і капіталом банку	Підтримка ліквідності через доступ до резервів
Управління активами і пасивами банку	Стрес-тести для оцінки вразливості банку на фінансовому ринку
Реструктуризація та оптимізація	Продаж невигідних активів та реорганізація портфелю
Підтримка клієнтів та вкладників	Програми підтримки для погашення кредитів
Кредитний аналіз	Аналіз кредитних заявок і позицій клієнтів для визначення можливих ризиків та їх запобіганню
Моніторинг портфеля	Постійне спостереження за кредитним портфелем банку, що дає змогу своєчасно виявити проблемні позиції та приймати відповідні заходи
Управління резервами	Створення резервних фондів для покриття можливих збитків внаслідок неплатоспроможності клієнтів
Комунікація з клієнтами	Своєчасне спілкування з клієнтами у випадку можливих проблем, яке дає змогу зберегти довіру до банку й уникнути панік.

Джерело: складено авторкою на основі [1, с. 87; 2, с. 131; 4, с. 104].

У сучасних умовах господарювання антикризове управління є важливою складовою для забезпечення розвитку банківського бізнесу й характеризується такими особливостями:

– забезпечення стійкості – формування ефективної стратегії антикризового управління дає змогу уникнути негативних наслідків фінансової кризи і зберегти довіру клієнтів та інвесторів;

– зниження ризиків – антикризове управління ідентифікацією, що дає можливість оцінити та мінімізувати різні види ризиків, з яким може зіткнутися банк у процесі діяльності, а також зменшити вразливість до позапланових змін на фінансовому ринку й ефективно реагувати на них;

– збереження репутації – своєчасна реакція на кризову ситуацію і адекватна комунікація із зацікавленими сторонами (стейкголдерами), котрі допомагають уникнути втрати іміджу банку;

– формування нових можливостей – ефективне антикризове управління покращує можливості розвитку банківського бізнесу в умовах економічної нестабільності ринкового середовища;

– підвищення довіри – підтвердження здатності банку ефективно керувати можливими загрозами та забезпечити його фінансову стабільність. Це підсилює довіру зі сторони клієнтів, інвесторів й регуляторних органів;

– дотримання регуляторних вимог – функціонування банків повинне відповідати законодавчим нормам, що спрямовані на забезпечення фінансової стійкості та захисту інтересів клієнтів.

Необхідно наголосити, що цифровізація антикризового управління сьогодні має важливе значення в процесі розвитку вітчизняного банківського бізнесу. Динамічний й непередбачуваний характер фінансового середовища зумовлює активізацію розроблення заходів із застосуванням цифрових технологій щодо запобігання численним викликам і загрозам. На наш погляд, сьогодні основними аспектами, які підкреслюють значущість антикризового управління є:

– глобалізація і взаємозв'язок – у сучасному світі фінансовий стан одного банку може вплинути на діяльність інших банків, саме тому застосування антикризового управління готує до можливих міжнародних фінансових турбулентностей і дає змогу забезпечувати стійкість діяльності на фінансовому ринку;

– інновації та технологічний розвиток – сучасні зміни у технологіях й фінансових послугах створюють як нові можливості, так і нові ризики, саме тому цифровізація антикризового управління даватиме змогу нівелювати ризики та безпечно впроваджувати інновації у діяльність банків, забезпечуючи безперебійність їх роботи та підвищуватиме фінансову стійкість;

– кібербезпека – зростаюча кількість загроз створює серйозні проблеми у функціонуванні вітчизняного банківського бізнесу, тому важливим аспектом у даному напрямку є розроблення планів щодо захисту від кібератак.

Загалом, антикризове управління в умовах воєнного стану в країні є необхідним інструментом для збереження стійкого розвитку вітчизняного банківського бізнесу особливо під час складної економічної ситуації, утримуючи довіру клієнтів, зниження рівня ризиковості діяльності та використання можливостей для зростання економіки країни. Запропоновані вище заходи сьогодні дають змогу підтримувати розвиток банківського бізнесу, його конкурентоспроможність та ефективне функціонування на фінансовому ринку.

Список використаних джерел

1) Звєряков М.І., Звєряков О.М. Антикризове управління фінансовою стійкістю банків в умовах економічних турбулентностей : Монографія. Одеса. : ОНЕУ, 2015. с. 418.

2) Еркес О., Калита О., Сундук Т. Банківська система України в умовах війни. *Вісник Київського національного торгово-економічного університету. Серія «економічні науки»*. 2022. № 144 (4). С. 122-133.

3) Завербний А., Сокульський Н. Пандемія як каталізатор цифровізація банківської системи в Україні. *Інвестиції: практика та досвід.* 2022. № 2. С. 5-9.

4) Маринчак Л.Р., Савчин Л.М. Антикризове банківське управління в надзвичайних ситуаціях. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (Серія: Економіка та управління в нафтовій промисловості).* 2023. № 1 (27). С. 101-110.

5) Національний банк України. Офіційний сайт національного банку України. URL: https://bank.gov.ua. (дата звернення 31.08. 2023 р.).

6) Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: постанова правління Національного банку України від 24.02.2022 р. № 18. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22 (дата звернення 31.08.2023 р.).

ТЕОРІЯ СУСПІЛЬНОГО ВИБОРУ У ПРІОРИТЕТАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
К.Р. Бондар, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Задовго до оформлення теорії суспільного вибору економічна наука висуває ідею про раціональну поведінку індивідів. У відомих працях А. Сміта "Теорія моральних почуттів" і "Дослідження про природу і причини багатства народів" ми виявляємо обґрунтований висновок, що випливав з антифеодального постулату про рівність людей від природи – кожній людині має бути надано рівне право переслідувати свій зиск, і від цього виграє суспільство; якщо економічна діяльність кожної людини веде зрештою до блага суспільства, то цю діяльність нічим не треба ускладнювати [2]. У концепції класичної школи раціональною вважається така поведінка індивіда, яка максимізує вигоду за мінімізації витрат.

Теорію суспільного вибору, як і взагалі економічну теорію, слід пізнавати на основі вивчення такого фактору як історія економічних вчень. Остання складається з пропедевтичної, яка переходить в прагматичну. Історію економічних вчень вивчають пропедевтично, тобто поступово і все більш змістовно. Професійні економісти до неї звертаються як до засобу рішення проблем.

Подібно до класичної, неокласична теорія неупереджено обґрунтовує принцип індивідуального ухвалення рішень, виключаючи, однак, зовнішні чинники, які впливають на поведінку індивіда або груп індивідів. З виходом у світ праці Дж. М. Кейнса "Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей" і надалі – з утворенням доктрини монетаризму (М. Фрідмен) поняття раціонального вибору модифікується у визначенні раціональних очікувань. Дж. М. Кейнс вважав, що можливості держави в царині одержання економічної інформації набагато ширші, ніж можливості індивідів, фірм, а тому (і в цьому був переворот думки) саме держава може здійснювати незрівнянно більш раціональні дії, ніж індивіди. Р. Лукас (Чиказька школа), навпаки, стверджує, що фірми в змозі прогнозувати і навіть нейтралізувати економічні рішення уряду.

Знайомство з механізмом формування рішень дає змогу точніше уявити вплив економічної політики на розвиток економічного процесу [1]. Послідовники теорії раціональних очікувань як кейнсіанського, так і монетаристського спрямування, виступають за проведення орієнтованої урядової політики. У цьому перегляд основних їхніх позицій.

Логічність, строгість доказів і можливість практичного застосування теорії раціонального вибору в економіці, зумовили застосування цієї концепції до інших галузей знань про суспільство [4]. З певною часткою умовності можна заявити про трансформацію теорії раціонального вибору в теорію суспільного вибору. Уперше в працях шведського економіста К. Вікселя заявлено не тільки принципи індивідуалізму, а й підхід до політики як до обміну. Мотивації, якими керуються споживачі та фірми – максимізація вигоди, прибутку. За допомогою виборів виборці намагаються провести свої думки, уподобання в "життя". Однак і це пояснюється теорією раціональної поведінки. Чиновники, законодавці також бажають максимізувати свій добробут. Останнє може бути пов'язане із суспільним благополуччям, а може бути здійснене в рамках вузьких своєкорисливих цілей. Найбільший зиск, з огляду на описані обставини, отримує суспільство, яке створило систему управління, що діє як laissez faire: приватні інтереси переводяться в площину суспільних. Сучасні теорії суспільного вибору (Дж. Б'юкенен і К. Ерроу) намагаються пояснити, як індивіди, групи індивідів завершують процес розподілу ресурсів за заданої системи цілей. Головним питанням залишається питання про ступінь врахування переваг виборців державою [3].

Теорія суспільного вибору виявляє єдину принципову відмінність між економічною і політичною діяльністю не у відмінності типів цінностей, а в тих умовах, за яких вони виявляють свої різноманітні переконання. Політика є складною системою обмінів між

індивідами, в яких останні колективно прагнуть досягнення своїх приватних цілей, бо не можуть їх реалізувати шляхом звичайного ринкового обміну. Аналіз механізму прямої та представницької демократії дає змогу зробити умовивід про те, що політика ґрунтується на ухваленні колективних рішень стосовно виробництва суспільних благ насамперед.

Використання засад теорії раціональної поведінки індивідів Дж. Б'юкенена та К. Ерроу дало змогу пояснити механізм прийняття політичних рішень тоді, коли цінові орієнтири не діють. Небезпеку для суспільства становлять лобізм і логролінг, унаслідок яких можлива змова в парламенті й ухвалення таких рішень, які не вигідні суспільству, але вигідні, наприклад, парламентським фракціям.

У працях В.Ф. Парето, Н. Калдора, Дж. Гікса ми знаходимо подальше вдосконалення теорії суспільного вибору в частині формулювання критеріїв зростання суспільного добробуту (оптимум В.Ф. Парето, критерій Калдора-Хікса).

Таким чином, економічною теорією накопичено безліч матеріалу, що має практичну значущість, використовуючи який у системі цілей суспільства з перехідною економікою можна сформувати пріоритети і втілити їх у життя, з огляду на індивідуальні, групові, суспільні інтереси і розуміючи можливість спотворення цілей парламентської системи.

Список використаних джерел

1) Захарченко В.І., Меркулов М.М., Сорока Л.М. Вступ до ринкової економіки трансформаційного типу : Навчальний посібник. Одеса: Гельветика, 2019. 184 с.

2) Наукові основи розробки стратегії сталого розвитку України : Монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2012. 714 с.

3) Уперенко М.О. та ін. Економічна історія зарубіжних країн : Навчальний посібник. Харків: Бурун Книга, 2009. 560 с.

4) Харазушвілі Ю.М. Системна безпека сталого розвитку: інструментарій оцінки, резерви та стратегічні сценарії реалізації : Монографія. Київ: ІЕП НАНУ, 2019. 304 с.

ПРОБЛЕМА ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО СПОЖИВАННЯ В СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

Т.І. Адирова, старший викладач кафедри менеджменту
А.С. Мартинюк, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Розвиток промисловості та збільшення чисельності населення Землі, внесли зміни у взаємодію людини та природи. Людство усвідомлює свій вплив на природу і ставить перед собою питання: як довго можливо існувати при збільшенні впливу на природу? Можливо зменшити вплив людини на природу? Як це зробити, з найменшим впливом на економіку? Отримавши відповіді на ці питання, можливо знайти рішення для подолання екологічної кризи.

Останні роки вивченням стратегії сталого споживання займався кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри технологій і безпеки життєдіяльності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, А.А. Івашура. Він написав монографії «Сучасні тенденції розвитку зеленої економіки в умовах глобалізації та мінімалістичного руху» та «Еколого-економічна та історична оцінка взаємовідносин людини і довкілля» [1-3].

Для висвітлення проблеми екологічної кризи та переходу до відповідального виробництва та споживання були пройдені такі етапи:

1) Конференція ООН з навколишнього середовища 1972 року. Основна тема: вплив розвитку людства на навколишнє середовище. На цій конференції вперше обговорювалася концепція сталого розвитку.

2) Доповідь Римського клубу – «Межі зростання» 1972 року. Доповідь була посланням людству про важливість встановлення «межі» допустимого розвитку людства.

3) Всесвітня комісія ООН з навколишнього середовища та розвитку 1987 року. Обговорювалась необхідність просування стандартів споживання, збалансованості нарощування економіки і екології.

4) Конференція ООН з навколишнього середовища та розвитку 1992 року. На конференції обговорювали основну причину глобального потепління – існуючі моделі виробництва і споживання.

5) Симпозіум з питань сталого споживання 1994 року. На симпозіумі було введено поняття «стале споживання».

6) Всесвітні саміт зі сталого розвитку – Йоганнесбурзький саміт 2002 року. Головною темою саміту було заохочення та просування програм, які будуть займатися підтримкою переходу країн до сталого виробництва та споживання.

7) Департамент ООН з економічних і соціальних питань і Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) опублікували рамкову програму, яка стала відомою як «Марракеський процес» 2010 року. Країни, що розвиваються, збираються в коаліцію та бажають просувати стале виробництво і споживання.

8) Саміт ООН «Порядок денний в галузі сталого розвитку до 2030 року». 2015 року. Прийняття цілей в області сталого розвитку. Встановленні глобальні цілі сталого розвитку.

Сталий розвиток – це сценарій в розвитку людства для поліпшення становища планети від впливу своєї діяльності. Концепція сталого розвитку передбачає зміну в економічному, політичному та екологічному напрямках розвитку людства. Для реалізації завдання концепції було створено та затверджено сімнадцять цілей сталого розвитку. Цілі сталого розвитку – це проблеми, які потрібно подолати людству для поліпшення свого становища. Для досягнення цілей програм були створенні стратегії для зменшення техногенного впливу на природу. В політиці країн почало з'являтися більше закликів до екологічних реформ, екологія стала частиною програм політичних партій.

Стратегія сталого споживання є однією з ефективних моделей подолання екологічної кризи. Є декілька особливостей стратегії сталого споживання:

– зменшення матеріалів, потрібних для виготовлення товару або послуги, та збільшення ефективності допоміжних матеріалів, зменшення відходів від виробництва.

– використання в основі виробу екологічних матеріалів для виробництва та зменшення токсичності допоміжних матеріалів, техніки.

– створення ланцюга споживання: бережне використання, ремонт, повторене використання, переробка.

Зменшення матеріалів для виробництва, використання екологічних матеріалів, повторне використання, ремонт, переробка не завжди можуть виконуватися. З часом зменшення матеріалів для виробництва буде недостатньо, не можна зменшувати кількість матеріалів для виробництва безкінечно, ремонт деяких виробів може бути неможливим, переробка виробів може бути довгою.

Стратегія сталого споживання повинна комбінуватися з іншими інноваційними напрямами в подоланні екологічної кризи. Більшість споживачів при згадці про екологію згадують про глобальне потепління та вуглецеві викиди. Це є одним компонентом сучасної екологічної проблеми. Стале споживання повинне бути постійним. Не можливо деякий час стало споживати, а деякий не підтримувати стале споживання. Потрібно прагнути досягти конкретного рівня споживання. Стратегія сталого споживання повинна поширюватися на всі країни світу. Сталий бізнес або стале підприємство швидше пристосовується до вимог суспільства. Покращення ефективності виробництва, введення в виробництво інновацій – головна перевага сталого бізнесу. Виробники продуктів харчування рухаються в напрямку збільшення екологічності продуктів. Споживач радше придбає більш екологічний продукт, тому підприємства змагаються між собою та покращують якість свого продукту. Деякі підприємства з виготовлення одягу використовують новітні екологічні матеріали і вони мають попит у споживачів.

Проблеми сталого споживання: більшість населення нашої планети – не може дозволити собі споживати екологічні продукти. Основна інформації з досліджень надходить від громадян розвинутих країн; деякі люди скептично ставляться до сталого споживання, екологічних проблем. Мала обізнаність про наслідки безконтрольного та неправильного використання ресурсів також створює скептицизм; люди по-різному ставляться до речей. Деякі можуть користуватися продукцією виробництва довгий час, а деякі після кількох днів користування; повинна діяти ефективна програма ремонту, повторного користування, утилізації та переробки;

В останні роки населення країн з низьким доходом почали цікавитися сталим споживанням. Збільшення тривалості життя, поліпшення імунітету та зменшення впливу успадкованих захворювань на майбутні покоління – одні з головних мотивацій до переходу на стале споживання. Інформування населення про екологічне споживання є одним з головним в політиці країни. Це пов’язано з наміром до поліпшення екологічної ситуації всередині країни та отриманням авторитету ззовні.

Отже, людство тільки зараз починає розуміти, як правильно розвивати економіки зважаючи на природу. Потрібно лише правильно реалізувати потенціал стратегії сталого споживання. Користуючись лише цією стратегією не можна подолати економічну кризу за малий проміжок часу, але з часом екологічна ситуація в світі буде поліпшуватися. Покращення стратегії сталого споживання та комбінування з іншими стратегіями, створення інноваційних підходів до захисту довкілля поліпшить взаємодію людини і природи.

Список використаних джерел

1) Івашура А.А. Сучасні тенденції розвитку зеленої економіки в умовах глобалізації та мінімалістичного руху : Монографія. Харків: ХНЕУ, 2022. С. 39–48.

2) Івашура А.А., Добрунова Л.Е. Еколого-економічна та історична оцінка взаємовідносин людини і довкілля : Монографія. Харків: ХНЕУ, 2011. С. 53–57.

3) Продіус О.І.Напрями розвитку інклюзивних інновацій на засадах взаємодії влади, бізнесу та громадськості. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С.35-39.

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

В.В. Сенченко, кандидат технічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник
ДУ «Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки імені Г.М. Доброва НАН України»
(м. Київ, Україна)

Україна потребує формування нової економічної моделі, побудованої на інноваційній основі, в якій провідну роль мають зіграти регіони. Тому важливо продовжувати розпочаті реформи децентралізації та осучаснення системи управління національною економікою згідно з європейськими стандартами. У повоєнний період державна регіональна політика відіграватиме важливу роль у відбудові українських регіонів і територій, постраждалих від воєнної агресії. При проведенні економічних реформ необхідно вдосконалити систему державної підтримки регіонального розвитку й адаптувати її до європейських стандартів.

Фахівцями визначаються, зокрема, такі напрями забезпечення адаптивності промисловості до функціонування в умовах війни [1,2,3]:

– реалізація проєктів смарт-спеціалізації (Strategy for Smart Specialisation, S3, або нова тотожна назва – Research and Innovation Strategiesfor Smart, RIS3) у промисловості із забезпеченням використання саме цього підходу кожним регіоном згідно з методикою ЄС, приєднання всіх регіонів України до Європейської платформи старт-спеціалізації з метою відкриття їм доступу до її інструментів;

– ініціювання розробки й реалізації регіональних і міжрегіональних програм залучення коштів від країн-донорів для побудови інноваційно-технологічних і наукових центрів з використанням для мобілізації ресурсів цифрових технологій, у тому числі криптовалюти, через упорядкування обігу віртуальних активів та широкого використання технологій віртуальних інноваційних мереж.

Враховуючи значну диференціацію впливу війни на регіони України, постає завдання реалізації різних регіональних стратегій відновлення. Для цих цілей пропонуємо використовувати технології старт-спеціалізації, споживчих інновацій та віртуальних інноваційних мереж.

Після стабілізації ситуації в Україні регіони повинні орієнтуватися на стратегію сталого розвитку шляхом диверсифікації, структурної модернізації, впровадження інновацій, створення привабливого бізнес-середовища та поліпшення інвестиційного клімату [4,5,6]. При цьому доцільно використання досвіду країн ЄС щодо розробки та впровадження стратегії смарт-спеціалізації. Використання концепції смарт-спеціалізації потребує виявлення та стимулювання здатності економічної системи генерувати нові спеціалізації шляхом відкриття нових областей можливостей і локальних концентрацій, агломерації ресурсів і компетенції у відповідних областях. Експерти ОЕСР визначають підхід, заснований на концепції смарт-спеціалізації, як поєднання промислової, освітньої та інноваційної політики та вибору обмеженого кола пріоритетних галузей для інвестування на основі знань з урахуванням сильних сторін та наявних переваг [7].

21 квітня 2022 р. Указом Президента України № 266/2022 було утворено Національну раду з відновлення України від наслідків війни. У липні 2022р. на Міжнародній конференції в Лугано було презентовано План відновлення та розвитку, основними цілями якого проголошено забезпечення соціальної, економічної та екологічної стійкості, швидке відновлення через ефективні рішення, модернізацію країни задля економічного зростання та збільшення добробуту українського населення.

Ураховуючи важливу роль регіонів в сучасній парадигмі децентралізованого управління національною економікою, науково-практичний інтерес представляють дослідження підходів до управління та шляхів повоєнного відновлення і розвитку регіональних

економік. Саме регіональні екосистеми мають зіграти провідну роль в формуванні нової економічної моделі України, що потребує продовження розпочатих до війни реформи децентралізації та осучаснення системи регіонального управління згідно з європейськими стандартами.

Стратегічне значення регіонів в частині плану трансформації національної економіки, на наш погляд, враховано недостатньо. Зокрема, вже сьогодні треба звернути пильну увагу на програму «Інструмент допомоги перед вступом» (Instrument for Pre-Accession Assistance – IPA) [8]. IPA націлена на здійснення політичних, інституційних, правових, адміністративних, соціальних та економічних реформ в країнах-кандидатах і забезпечення їх наближення до європейських цінностей та узгодження з політикою ЄС задля досягнення стабільності, безпеки і процвітання.

Згідно з Регламентом IPA III, зазначені процеси мають бути забезпечені застосуванням моделі чотириланкової спіралі, що передбачає взаємодію між науковою сферою, бізнесом, владою та громадянським суспільством. Така модель формує в країнах/регіонах сприятливе середовище для розумного вибору пріоритетних сфер розвитку і є одним із стовпів підходу старт-спеціалізації.

RIS3 є актуальним інструментом європейської політики досліджень і інновацій, що передбачає виявлення та цілеспрямовану підтримку унікальних внутрішніх можливостей певних територій до трансформації економік та їх інноваційного розвитку. Смарт-спеціалізація стала базовою концепцією політики згуртованості Європейської Комісії на 2014-2020 рр. і складовою частиною Стратегії EUROPE 2020. Застосування країнами/регіонами ЄС підходу RIS3 з метою прискорення структурної модернізації економік продовжено й у наступному семирічному періоді стратегування. Сучасна європейська методологія стратегічного управління інноваційним розвитком, звісно, має бути імплементована і в країнах, що прагнуть увійти до ЄС. Саме тому програма IPA III передбачає підтримання реалізації країнами-кандидатами стратегій смарт-спеціалізації. Доцільно згадати, що в Україні втілення політики смартспеціалізації офіційно розпочалося у 2018 р. До початку війни українські регіони значно просунулись у розробленні стратегій смарт-спеціалізації, але з розгортанням повномасштабних військових дій на українських територіях цей процес був фактично зупинений як на місцях, так і на вищих щаблях державного управління. Але з початком процесів розроблення планів повоєнного відновлення України та її регіонів робота регіональних стейкхолдерів з розроблення стратегій смарт-спеціалізації має отримати нову динаміку. У цьому контексті варто підтримати думку І. Підоричевої і В. Омельяненка [9], що разом з Планом відновлення та соціально-економічного розвитку України мають бути розроблені регіональні стратегії розумної спеціалізації, спрямовані на докорінні структурні зміни і перехід від аграрно-сировинного до індустріально-інноваційного типу економіки. Успішне вирішення цього завдання можливе тільки за умови розвитку національних і регіональних інноваційних екосистем та організації ефективних інноваційних процесів не лише на рівні регіонів, а й у містах та громадах. Отже, активізація ендогенного потенціалу регіонів та подальша імплементація підходу розумної спеціалізації є однією з передумов швидкого відновлення і розвитку української економіки в післявоєнний період.

Підприємства-переселенці теж мають активно долучитися до розумних спеціалізацій територій нового розміщення, примножуючи ресурси та компетенції і надаючи додатковий імпульс процесу підприємницького відкриття для пошуку нових точок регіонального зростання. В рамках регіонального смарт-стратегування робочим групам RIS3 доцільно максимально залучати потенціал наявних кластерних утворень підприємницького середовища.

Методологія смарт-спеціалізації впроваджується в Україні під керівництвом і контролем Об'єднаного дослідницького центру (JRC) Єврокомісії. Фахівці цього центру відзначають, що не існує універсального підходу до використання смарт-спеціалізації, оскільки необхідно враховувати, що регіон має як унікальний ресурсний потенціал, так і особливий стан економічного середовища. Якість смарт-спеціалізації регіону багато в чому залежить від точності вибору галузевих пріоритетів. JRC рекомендує зробити цей вибір на

підставі аналізу регіональної спроможності впровадження інновацій, який включає оцінку економічної, наукової і технологічної спеціалізації регіону.

У Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України і плану заходів з її реалізації, а також проведення моніторингу та оцінювання результативності реалізації зазначених Стратегії і плану заходів, затвердженому Постановою КМУ від 11 листопада 2015 р. № 931та у змінах до нього, затверджених Постановою КМУ від 14 листопада 2018 р. № 959 визначено такі складові смарт-спеціалізації:

1) «Смарт-спеціалізація – підхід, що передбачає аргументоване визначення суб'єктами регіонального розвитку у межах регіональної стратегії окремих стратегічних цілей і завдань щодо розвитку видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал з урахуванням конкурентних переваг регіону та сприяють трансформації секторів економіки в більш ефективні;

2) Впровадження смарт-спеціалізації у стратегічне планування регіонального розвитку здійснюється з метою: – забезпечення сталого розвитку регіонів; – підвищення ефективності управління інноваційними процесами у регіонах; – створення сприятливого середовища для провадження інноваційної діяльності; – підвищення рівня інноваційної та інвестиційної активності регіонів; – запровадження системної державної підтримки розвитку інновацій у регіонах;

3) Розроблення проєктів стратегії регіонального розвитку і плану заходів на засадах смарт-спеціалізації, що передбачає дотримання таких принципів: – інноваційна спрямованість – визначення окремих напрямів і завдань стратегії регіонального розвитку з метою ухвалення та впровадження нових технологічних рішень у певних видах економічної діяльності з урахуванням інноваційного потенціалу регіонів; – відкритість – забезпечення залучення зацікавлених представників, зокрема суб'єктів підприємництва, науково-дослідних установ, закладів вищої освіти та громадських об'єднань, до процесу розроблення та реалізації стратегії регіонального розвитку; – паритетність – створення рівних можливостей для висловлювання поглядів зацікавлених сторін та забезпечення максимального врахування їх інтересів під час розроблення та реалізації стратегії регіонального розвитку; – координація – взаємозв'язок та узгодженість довгострокових стратегій, планів і програм розвитку на державному, регіональному та місцевому рівні; – доповнюваність – забезпечення взаємозв'язку науки, освіти, виробництва та фінансових ресурсів щодо розвитку інноваційної діяльності; – диверсифікація – можливість створення нових видів економічної діяльності у певних галузях економіки; – вузька спеціалізація – обмеження переліку видів економічної діяльності, вибір яких обумовлено перспективними можливостями та які провадитимуться на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Протягом другої половини XX століття світова економіка зростала в основному за рахунок стрімкого збільшення чисельності робочої сили і її інтернаціоналізації. Однак на даний момент цей драйвер зростання себе вичерпав. Темпи приросту робочої сили досягли свого максимального значення в 2005 р. (70 млн. осіб на рік) і тепер поступово знижуються.

Розвиток «нової економіки» відбувається головним чином на основі зростання числа інновацій, їх активного впровадження в економіку і завдяки широкому використанню нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Впровадження ІКТ спричинило зміну лідерів глобального ринку. Якщо за підсумками 2006 р. рейтинг 5 найбільших публічних глобальних компаній виглядав так: (1) ExxonMobil з капіталізацією 446 млрд. дол., (2) General Electric з капіталізацією в 383 млрд. дол., (3) Total з капіталізацією 327 млрд. дол., (4) Microsoft с капіталізацією в 293 млрд. дол. і (5) Citigroup с капіталізацією в 273 млрд. дол., то за підсумками 2016 р. п'ятірка найбільших глобальних публічних компаній вже виглядає наступним чином: (1) Apple з капіталізацією в 582 млрд. дол., (2) Alphabet з капіталізацією в 556 млрд. дол., (3) Microsoft с капіталізацією в 452 млрд. дол., (4) Amazon с капіталізацією в 364 млрд. дол. і (5) Facebook с капіталізацією в 359 млрд. дол. [10].

Таким чином, якщо в 2006 р. тільки одна компанія Microsoft, яка займала четвертий рядок в рейтингу, була представником індустрії інформаційних технологій (IT), а найбільші

компанії представляли сировинні сектора, то до 2016 р. всі 5 найбільших ТНК - це представники IT-індустрії.

У командній економіці реальні партнерські взаємодії між трьома секторами (бізнес, наука, влада) були деформовані - бізнес і наука були під повним контролем держави. У індустріальній ринковій системі ці три гравці вступають в парні взаємодії із зворотним зв'язком (подвійні спіралі) - держава і бізнес, наука і бізнес, держава і наука. А в постіндустріальній мережевій економіці такий формат стосунків вже недостатній: для ухвалення успішних управлінських рішень по створенню нового знадобилося зближення і парна взаємодія трьох гравців одночасно (потрійна спіраль).

В середині 1990-х років унікальний інституційний досвід Кремнієвої долини був описаний соціологами Г. Іцковіцем і Л. Лейдесдорфом як модель «потрійної спіралі» - динамічна модель взаємодій різних установ, що виникає в ході еволюції економіки і суспільства. Зокрема, представники трьох секторів трансформуються в гібридні мережеві організації: університети освоюють роль підприємницьких центрів, компанії - роль університетів (науки), а влада - роль венчурного фонду та/або роль бізнес-менеджера, що підтримує конфігурацію спіралі в цілому. До другої половини нульових років ця концепція стала основою державних програм стимулювання інновацій та розвитку кластерів в Швеції (програма VINNVÄXT), Фінляндії (Centres of Expertise), Норвегії (REGINN), Японії (METI Industrial Clusters), Бразилії і низці інших країн.

Концепція «потрійної спіралі» стверджує той факт, що знання і технології виникають в результаті спільних дій науки, промисловості і держави, які попарно взаємодіють між собою, а отримані знання і технології потім передаються в економіку, яка в кінцевому рахунку і є головною рушійною силою інноваційної діяльності. Проте сьогодні ця парадигма зажадала уточнення, оскільки відсутність зворотного зв'язку з інформацією про соціальне і екологічне задоволення споживчого суспільства процесом технологічних нововведень істотно підвищує ризики інновацій. Вирішенню цієї проблеми сприяє той факт, що розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і інтерактивних комунікацій все ширше вивільняє енергію соціальної активності на місцях. Економіка починає черпати нові ресурси конкурентоспроможності вже не лише і не стільки на рівні окремих компаній, ринків або груп індивідів, скільки на рівні громадського співтовариства в цілому. В результаті, виникла не лише необхідність, але і можливість введення в систему "Бізнес, наука, влада" четвертого гравця – споживчого суспільства.

У багатьох країнах світу, починаючи з кінця 1990-х років, в мережеву кооперацію стали все ширше залучатися представники самих різних соціальних шарів, що впливають на інноваційний процес - або як творці нових споживчих запитів і видів послуг, або як кінцеві користувачі. Це знайшло теоретичне втілення в додаванні четвертого елемента до спіралі Іцковіца-Лейдесдорфа, що охоплює представників громадянського суспільства, і в розробці моделі «чотириланкової спіралі». В Рекомендаціях Європейської комісії з RIS3 при розробці стратегій інноваційного розвитку відзначена важливість і необхідність підходу на основі моделі «чотириланкової спіралі» інновацій - в документі пропонується доповнити класичну модель «потрійної спіралі» четвертою групою.

Модель «чотириланкової спіралі» розширює парадигму «потрійної спіралі». Поряд з наукою, промисловістю і державою ключову роль в інноваційному процесі починає грати суспільство. Ядром четвертої спіралі в цій моделі виступають споживачі інноваційної продукції. Ця модель стимулює створення інновацій, очікуваних споживачами. Споживачі в певній мірі визначають напрямок розвитку інноваційного процесу і є його рушійною силою. Саме суспільство є кінцевим споживачем інноваційної продукції і цим впливає на створення нових знань і технологій - через попит і реалізацію споживчої функції. Цей факт допомагає зрозуміти механізм поширення нових знань і технологій через їх дифузію в зони впровадження інновацій.

Споживчі інновації виникли як результат феномену «інформаційної асиметрії». Виробники не мають в розпорядженні повної інформації про потреби клієнтів. Тому споживачам доводиться самим доопрацьовувати продукти з метою їх максимальної адаптації

під власні потреби. Результати цієї діяльності споживачів можуть використовуватися компаніями при створенні майбутніх інновацій. Таким чином, між споживчими інноваціями і інноваціями виробника виникає взаємний вплив: споживачі створюють інновації, що найбільш відповідають їх запитам, а виробники підтримують найбільш успішні з них.

Що означає поява нової інноваційної парадигми для споживачів і виробників?

1) Для споживачів, що створюють інновації. Що стосується першої фази - створення продукту, розробки дизайну, ідеї - споживачі повинні розуміти, що вони створюють щось нове, важливе. За усвідомленням цього йде почуття відповідальності. По-друге, новатори повинні розуміти, що набагато простіше створювати щось нове, якщо воно потрібне конкретно ім. По-третє, сьогодні стало дуже легко втілити свою ідею в життя. Існує безліч компаній, які можуть зробити який завгодно продукт в хорошій якості і за розумною ціною навіть в єдиному екземплярі. Також існує велика кількість можливостей для поширення своєї ідеї.

2) Для підприємців. Третя фаза передбачає прийняття рішення про комерціалізацію інновації при наявності ознак попиту. У число потенційних виробників входять і самі творці інновацій, і споживачі, які скопіювали дану інновацію для себе. Весь процес виробництва і дистрибуції можна віддати на аутсорсинг.

3) Для вже існуючих компаній. Компанії-виробники повинні переробити системи створення продуктів таким чином, щоб вони могли ефективно приймати і вдосконалювати інноваційні ідеї, створювані споживачами. Важливо навчитися бачити перспективні ідеї споживачів. Для цього існують різні інструменти - наприклад, створення споживчих інтернет-спільнот або проведення конкурсів на кращу інноваційну ідею. Важливо також навчити співробітників інноваційних відділів компанії ставитися до ідей споживачів з належною повагою.

Можна сказати, що споживча інновація - це результат творчості споживачів, втілений в новому або вдосконаленому продукті, який затребуваний ринком і безпосередньо вирішує ту чи іншу потребу споживачів. Споживчі інновації мають набагато більшу ймовірність бути затребуваними на ринку, вони є більш життєздатними і економічно ефективними, так як їх ідею висунули самі споживачі, виходячи з власних потреб і власних уподобань.

На основі аналізу зміни потреб і виявлення прихованих потреб товаровиробники можуть і повинні модифікувати продукти, використовувати досвід експлуатації продуктів для їх вдосконалення. Йдеться, перш за все, про споживчі інновації, призначення яких - збільшення економічного, соціального, психологічного ефекту використання товару.

Природно, що нові товари, послуги, нові технології продажів і т.п., привертають увагу покупців, тому представляє інтерес реакція споживачів на інновації, процес їх поширення на ринку, тобто дифузія інновацій. Швидкість дифузії інновацій залежить від безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів.

До зовнішніх факторів слід віднести не тільки соціально-демографічні характеристики споживачів, але і інтенсивність маркетингових зусиль. З внутрішніх чинників слід виділити реалізацію значущої потреби і оцінку їх відповідності цінностям, віруваннями і минулого досвіду споживачів.

Компаніям, що бажають використовувати споживчі інновації, рекомендується дотримуватися наступних правил: створювати відкритий до модифікацій інтерфейс продуктів, створювати інструменти для вдосконалення вашого продукту, підтримувати спільноти споживачів; створювати взаємовигідні відносини з потенційними новаторами, з'ясовувати, що споживачі – творці інновацій - хотіли б отримати натомість; якщо ваша компанія виробила товар, створений споживачем, не забудьте визнати його заслуги. Багато споживачів-новаторів надзвичайно цінують, якщо компанія не приховує, що саме їхня ідея послужила основою для створення даного продукту.

Включення споживчого співтовариства в процес продукування інновацій є і ознакою того, що світ прискорено рухається в бік інформаційного суспільства, головною особливістю якого, згідно Кастельсу, є не стільки домінування інформації, скільки мережева логіка її використання. Цією обставиною Кастельс підкреслював органічний зв'язок між новою технологічною парадигмою і формуванням мережевого укладу, коли в основу організації

економіки і суспільства лягають мережеві інформаційні потоки, мережеві структури і мережеві взаємодії.

Споживчі інновації несуть в собі величезний економічний потенціал, так як дозволяють одночасно підвищити лояльність клієнтів, виявити їх переваги, і поповнити багаж інноваційних ідей.

Значні вигоди отримує і виробник: отримання нових перспективних ідей, зниження витрат на розробку інновації, скорочення періоду розробки інновації, отримання детальної, достовірної інформації про споживачів, зміцнення взаємозв'язку «компанія-споживач», підвищення лояльності споживачів і т.п.

Аналіз соціальних та економічних мотивів участі споживачів в інноваційній діяльності передбачає, що така участь розшириться на основі використання інформаційно-комунікаційних інструментів віртуальних мережевих відносин між продуцентами і споживачами інноваційної продукції. Використання таких інструментів несе в собі великий потенціал агрегування знань і досвіду з метою перетворення реальних запитів споживачів в технологічні інновації [11, 12].

Віртуальні організації як сучасна інноваційна форма ведення бізнесу в умовах інформаційної економіки сьогодні привертає все більше уваги з боку теоретиків і практиків. У випадку віртуального підприємства мова йде про інтенсивну взаємодію спеціалістів і підрозділів юридично оформлених підприємств у віртуальному просторі.

Виникає штучне співтовариство, сформоване електронним шляхом. При цьому продовжується життєвий цикл окремого підприємства, крім того одні й ті ж організації можуть одночасно входити у склад кількох віртуальних об’єднань. Реальних конкурентних переваг на ринку віртуальні організації досягають за рахунок економії часу, зниження витрат, інтернаціоналізації бізнесу, зростання гнучкості та адаптивності, підвищення інноваційної активності.

Отримання ефекту синергії на віртуальних підприємствах стає можливим завдяки інтеграції ресурсів (фінансових, трудових, інформаційних, виробничих), знань і зусиль партнерів, їх концентрації на ключових компетенціях. Синергетичний ефект при цьому виявляється, головним чином, в економії транзакційних витрат [13].

Дослідження віртуальних економічних відносин в умовах війни набуває особливої актуальності. Значний вклад в розробку методологічних засад і практичних рекомендацій зробили видатні вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як Д.А. Горовий, Т.О. Загорна, Б. Лев, О.В. Палагін, В.П. Соловйов, Л.С. Шевченко, М. Уорнер та інші. Однак, незважаючи на існування великої кількості публікацій щодо визначення, формування, використання та розвитку віртуальних економічних відносин в сучасних умовах, значна частина питань залишаються методологічно нерозвинутими, в т.ч. визначення впливу віртуальних мережевих структур на формування і реалізацію регіональних інноваційних стратегій на основі старт-спеціалізації.

З 2000-х рр. в світі стали все ширше поширюватися так звані глобальні мережеві компанії, побудовані не на централізованому контролі, а на засадах колаборації безлічі незалежних організацій і цивільних осіб, включаючи споживачів, постачальників, партнерів і прямих конкурентів.

Ця нова модель організації бізнесу різко знижує виробничі та трансакційні витрати, оскільки ризики, виграші, компетенції та ресурси, пов'язані з реалізацією проектів, розподіляються по глобальній мережі контрагентів. І в технологічно передових (програмування, фармацевтика та ін.), і в традиційних секторах все більше число корпорацій трансформуються у відкриті мережеві системи, що дозволяє їм по-новому використовувати можливості аутсорсингу і успішно конкурувати за швидкість в інноваціях.

З розвитком мережевої економіки виникають нові форми економічної діяльності. В основу організації економіки і суспільства лягають мережеві інформаційні потоки, мережеві структури і мережеві взаємодії.

Мережеві екосистеми громадянського суспільства стають основними вузлами генерації і передачі знань і нових технологій від науки до споживачів. Учасники інноваційних

споживчих товариств не просто кооперуються, а вступають в колаборативні відносини. Вони інтерактивно обмінюються явними і неявними знаннями, формуючи спільне бачення щодо заходів адаптації до швидкої зміни середовища.

Це дозволяє учасникам мереж приймати більш ефективні рішення в порівнянні з індивідуальними, об'єднувати ресурси для спільного виробництва нового продукту (механізм колективного створення споживчих інновацій). Причому це бачення безперервно коригується в ході взаємних погоджень, формуючи основу для генерування інновацій в безперервному режимі. Виникаєюча при цьому синергія взаємодій надає мережевому співтовариству здатність до саморозвитку.

В останні роки акцент у вивченні мереж знань і інновацій змістився від регіонального аспекту до концепції віртуального співробітництва, яка описує кооперацію підприємств і організацій, підтримувану ІКТ-інфраструктурою. В основі передумов формування віртуальних організацій лежить заміна вертикальної бюрократичної моделі, характерної для великих корпорацій, новими перспективними організаційно-технологічними рішеннями. За останні два десятиліття виникла безліч моделей і організаційних схем, які базуються на інформаційних (як правило, мережевих) технологіях. Інформаційні мережі є новою технологічною парадигмою, тим фундаментом, на основі якого створюються і, очевидно, будуть створюватись нові організації.

Віртуальним організаціям в умовах інформаційної економіки властиві наступні риси [14] – основне завдання віртуальних організацій – максимально скористатися можливостями глобальної економіки, існуючих систем зв’язку і комунікацій для створення продуктів, що максимально відповідають розвитку науки і технологій у світі.

Територіально розподілені – для виготовлення продукту вони тимчасово об’єднують різних виробників, а після його випуску припиняють своє існування. Принцип концентрації виробництва для даного типу підприємств не спостерігається: віртуальне підприємство не може бути «потужним промисловим гігантом», навпаки – воно намагається мінімізувати свою присутність, використовуючи тільки те, що сьогодні необхідно для роботи.

Для віртуальних організацій відсутня необхідність централізації управління. Управління, як і виробництво, розподілено. Кожний агент працює за своїми правилами і законами, самостійно розпоряджається власними ресурсами. Система управління має явні ознаки інтелектуальності, в яку закладаються принципи обробки даних і формування необхідної інформації.

Віртуальні організації створюються для випуску високотехнологічного, а іноді й унікального продукту, що виробляється у вигляді одиничних екземплярів чи малих партій. В основі лежить орієнтація на окремого споживача або на невеликі групи споживачів, при цьому продукція може бути досить нестандартною. Для них характерна відмова від масового виробництва. Акцент робиться на технологічність, якість, оригінальність, задоволення побажань споживачів.

Управління віртуальним підприємством дозволяє широко використовувати його самостійно самим споживачем, який бажає застосувати власні сили у виготовленні індивідуальних речей.

Віртуальні організації легко пристосовуються до росту економіки, зміни її вимог, постійної появи нових технологічних рішень, оскільки вони інформаційно орієнтовані на ці зміни.

Віртуальне співробітництво забезпечує реалізацію інноваційного потенціалу з залученням третіх осіб - зовнішніх експертів, постачальників, окремих споживачів або їх груп – вже на початкових стадіях інноваційного процесу. Зв'язок віртуального партнерства з віртуальними спільнотами означає багатосторонні відносини в рамках процесу відкритих інновацій. На відміну від «лідируючих споживачів», діяльність яких консервує кордони між спільнотами і фірмами, віртуальні спільноти формують динамічне середовище, що надає відчутний вплив на виробництво знань. Віртуальні співтовариства створюють інтерфейси, на кшталт дискусійних майданчиків, для обміну думками та ідеями, надання консультацій по продукції та послугам. Завдяки цим інтерфейсам вони отримують інформацію про зміну

попиту і можуть врахувати нові ідеї, в тому числі про сфери застосування продуктів, ще на стадії проектування.

Автори [14] виділяють наступні конкурентні переваги віртуальних структур в умовах інформаційно-орієнтованої економіки: відсутність просторової локалізації; висока швидкість бізнес-процесів і оборотності капіталу; підвищення швидкості виконання ринкового замовлення; зниження інформаційних і транзакційних витрат; можливість повнішого задоволення потреб замовника; можливість гнучкої адаптації до змін навколишнього середовища; зниження ризику, пов'язаного з невизначеністю; можливість знизити бар'єри виходу на нові ринки; раціоналізація структури управління; можливість дистанційної взаємодії; вільний доступ до інформації; доступ до ресурсів інших підприємств, у тому числі можливість навчання; незалежність від місцезнаходження партнерів; оновлення і розширення асортименту продуктів і послуг.

Отримання ефекту синергії на віртуальних підприємствах стає можливим завдяки інтеграції ресурсів (фінансових, трудових, інформаційних, виробничих), знань і зусиль партнерів, їх концентрації на ключових компетенціях. Синергетичний ефект при цьому виявляється, головним чином, в економії транзакційних витрат. Саме завдяки участі у віртуальних інноваційних спільнотах, малі та середні підприємства отримують доступ до відкритих і дешевих інновацій, залучаючи ключових споживачів в глобальному масштабі.

Провідні високотехнологічні компанії, такі як Microsoft, IBM, BMW і Nokia, все активніше інвестують в віртуальні спільноти. Більше того, за розрахунками окремих дослідників, до аналогічної практики вдаються більшість фірм (понад 80%), що входять в рейтинг S & P 500.

Особливого значення набуває віртуальне співробітництво в науковій сфері, де сьогодні більшість досліджень потребує аналізу великої кількості інформації, залучення багатьох матеріальних, фінансових і інтелектуальних ресурсів. Віртуальні мережеві дослідницькі середовища (ВМДС) як наукове і практичне спрямування вимагають створення нових понять, наукових ідей і інструментарію.

Створення їх тісно пов'язане з кібернетикою, мережевими технологіями, сучасними розділами прикладної математики, економічної теорії і психологією. В основі теорії і практики ВМДС лежать сучасна економічна теорія, системний аналіз і дослідження операцій, методи оптимізації, а також інтелектуальні інформаційні технології.

ВМДС – це інноваційне робоче середовище для підвищення кооперації і співробітництва між дослідниками у всіх сучасних сферах науки і техніки. Це комплекс технологічних інструментів в мережі, які використовуються для реалізації дослідницького циклу. Віртуальні мережеві дослідні середовища в своєму складі залежать від різних факторів, таких як мета створення, фінансування, дисципліна і існуюча електронна інфраструктура. ВМДС можуть бути побудовані для будь-якої сфери науки. У багатьох дисциплінах природничого циклу застосування ВМДС - це усталена практика (наприклад, в науках про Землю, фізики високих енергій, астрономії), для соціогуманітарних наук використання ВМДС є інноваційною практикою.

ВМДС є середовищем, через яке дослідники залучені і стають частиною віртуального дослідницького співтовариства, а також частиною електронної науково - дослідницької інфраструктури. При цьому ВМДС є інноваційним, заснованим на мережевій структурі, орієнтованим на співтовариство, всебічним, гнучким і безпечним робочим середовищем, що дозволяє максимально ефективно задовільнити вимогам сучасної науки і споживчого співтовариства.

Серед потенційних драйверів у ВМДС можна виділити: поліпшення зв'язків між дослідженнями і комерціалізацією (впровадженням) наукових результатів; поліпшення колаборацій (особливо міждисциплінарних); розширення діапазону напрямків досліджень; збільшення пошуку джерел та інструментів для метаданих; відкриття даних новим дослідницьким і споживчим товариствам; дослідний менеджмент і адміністрація. ВМДС інтегрують джерела через всі мережеві шари електронної інфраструктури, обчислення, дані,

програмне забезпечення, інтерфейси користувача, сприяючи міждисциплінарному обміну і продуктивній співпраці науки з високотехнологічним виробництвом .

Список використаних джерел

1) Швець Н.В., Шевцова Г.З. Формування повоєнної моделі економіки України: питання фінансування та управління. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. № 4 (274). 2022 С. 53-59.

2) Мокій А.І., Небрат В.В., Флейчук М.І. Трансформаційні процеси в Україні в повоєнний період: міждисциплінарні оцінки. *Економіка України*. 2023. № 1. С. 74-88.

3) Про віртуальні активи: Проект Закону України від 11.06.2020 р. № 3637. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69110. (дата звернення: 10.09.2023).

4) Лібанова Е.М. Відновлення Донбасу: оцінка соціально-економічних втрат і пріоритетні напрями державної політики. *Вісник Національної академії наук України*. 2015. № 11. С. 13–25.

5) Данилишин Б.М., Снігова О.Ю. Формування моделі економічного розвитку Донбасу в умовах становлення нової регіональної політики : Монографія. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2019. 312 с.

6) Економіко-правові засоби стимулюючого впливу на розвиток Донбасу: монографія / під заг. ред. В.А. Устименка. Київ : НАН України, Інститут економіко-правових досліджень, 2019. 236 с.

7) Грига В.Ю. Зарубіжна практика впровадження «розумної спеціалізації» та можливості її застосування в Україні. *Економіка і прогнозування.* 2019. №2. С. 138–153.

8) Regulation (EU) 2021/1529 of the European Parliamentandof the Councilof 15 September 2021 establishing the Instrument for Pre-Accession assistance (IPA III). URL: https://eurlex.europa.eu/eli/reg/2021/1529. (дата звернення: 10.09.2023).

9) Pidorycheva I., Omelyanenko V. The smart specialization approach through the prismof the key provision sof the theory of free trade: conclusions for Ukraine. *Economics&Education*. 2022. Vol. 7 (2). P. 52-58. DOI: 10.30525/2500- 946X/2022-2-8.

10) Desjardins J. Chart: The Largest Companies by Market Cap Over 15 Years. URL: http://www.visualcapitalist.com/chart-largest-companies-market-cap-15-years. (дата звернення: 10.09.2023).

11) Сенченко В.В., Соловйов В.П. Споживчі інновації і віртуальні мережеві структури - механізми сприяння співпраці академічної науки з високотехнологічним сектором економіки, Законодавче забезпечення розвитку реального сектору економіки / Заг. ред. В.І. Сергієнка; Інститут законодавства Верховної Ради України. Випуск 4. К.: Вид-во «Людмила», 2019. 322 с. С. 173-190.

12) Сенченко В.В. Віртуальні економічні відносини та їх роль в економіці знань. *Наука і техніка сьогодні. Серія «Техніка».* 2022. Київ. № 13(13) 2022. 490 с. С.467-478.

13) Сенченко В.В. Віртуальні інноваційні мережі як драйвери впровадження результатів академічної науки у високотехнологічні галузі економіки України. *Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки в контексті інтеграції України в Європейський науково-інноваційний простір :* Матеріали XXIV Міжнародної науково-практичної конференції, Одеський національний політехнічний університет, Одеса, Україна, 19-21 червня 2019 року, С. 185-191.

14) Загорна Т.О., А.В. Ткачова А.В., Віртуальні організації в умовах інформаційної економіки: специфіка діяльності, конкурентні переваги. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 6 (16). С. 128-135.

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Л.А. Некрасова, доктор економічних наук, професор
Таха Мохамед Халед, здобувач PhD
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Інтеграційний курс України до європейського простору і розширення економічного співробітництва з країнами ЄС створюють нові можливості для українських підприємств на цьому ринку. Однак, для конкурентоспроможності та успішного входження на європейський ринок, підприємства повинні відповідати вимогам щодо стандартів якості, середовища та соціальної відповідальності. Сталий розвиток стає все більш важливим стратегічним пріоритетом для більшості підприємств. Підприємства почали усвідомлювати необхідність балансувати свої економічні показники з соціальною відповідальністю і охороною навколишнього середовища для підтримки стійких позицій на високо конкурентних регіональних і глобальних ринках [1]. Поняття сталий розвиток традиційно визначається як розвиток, який «відповідає потребам нинішніх поколінь, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [2]. Тим самим воно пов'язується з процесом досягнення мети сталости, в рамках якого економічне зростання, соціальна відповідальність та охорона навколишнього середовища складають так звану концепцію потрійного критерію і розглядаються як однорівневі, взаємно доповнюючи один одного.

Формування стратегії сталого розвитку підприємствами України в умовах євроінтеграції дозволяє забезпечити їм [3]:

– *конкурентні переваги.* Так, підприємства, які активно впроваджують практики сталого розвитку, можуть мати конкурентні переваги на ринку. Споживачі в ЄС все більше звертають увагу на продукти та послуги, які виробляються екологічно та соціально відповідально. Формування стратегії сталого розвитку допоможе підприємствам відповідати цим очікуванням споживачів та забезпечити свою конкурентоспроможність;

– *виконання міжнародних зобов'язань.* Україна зобов'язалася впроваджувати положення європейських директив та стандартів, які стосуються сталого розвитку, в рамках угоди про асоціацію з ЄС. Формування стратегії сталого розвитку допоможе підприємствам виконувати ці зобов'язання та гарантувати відповідність європейським нормам та стандартам;

– *залучення інвестицій.* Багато європейських інвесторів та фінансових установ ставлять передумовою реалізацію екологічно та соціально відповідальних проектів. Формування стратегії сталого розвитку допоможе підприємствам залучати інвестиції з ЄС, що сприятиме їхньому розвитку та модернізації;

– *покращення репутації.* Успішна реалізація стратегії сталого розвитку допоможе підприємствам підвищити свою репутацію та бути сприйнятими як соціально відповідальні організації. Це може сприяти привабливості підприємства для споживачів, партнерів, співробітників та інших зацікавлених сторін.

– *стимулювання інновацій.* Формування стратегії сталого розвитку стимулює підприємства до пошуку нових інноваційних рішень, які сприяють збереженню ресурсів, зменшенню впливу на довкілля та підвищенню продуктивності. Це сприяє розвитку конкурентоспроможних технологій і допомагає підприємствам бути успішними у майбутньому.

Формулювання стратегії сталого розвитку підприємства в контексті європейської інтеграції передбачає розгляд різноманітних аспектів, пов’язаних із екологічною, соціальною та економічною стійкістю. Слід пам’ятати про кілька принципів:

1) *Екологічна відповідальність.* Врахування впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище, його прагнення зменшити викиди парникових газів, мінімізувати утворення відходів і сприяти ефективному використанню ресурсів.

2) *Відповідність нормам.* Дотримання відповідного екологічного, соціального та трудового законодавства, слідкування за правилами та стандартами Європейського Союзу (ЄС), пов'язаними з екологічністю. Це допоможе підприємству зберегти позитивну репутацію та уникнути штрафних санкцій.

3) *Залучення зацікавлених сторін.* Взаємодія із зацікавленими сторонами, включаючи співробітників, клієнтів, постачальників, місцеві громади та залучення їх до процесів прийняття рішень, створення платформи для відкритого діалогу та співпраці.

4) *Соціальна відповідальність.* Врахування соціального впливу підприємства, його сприяння різноманітності, інклюзивності та рівним можливостям. Розвиток справедливих трудових практики та пріоритетність благополуччя працівників і підтримка ініціативи розвитку суспільства.

5) *Інновації та дослідження.* Розробка та впровадження нових технологій, процесів та бізнес-моделей, які зменшують вплив на навколишнє середовище та підвищують ефективність використання ресурсів, наявність культури постійного вдосконалення та навчання.

6) *Управління ланцюгом поставок.* Оцінка та співпраця з постачальниками, які поділяють прихильність підприємства до сталого розвитку. Встановлення чітких критеріїв сталого розвитку для вибору постачальників та їх заохочення застосовувати екологічно чисті методи.

7) *Підхід циклічної економіки.* Застосування підходу циклічної економіки, створюючи продукти для довговічності, повторного використання та переробки. Зведення до мінімуму кількості відходів, завдяки впровадженню у свою діяльність стратегії переробки та управління відходами. Заохочення використання відновлюваних матеріалів і дослідження можливостей для оновлення або повторного виробництва продуктів/послуг.

8) *Звітність і прозорість.* Створення надійного механізму звітності для відстеження та вимірювання ефективності сталого розвитку. Публікація регулярних звітів про сталий розвиток, які повідомляють про результати, цілі та проблеми підприємства. Така прозорість зміцнює довіру зацікавлених сторін.

9) *Співпраця та партнерство.* Прагнення підприємства до співпраці та партнерства з іншими організаціями як у галузі, так і за її межами. Спільні ініціативи можуть стимулювати колективні дії щодо вирішення проблем сталого розвитку, обмін найкращими практиками та посилювати вплив.

10) *Довгострокова перспектива.* Розробка довгострокового бачення сталого розвитку та вбудова його в загальну бізнес-стратегію, пріоритетність інвестицій та ініціатив, які сприяють створенню довгострокової цінності, а не короткостроковим прибуткам. Це поєднання фінансовіих та нефінансових цілей з метою забезпечення стійкості.

Отже, формування стратегії сталого розвитку підприємств України в умовах євроінтеграції має багато переваг і допомагає підприємствам відповідати вимогам ринку, виконувати міжнародні зобов'язання, залучати інвестиції та покращувати свою конкурентоспроможність. Кожне підприємство має свій унікальний контекст і виклики, тому важливо налаштувати його стратегію сталого розвитку відповідно до конкретних обставин, узгоджуючи її з цілями європейської інтеграції та ініціативами сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1) Некрасова Л.А. Новітні аспекти стратегування розвитку виробничих підприємств в умовах децентралізації. *Економіка харчової промисловості.* 2019. Т.11. №2. С. 38-46.

2) Захарченко О.В. Оцінка та проблеми сталого розвитку у світі. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки.* 2014. № 6. С. 111-118.

3) Філіппов В.Ю., Вугельман П.В. Управління розвитком підприємництва в інформаційному суспільстві на мікрорівні та імперативи сталого розвитку: системно-інтегрований підхід. *Менеджмент як фактор сталого розвитку в координатах парадигми економічних систем* : Монографія / ред. С.В. Філіиппова, О.І. Продіус. Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2021. С. 293-320. (340 с.).

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

СЕКЦІЯ 7

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ ОСВІТИ

В.А.Студінський, доктор історичних наук, кандидат економічних наук
Науково-дослідний навчальний центр «ПринцепС»
(м. Малин, Україна)

У освітньо-навчальному процесі головну роль відіграють дві фігури – учень (студент) та вчитель (викладач). Останній практично на всіх рівнях функціонально виконує обов'язки менеджера. Це може відбуватися як на рівні класу (чи академічної групи), так і на рівні навчального закладу будь-якого типу чи форми. Вчитель (викладач) є, врешті, визначальною фігурою в організації і безпосередньому здійсненні як навчального, так і виховного процесу. Разом із тим вчитель (викладач) стає певною мірою місіонером і тим, хто формує світогляд та душу своїх учнів (студентів. З цього приводу, свого часу видатний український педагог В.О.Сухомлинський зауважив: «Учительська професія – це людинознавство, постійне проникнення в складний духовний світ людини, яке ніколи не припиняється. Прекрасна риса – повсякчас відкривати в людині нове, дивуватися новому, бачити людину в процесі її становлення – один з тих коренів, які живлять покликання до педагогічної праці» [5, с.421]. Виходячи ізцієї тези, стає цілком очевидним, що кадровий менеджмент у навчальному закладі відіграє дуже важливу роль у створенні ефективної педагогічної діяльності як окремого працівника, так і колективу в цілому.

Ось тут уже вирішальну роль і відповідальність бере га себе адміністрація навчального закладу. З цього приводу достатньо згадати східне прислів'я: «Не буває поганих солдатів, є погані генерали». Смисл тут полягає в тому, що від керівництва навчального закладу залежить відповідна атмосфера в самому колективі і створюються відповідні мотиваційні та стимулюючі умови для конкретного працівника, насамперед педагога. Разом з тим саме від адміністрації навчального закладу залежить і якісний підбір педагогічних (науково-педагогічних) кадрів. При грамотній і виваженій політиці підбору кадрів, а також мотивації і стимуляції їх діяльності досягається той чи інший ефект в практичній сфері [4, с.96]. Проте, як показує практика, в реальному просторі функціонування освітньої сфери саме з кадрами і виникають великі питання.

На сьогодні в Україні катастрофічно не вистачає педагогічних кадрів. Офіційно прийнято вважати, що головними причинами такого сану є: низький рівень оплати праці та понаднормове навантаження [1]. За словами одного із міністрів освіти і науки України необхідно 42 роки для того, щоб покрити весь дефіцит педагогічних кадрів [6]. Звичайно, що таке твердження дискусійне, проте, дійсно, вітчизняна освіта на сучасному етапі переживає системну кризу кадрів. Це стосується і середньої і вищої школи. Нинішній міністр освіти і науки України О.Лісовий говорить, що останнім часом додалась ще одна причина, що спричиняє дефіцит освітянських кадрів – виїзд великої кількості вчителів, зокрема молодих, з метою безпеки за кордон у зв'язку з початком повномасштабної війни РФ проти України [2]. До цього ще можна додати відтік частини педагогів призивного до лав Збройних Сил України і їх участь у бойових діях. В зв'язку з цим частина експертів приходить до думки, що за таких умов можна було б частково дефіцит покрити за рахунок студентів-старшокурсників або педагогів (науковців) пенсійного віку, які є активними у педагогічному і науковому процесі та не відходять від професії.

Це, дійсно, що тк. Чимало начальних закладів таким чином і покривають дефіцит та забезпечують якісну роботу установ. Хоча, чимало працівників освіти, які активно шукають роботи у своїй професійній сфері вимушені погоджуватися на неповну зайнятість або ж взагалі опинятися поза освітою і наукою. Виникає парадоксальна ситуація: з одного боку, всі говорять про дефіцит педагогічних і наукових кадрів, а з іншого – виникають реальні труднощі працевлаштування. Причин такого стану кілька.

Звичайно, що якісний підбір викладачів, педагогів, вчителів, працівників освітньої сфери різних ланок залежить від менеджменту навчального закладу. З приводу цього, свого часу, доволі різкій формі висловився О.Павленко - засновник та генеральний директор IBS

Education: «Але не лише наша держава в особі Міністерства винна у тих проблемах, що є. Давайте уважніше придивимось до університетів. Більшість ректорів є такими собі «червоними директорами», пихатими особами, що перетворюють університети на свої удільні князівства і вважають себе не менш ніж намісниками Бога на землі. Причиною цьому може бути і відсутність адекватного громадянського суспільства в рамках університету» [3]. Багато хто з такими заявами автора цих слів не погоджується, проте політика перейменування ВНЗ і «обнулення» строку перебування на керівній посаді, зокрема ректора призводить до встановлення певної монопольної централізованої структури і системи менеджменту, коли відбувається повільна змін поколінь у викладацькій сфері, коли «вимиваються» цілі наукові сфери, оскільки члени адміністративного корпусу не є представниками відповідних наукових чи освітніх напрямків.

Часто при пошуку роботи науковці, вчителі стикаються з проблемами суб'єктивного характеру, як то: відмова у прийнятті на роботу, бо йде скорочення ставок і відповідно робочих місць, бо людина не відповідає уявленням керівника про її професійну придатність та інше. Наприклад, в результаті проведених соціологічних опитувань 71,9% респондентів вважають, що при прийомі на роботу у навчальний головну роль грають особисті зв'язки, а не професійні якості. 42,3% вважають, що за умови лояльного ставлення до керівництва за тобою зберігатиметься місце працевлаштування. 57,2% опитаних респондентів, які на момент опитування працювали, вважали, що важливим фактором їх утримання на роботі є вчасне і професійне виконання професійних обов'язків. При цьому 37, 9% не виключали, що за умови скорочення кількості ставок в їх підрозділі може призвести до особистого скорочення, незважаючи на всі професійні здобутки. Даний зріз показує, що педагогічний працівник постійно знаходиться в системі турбулентності, тобто невизначеності і невпевненості. До того ж у навчальних закладах поширена форма укладання трудових угод чи контрактів на один навчальний рік. Такий стан речей не дає можливості відчувати себе стабільно у професії. Саме 91,7 % опитаних зауважили, що найважчою умовою праці є невизначеність у подальшому. Близько половини опитаних (49,3%) визначили, що демотивуючим фактором у роботі є психологічний тиск (хамство, зверхність, упередженість, приниження тощо).

Таким чином, з одного боку, проблема якісного управління кадрами в освітній сфері знаходиться в системі зовнішніх чинників, зокрема стану професійного ринку праці. З іншого – система корпоративної культури та міжособистісних стосунків в середині колективу. Ще однією з проблем, на думку автора, ефективного залучення якісних кадрів до освітньої чи наукової сфери полягає в тому, що і на рівні держави, і на рівні навчального закладу (та його підрозділу) практично повністю відсутня маркетингова кадрова політика.

Список використаних джерел

1) Дефіцит викладачів в Україні. URL: https://napensii.ua/uk/articles/159328-deficzyt-vykladachiv-v-ukrayini/

2) До кадрового дефіциту у галузі освіти недалеко: Оксен Лісовий. URL: vseosvita.ua/news/do-kadrovoho-defitsytu-u-haluzi-osvity-nedaleko-oksen-lisovyi-88889.html

3) Павленко О.: що не так з українською вищою освітою? URL: https://osvita.ua/blogs/58999/

4) Студінський В.А. Мотиваційний чинник в системі ефективного функціонування педагогічного колективу навчального закладу/ Боголібські читання: матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції: зб.наук. пр. Переяслав: ФОП Домбровська Я.М., 2021 С.95-97.

5) Сухомлинський В.О. Сто порад учителеві. Вибрані твори у п'яти томах. Т.2. К.: Радянська школа, 1976. С.417-654.

6) Ярмола Н. «Щоб покрити дефіцит, треба 42 роки»: чому в Україні вимирає професія вчителя. URL: https://tsn.ua/ukrayina/schob-pokriti-deficit-treba-42-roki-chomu-v-ukrayini-vimiraye-profesiya-vchitelya-1638790.html

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНИ

Т.К. Метіль, кандидат економічних наук, доцент
Ізмаїльського державного гуманітарного університету
(м. Ізмаїл, Україна)
Д.М. Дукіна, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська Політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Два останні десятиліття відзначені посиленням уваги до проблеми міжнародної уніфікації бухгалтерського обліку. Розвиток бізнесу, що супроводжується зростанням ролі міжнародної інтеграції у сфері економіки, пред'являє певні вимоги до однаковості та прозорості принципів обліку, що застосовуються в різних країнах. Саме з цією проблемою зіткнулися наші фахівці у галузі бухгалтерського обліку під час переходу країни до ринкової економіки та встановлення ділових контактів із закордонними інвесторами на рівні підприємств. Єдиним варіантом вирішення проблеми є перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності [1].

Необхідно відзначити, що об'єктивними перевагами міжнародних стандартами фінансової звітності перед національними є [4]:

- чітка економічна логіка;
- узагальнення кращої сучасної світової практики у сфері обліку;
- простота сприйняття для користувачів фінансової інформації у всьому світі.

В Україні поки що немає своїх національних стандартів фінансової звітності, які визнавалися міжнародними фінансовими інститутами. Однак з кожним роком у українських підприємств зростає потреба в їх застосуванні [3].

Необхідність застосування МСФЗ українськими – підприємствами виникає у таких випадках [2]:

- при консолідації фінансової звітності підприємств, що працюють у різних країнах;
- якщо українське підприємство ризикнуло взяти довгостроковий валютний кредит в іноземному банку чи іноземного інвестора. Такий варіант є більш привабливим з погляду ціни грошей, та й отримати довго-терміновий кредит в Україні практично неможливо. При цьому проблема полягає в тому, що вже на момент ухвалення рішення про кредитування потенційний іноземний кредитор вимагатиме фінансову звітність, складену відповідно до світових стандартів. Він також може вимагати висновку незалежного аудитора про те, що ця звітність відповідає міжнародним стандартам та правилам. І тільки після отримання потрібної інформації кредитор прийматиме рішення, видати кредит чи ні. Отримавши кредит, українське підприємство має повторити аналогічну процедуру протягом усього періоду кредитування щорічно.

При проведенні аналізу фінансового стану українського підприємства виникає низка проблем, вирішення яких могло б помітно поліпшити якість аналізу, зменшити витрати часу на його проведення, а значить і підвищити ефективність рішень, що приймаються на основі результатів аналізу.

Серед ряду таких проблем слід виділити три основних:

1) Під час проведення аналізу необхідно коригувати суми з урахуванням рівня інфляції за звітний період.

2) При аналізі стану основних фондів підприємства значення показників не відображають реальну ситуацію через несвоєчасне проведення переоцінки основних засобів та не відповідність запропонованих урядом коефіцієнтів для перерахунку дійсності [2].

3) Проведення комплексного аналізу фінансового стану підприємства досить трудомісткий процес, а отже, необхідно спробувати вирішити цю проблему шляхом створення методики експрес-аналізу фінансового стану підприємства, нехай і не комплексного

(наприклад, тільки аналіз платоспроможності та ймовірності банкрутства), але все ж таки що дозволяє отримати інформацію для оперативного прийняття рішення [2].

Для вирішення проблеми обліку впливу інфляції на вартісні показники доцільно застосування поправного коефіцієнта, за відправну точку для розрахунку якого необхідно використовувати поточний курс долара на початок та кінець періоду. Це дозволить використовувати отриманий коефіцієнт при розрахунку всіх показників, і в той же час відобразить загальну тенденцію динаміки інфляції, що дозволить повною мірою врахувати її вплив за звітний період при проведенні аналізу.

При вирішенні проблеми правильності переоцінки основних фондів підприємства, найочевидніший, але не найоптимальніший спосіб - це безпосередньо експертна оцінка вартості основних засобів. Однак цей метод досить трудомісткий і вимагає постійного залучення кваліфікованих оцінювачів, що значно збільшує витрати, Рахуємо , що більш прийнятним способом переоцінки основних засобів є спосіб із застосуванням цінових індексів. Суть даного способу зводиться до того, щоб співвідносити кількість основних фондів та їхню поточну вартість.

Для цього необхідно співвідносити поточну ціну на кожен вид основних засобів та ціну купівлі, і на отриману величину змінити вартість активу, проте при цьому необхідно відняти величину зносу (за нормами). Такий спосіб переоцінки основних засобів не є найточнішим, проте до його переваг слід віднести оперативність, простоту і відсутність необхідності залучення додаткових коштів.

Що стосується можливості використання експрес-аналізу для збільшення оперативності аналізу, то тут слід зазначити можливість застосування аналізу з використанням матричної структури балансу, де по горизонталі розташовані статті активу (майно), а по вертикалі – статті пасиву (джерела коштів). Матричні баланси можуть мати статичний характері і показувати стан коштів підприємства початку і поклала край року, і динамічний - відбивати зміна коштів підприємства протягом року (найбільш придатний для аналітичних і прогнозних розрахунків).

З допомогою матричних балансів можна: визначити ув'язування статей активу та пасиву балансу; розрахувати структуру та визначити якість активів за балансом підприємства та достатність джерел їх фінансування; розрахувати весь набір показників та коефіцієнтів, необхідних для оцінки фінансової стійкості, платоспроможності, використання ресурсів підприємства; об'єктивно оцінити фінансовий стан підприємства, з'ясувати причини його зміни за звітний період; встановити параметри, що характеризують наближення підприємства до порога неплатоспроможності (банкрутства).

Таким чином, дотримуючись перерахованих вище рекомендацій, при проведенні аналізу фінансового стану підприємств можна отримати досить достовірні дані, на основі яких керівники зможуть приймати грамотні рішення.

Список використаних джерел

1) Давидюк Т.В., Манойленко О.В., Ломаченко Т.І., Резніченко А.В. Бухгалтерський облік: навчальний посібник. Харків: Гельветика, 2016. 392с.

2) Захарченко В.І., Меркулов М.М., Балахонова О.В. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: навчальний посібник. Львів: Магнолія – 2016, 2012. 352с

3) Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Інвестгазета, 2006. №41. С.15-17

4) Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. Схвалено розп. КМ України №911-р. від 24.10.2007р. Інвестгазета, 2008. №11. С. 8-10.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЧЕРЕЗ ТРЕНІНГ ТА РОЗВИТОК

В.Ю. Філіппов, доктор економічних наук, професор
А.П. Граматік, здобувач PhD
М.О. Половцева, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Управління персоналом в умовах воєнного стану – надзвичайно складна та важлива задача, яка вимагає особливої уваги та потребує необхідність розробки стратегії, що забезпечить збереження працездатності персоналу та стале функціонування підприємства. У сучасному нестабільному середовищі кожен керівник повинен розуміти важливість перегляду існуючих стимулів, впровадження нових методів управління та вивчення потреб працівників з метою їх повного задоволення.

Воєнний конфлікт створює ряд проблем та обмежень в роботі підприємства. Такі фактори як: збільшення ризику, загроза безпеці, порушення стабільності в країні, можуть суттєво вплинути на діяльність організацій. Перед керівниками постає завдання адаптації та забезпечення персоналу комфортних умов для подальшої роботи.

Тема ефективної організації роботи підприємства вже досліджувалася раніше. Значний внесок у розвиток цієї сфери - роботи багатьох зарубіжних вчених таких, як: Ф. Герцберг, Ф. Тейлор, А. Маслоу, Д. Мак Клелланд, В. Врум, Л. Портер, Е. Лоулер та ін.. Серед українських вчених відзначилися: Колот А. М., Семикіна М.В., Вольський М., Цехановецький Г., Туган-Барановський М. Проте питання дослідження особливостей діяльності підприємств в умовах воєнного стану залишається актуальним та потребує подальшого розвитку.

Безпека. Воєнний стан є особливим правовим режимом,який вводять у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки для незалежності чи територіальної цілісності.Тому першочерговим завданням керівників єствореннябезпечних умов роботи та розробка алгоритму дій у випадку надзвичайної ситуації. Головне з цього:

– облаштування бомбосховища/укриття;
– проведення інструктажів щодо дій при оголошенні повітряної тривоги, артобстрілу чи ракетної загрози;
– курси домедичної допомоги.

Ці дії допоможуть персоналу розуміти дії у випадку небезпеки та підвищать довіру до підприємства.

Комунікація та моральна підтримка – психологічний стан працівників в умовах воєнного конфлікту та економічної кризи впливає на робочий процес та результативність, високий рівень тривоги і стресу знижує продуктивність співробітників, тому керівництво має шукати шляхи подолання цих наслідків. Слід вжити належні заходи з психологічної підтримки та надання коучингу персоналу. [4]

Залучення штатного психолога – проведення індивідуальних та групових занять допоможе підбадьорити команду, зняти напруження та нормалізувати психологічний стан людини [4].

Зустрічі та дзвінки – спілкування та обмін інформацією дає розуміння в якому напрямку потрібно працювати надалі та на чому зробити акцент. Також важливо організовувати неформальні зустрічі для зближення співробітників. Одним із ефективних інструментів є тренінг та розвиток. Види тімбілдінгу, які можна використовувати [4]:

– творчий, коли завдяки такому виду кожен учасник може розкрити нові можливості, проявити максимум креативності. Приклади творчих заходів: квести, малювання, кулінарія, танці, музика, театральні постановки.

– спортивний, де учасники команди повинні вміти згуртуватися, навіть якщо виникають розбіжності, йти проти спільної проблеми. Головна користь, яку можна винести зі спортивних змагань - зміцнення командного духу.

– соціальний, тут може бути колективна посадка дерев, волонтерство в притулку для дітей або тварин, приготування і роздача безкоштовних обідів літнім і малозабезпеченим людям - це дозволяє не тільки згуртувати колектив, а й продемонструвати високу соціальну відповідальність бізнесу, істотно підвищивши його рейтинг.

– подорожі та екскурсії, які заохочують команду виходити за межі робочого оточення і спільно досліджувати нові місця та культури.

В умовах воєнного стану тренінги та програми розвитку можуть бути проведені в онлайн-форматі. Це дозволяє заощадити кошти та час, а також забезпечити доступ до навчання для працівників, які знаходяться в безпечних регіонах або були вимушені покинути свої будинки [2]. Отже інши варіанти тімбілдінгу:

– віртуальні ігри та завдання, командні ігри, головоломки та завдання, які вимагають співпраці і вирішення задач разом;

– кіновечори, фільми, онлайн-опитування, щоб кожен міг проголосувати за те, що йому більше подобається. Під час перегляду можете ділитися своїми враженнями в чаті;

– книжковий клуб – це цікавий метод об'єднання колег для обміну своїми враженнями від прочитаних книг та обговорення літературних рекомендацій;

– відеоконференції та вебінари: Організація онлайн-зустрічей, де учасники обговорюють теми, обмінюються ідеями та вирішують завдання.

Тімбілдінг може сприяти створенню сприятливої атмосфери на роботі і підвищити моральний дух працівників, що в свою чергу сприяє збільшенню ефективності та досягненню спільних завдань.[2]

Матеріальна підтримка та матеріальне забезпечення працівників в умовах воєнного стану має вирішальне значення для гарантування їх безпеки, морального духу та працездатності у найбільш вимушених умовах. Навіть в становищі економічної скрути важливо забезпечити своєчасну та стабільну виплату заробітної плати працівникам.Крім того, компанії можуть надати матеріальну допомогу працівникам, які втратили житло або постраждали внаслідок обстрілів, жінкам з дітьми, які потребують утримання сім'ї тощо. Для цього може знадобитися розробка спеціальних фінансових стратегій і підтримка з боку урядів або міжнародних організацій. Можна створити окремий фінансовий резерв або навіть призначити підрозділ для реагування на запити співробітників про допомогу.

Залучення команди до волонтерства та допомоги ЗСУ – це спосіб підтримати Україну та її захисників. Волонтерство та допомога ЗСУ є важливим способом висловити свою підтримку Україні та її захисникам у боротьбі з російською агресією.

В умовах воєнного стану ефективне управління персоналом стало справжнім викликом для організаційних структур. Однак своєчасне та правильне планування навчання та розвитку співробітників є ключовим фактором забезпечення ефективності та успіху. Навчання, спрямоване на розвиток навичок, стійкості та комунікативних навичок, допомагає працівникам справлятися зі стресом і забезпечувати здатність ефективно працювати навіть у такий нестабільний час.

Список використанних джерел

1) HR менеджмент під час війни: як піклуватися про персонал. Hurma : веб-сайт. 2022. URL: https://hurma.work/blog/hr-menedzhment-pid-chas-vijny-yak-pikluvatysya-pro-personal (дата звернення: 17.09.2023).

2) Види тімбілдингу. Інфонік : веб-сайт. 2022. URL: https://info.nic.ua/uk/blog-uk/teambuilding-2 (дата звернення: 17.09.2023).

3) Шість дієвих порад керівникам, як мотивувати команду під час війни. ВІКНА : веб-сайт. 2022. URL: https://vikna.tv/dlia-tebe/robota/shist-diyevyh-porad-kerivnykam-yak-motyvuvaty-komandu-pid-chas-vijny (дата звернення17.09.2023)

THE ESSENCE AND COMPONENTS OF ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS STRUCTURES

Kateryna S. Zaichenko, PhD in Economics, Associate Professor
Yurii V. Kistruha, PhD Student
Odesa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

Currently, in our country, during the economic crisis that was formed under the influence of the SARS-CoV-2 pandemic in 2020, and after the beginning of the full-scale invasion of our country by Russian troops, the stable development of an enterprise significantly depends on its ability to timely and promptly identify and respond to threats from both the internal and external environment. That is why the economic security strategy plays a special role, as it is a crucial component of the management of a modern enterprise. Its implementation can prevent threats and create preventive measures to respond to them in a timely manner. This can be the key to the stable functioning of the enterprise in the market, increase the level of loyalty of consumers, suppliers and other counterparties, as well as ensure mobility and flexibility to change.

H. Kozachenko and V. Ponomarev define economic security of an enterprise "as harmonization in time and space of economic interests of an enterprise with the interests of related entities of the external environment operating outside the enterprise" [1]. T. Sokolenko considers economic security as a condition in which the strategic potential of the firm is near the limits of adaptability, and the threat of loss of economic security increases the more the degree of adaptability of the strategic potential is closer to the limit zone [2]. Indeed, economic security is, first of all, the state of security of an enterprise and its ability to prevent and respond to threats in a timely manner. In today's environment, an enterprise's activities are shaped by various factors of the external and internal environment, which can have both a favorable and negative impact on its functioning. That is why various phenomena can be sources of threats, risks and dangers. It is advisable to consider them in accordance with the structural elements of economic security of an enterprise, namely financial, organizational and managerial, political and legal, information, personnel and intellectual, technical and technological, environmental and power.

One of the main components of economic security is the information component. In the context of informatization and intellectualization of the economy, the frantic pace of development of digitalization processes, it is important to protect internal information, trade secrets, and achieve the required level of information support for the work of all departments and divisions of the enterprise. The main indicator of the level of this component of economic security is the completeness and accuracy of management decisions, the absence or minimization of contradictory information used in the process of their adoption.

The technical and technological component consists in ensuring technological autonomy and achieving a high level of competitiveness of the enterprise's technical potential. The main negative impacts are violation of technological discipline, actions aimed at weakening the technological potential of the enterprise; obsolescence of technologies and lack of development of new ones.

As for the human and intellectual component, it is one of the main sources of hazards and risks for the enterprise. The main negative impacts on the personnel and intellectual component are outflow and turnover of personnel, physical aging of personnel and aging of their knowledge and skills, reduction of inventive and innovative activity, etc. The main actions that will increase the level of this structural element of economic security are achieving a high level of personnel qualification through appropriate measures (advanced training courses, educational seminars, etc.) and its intellectual potential (creation of a system of motivation for employees for rationalization and innovation activities, cooperation with leading industry experts on the basis of outsourcing, outstaffing and freelancing).

The financial structural element of the company's economic security is one of the key areas of its activities. The main indicators that indicate a weakening of the financial subsystem of the

enterprise's economic security include a decrease in the level of liquidity; an increase in accounts payable and receivable; a decrease in financial stability and independence, etc.

With regard to the organizational and managerial component of economic security, it should be noted that its role among the top management of domestic enterprises is rather underestimated. Most managerial decisions regarding enterprise management, the type of organizational structure and the establishment of organizational culture are made rather chaotically and without a clear systematic approach. At the same time, the organizational and managerial component is a crucial condition for realization and achievement of the enterprise's goals, and for ensuring effective operation of all aspects of the enterprise's economic security.

The power subsystem of economic security is primarily concerned with the effective organization of security of personnel, their capital, property and commercial interests. The main negative influences that characterize this component are physical and moral influences aimed at specific individuals (management, leading specialists of the enterprise). The main purpose of such actions is to harm their health (physical and psychological), which is a threat to the image and stable operation of the enterprise.

The role of the environmental component of economic security of an enterprise has increased significantly. Indicators of a low level of the environmental component of economic security include a threat to the health of employees, a decrease in the competitiveness of the enterprise and its products, undermining its image, and a decrease in profits due to high levels of environmental fines and payments.

The political and legal component of an enterprise's economic security is the high-quality legal protection of all aspects of its activities. Of course, the basis for this structural element is the external environment in which the company operates - the political situation in the country, legal support and the level of the legislative framework. At the same time, the company adapts to the existing conditions and creates such conditions for conducting business that will comply with the legal framework of the state.

The main threats from the political and legal component of security are insufficient legal protection of the company's interests; violation of its legal rights and the rights of its employees; intentional or unintentional disclosure of commercially important and confidential information; violation of patent and copyright law.

The economic security of a modern enterprise should be viewed as a system of interaction of its main structural elements. That is why support of only some of its components will not provide the enterprise with an adequate level of economic security. A comprehensive approach is required, based on the implementation of preventive measures and counteraction of the main structural units of the enterprise, responsible persons in the event of certain risk events and hazards. Universal tools for ensuring a high level of economic security of an enterprise are: organizational and managerial measures, technical support, control and systematic monitoring of both indicators of individual structural elements of economic security and economic security of the enterprise as a whole.

References

1) Kozachenko H.V. & Ponomariov V.P. (2001). Economic Security of Enterprises: Essence and Prerequisites for Formation. *Theory and Practice of Management in the Transformation Period*. Vol. 3. P. 3-7. [in Ukrainian].

2) Sokolenko T.M. (2011). Economic Security of an Enterprise in Conditions of a Transitive Economy. *Science and Life: Current Trends, Integration into the World Scientific Thought*: VII International Scientific and Practical Internet Conference. May 19-21, Ukraine, Kyiv. P. 121-123. URL: http://intkonf.org/kand-ped-n-sokolenko-tm-ekonomichna-bezpekapidpriemstva-v-umovah-tranzitivnoyi-ekonomiki. [in Ukrainian].

3) Zaichenko K. & Dima N. (2021). Economic security of the enterprise: essence and role. Efektyvna ekonomika. Vol. 5, URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8900. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.90. [in Ukrainian].

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДА ЦІЛЬОВИХ ВИТРАТ ПРИ РОЗРОБЦІ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ

В.І. Захарченко, доктор економічних наук, професор
Ю.П Чечикова, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Одним з альтернативних традиційному вітчизняному підходу до калькулювання повної собівартості є підхід, коли відносно об'єктів калькулювання планується і враховується неповна, обмежена собівартість. Така собівартість може містити у складі тільки прямі витрати, тільки змінні, що залежать від зміни обсягів виробництва; вона може калькулююватися на основі тільки виробничих витрат, тобто витрат, які безпосередньо пов'язані з виготовленням даної продукції, виконанням робіт або послуг, навіть коли вони є непрямими[1, с.28-29].

Слід більш ретельно дослідити використання метода Target Costing (цільових витрат) при реалізації продуктових інновацій, коли у якості об'єкта дослідження виступає новий виріб.

Оскільки вартісні та якісні аспекти, які характерні для даного типу виробів, повинні розглядатися в дуже тісному зв'язку, всі роботи будуть тісно взаємопов'язані між собою. На перших етапах - це збір, узагальнення інформації, пошук взаємозв'язків між економічними та технічними характеристиками продукту, надалі - адекватне та критичне використання отриманих даних.

Перелік питань, які необхідно вирішити для успішної реалізації методу на практиці, такий:

1) Виявлення можливих властивостей і характеристик виробу.
2) Встановлення важливості тієї чи іншої властивості для споживача, формування функціональної моделі виробу.
3) Визначення маркетингових параметрів, зокрема очікуваної ринкової ціни виробу.
4) Перехід від цільової ціни до цільових витрат (витрат, які можна дозволити при виробництві майбутнього виробу)
5) Формування структурної схеми виробу.
6) Встановлення взаємозв'язку між властивостями виробу та його структурними елементами.
7) Формування пакета рекомендацій щодо величини витрат на елементи виробу.
8) Розроблення практичних рішень, що дають змогу забезпечити передбачений рівень витрат.

Вирішення кожного з цих питань можна розглядати як окремий етап.

Оскільки Target Costing передбачає врахування інтересів споживача через виявлення важливості властивостей інноваційного продукту, неприйнятною умовою роботи з методом цільових витрат є наявність зворотного зв'язку, яка повинна висловитися не тільки й не стільки у вивченні попиту як такого, а повинна піти дещо глибше, до визначення потреб.

Попит висловлює лише те, що добре усвідомлено і практично сформульовано самим споживачем, хоча його потреби може бути дещо ширше. Споживач може бути просто не знайомий з новітніми розробками фундаментальної та прикладної науки, що стосуються спеціальних питань виробництва виробів, що їм споживаються. Але, ознайомившись із нею трохи згодом через вже вироблені конкурентами вироби, створені з урахуванням цих розробок, споживач може відмовитися від придбання виробів які його влаштовували раніше. Або інший варіант, який також часто зустрічається. Споживач може усвідомлювати, що будь-яка властивість або функція цього виробу були б йому корисні. Але при цьому він глибоко переконаний або в технічній нереалізованості цієї властивості, або в тому, що її поява призведе до серйозного подорожчання споживаного ним виробу. Можливо, що насправді це не так, але в цьому разі споживач не вважатиме за потрібне довести свої побажання до відома виробника.

Незважаючи на те, що подібне вивчення потреб дещо ускладнить роботу, саме воно може дати дуже серйозні плюси в майбутньому. Позитивний бік такого підходу полягає в тому,

що є можливість запропонувати споживачеві інноваційний товар із характеристиками, які найповніше задовольняють його побажання [2, с.93].

Результати етапу робіт, що стосується всебічного вивчення потреб і побажань споживача, мають виражатися в найповнішому описі тих функцій і властивостей, що притаманні даному виробу, за можливості з кількісно вираженими коефіцієнтами вагомості. Причому, зрозуміло, в розрахунок мають братися не тільки вже втілені характеристики, а й бажані. Насамперед це необхідно для правильного позиціювання інноваційного продукту на ринку, а надалі результати цього дослідження будуть необхідні для раціонального розподілу витрат.

Основною проблемою при роботі зі створення функціональної моделі інноваційного виробу є можливе невміння споживачів дати чисельну оцінку важливості тієї чи іншої властивості. Залучення сторонніх експертів, які володіють методикою кількісної оцінки, навряд чи доцільно, оскільки оцінка, отримана безпосередньо від споживача, швидше за все, буде найбільш вірогідною.

Залежно від особливостей, властивих ринку даних інноваційних виробів (кількості споживачів, з поведінкових та психологічних особливостей, тісноти зв'язків між виробником і споживачем), розв'язання цієї проблеми можуть бути різними: від використання методів статичної обробки інформації до навчання споживачів методами кількісної оцінки. Крім того, можливе використання різних варіантів попиту в якісній формі з подальшою обробкою. Слід також зазначити, що у функціональну модель будуть включені властивості, що рекомендуються до реалізації, частина з можливих виробів може бути відкинута як малозначуща.

Можливо, в результаті проведеного аналізу з'являтиметься не один, а кілька варіантів нового виробу з різним набором функцій та властивостей. Вартісна оцінка цих варіантів, що проводиться на наступному етапі, буде в певному сенсі перевіркою правильності висновків про важливість для споживача тих чи інших характеристик, що виражають певні функції та властивості запланованої розробки виробу. Адже пропонуючи потенційному покупцеві оцінити, скільки він готовий заплатити за вироби з різним набором функцій та властивостей, ми торкаємося непрямо і важливості запропонованих до реалізації характеристик. Зіставлення заявлених функціональних характерних і вартісної оцінки майбутнього виробу, що ймовірно володіє набором виділених властивостей, може внести деякі зміни як значення вагових коефіцієнтів, присвоєних характеристик, так і в функціональну модель виробу.

Тут є ще один дуже важливий момент. Як правило, для виробника важливо не тільки, скільки готовий окремий споживач заплатити за реалізацією у виробі певного набору функцій, але і яка кількість виробів з розглянутим набором може бути реалізована, або яку партію виробів готовий придбати споживач, або скільки споживачів потребують реалізації заданих властивостей.

Залежно від наявних джерел інформації, їх доступності та надійності можна скористатися різними методами оцінки вартості виробу [3, с. 46-49]. Як зазначалося, для визначення майбутньої ціни виробів можна звернутися до споживачів і з'ясувати, в яку суму вони оцінять майбутній виріб з властивими йому характеристиками. З одного боку, такий спосіб виявлення рівня ціни на продукт є вкрай простим і, можливо, дозволить уточнити важливість функції виробу для споживача. Але при цьому не можна не враховувати суб'єктивізму оцінок споживача, його особистої зацікавленості у встановленні можливо нижчого рівня цін на товар, що купується.

Можливо, більш об'єктивну оцінку можна отримати на основі даних, зібраних шляхом вивчення цін на вироби - аналоги, що випускаються до цього моменту або запропоновані споживачам конкурентами. У деяких випадках за наявності великої бази даних за характеристиками виробів-аналогів та їх ринковою ціною може виявитися зручним застосування статистичних методів, наприклад кореляційного та регресійного аналізу, з метою екстраполювати наявні дані на новий виріб.

Слід зазначити, що цей етап, безумовно, дуже тісно взаємопов'язаний із внутрішніми підприємницькими цілями фірми, що її склався в результаті попередньої діяльності іміджем у

зовнішньому середовищі. При проведенні вартісного аналізу виробу, що планується, необхідно враховувати також тенденції розвитку ринку товару та економіки країни в цілому. Це особливо важливо для нестабільних українських умов, оскільки висновки, які здавалися правильними й добре аргументованими деякий час тому, можуть виявитися абсолютно непридатними для умов, що змінилися. Хоча, слід зазначити, що саме нестабільність економічної ситуації робить ці тенденції складно прогнозованими.

Позитивним образам на висновках про майбутню ціну виробу може вплинути вивчення його повного життєвого циклу[4, с. 10]. Такі дослідження проводилися в нашій країні раніше в рамках планової економіки з метою розподілу економічного ефекту від введення нової техніки між її виробником і споживачем. Щось подібне застосовується в західних країнах фірмами, які застосовують для ціноутворення на свою продукцію метод споживчої оцінки та вважають, що виконання вимог покупців завжди відшкодовується ринковою ціною. Витрати на таке дослідження цілком виправдають, якщо необхідно аргументовано довести, що наявність тих чи інших функцій і властивостей, а так само висока якість їх виконання дозволять споживачеві заощадити кошти в процесі експлуатації виробу. Наприклад, у разі, якщо при порівняльному підвищенні капітальних витрат на придбання нової техніки зниження експлуатаційних витрат буде настільки суттєвим, що незабаром економія дозволить покрити відносне збільшення капітальних витрат.

Після опрацювання всіх зазначених аспектів отримуємо значення цільової ціни, тобто, найбільш ймовірною ринковою ціною майбутнього інноваційного виробу при планованих характеристиках та передбаченому обсязі продажів.

Список використаних джерел

1) Захарченко В.І., Філиппова С.В., Балахонова О.В. Управління витратами і прибутком в інноваційній діяльності : Навчальний посібник. Одеса: Гельветика, 2019. 196 с.

2) Петрович Й.М. Управління діяльністю організаційно-виробничих систем : Навчальний посібник. Київ: Знання, 2013. 510 с.

3) Економічне управління підприємством : Навчальний посібник / ред. А.М. Колосова. Старобільськ: Видавництво ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2015. 352 с.

4) Захарченко В.І., Меркулов М.М., Ширяєва Л.В. Управління інноваційними проєктами на підприємстві : Навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2018. 77 с.

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

Секцію «Дослідження, гранти та проєкти» утворено спеціально для розміщення інформацію про гранти, дослідження та результати роботи проєктів Програми міжнародного співробітництва UK-Ukraine twinning grants scheme між університетами Національний університет «Одеська Політехніка» та Університет Портсмуту.

СЕКЦІЯ 8

ДОСЛІДЖЕННЯ, ГРАНТИ ТА ПРОЕКТИ

Ця ініціатива побратимства Великобританія-Україна, яку координує Cormack Consultancy Group (CCG), для розробки індивідуальних програм роботи, які задовольнять взаємні дослідницькі та інноваційні потреби як українських, так і британських установ і дослідників.

Визнання

UK-Ukraine twinning grants scheme – програма подвійних грантів (https://www.twinningukraine.com) для партнерства між Великою Британією та Україною у сфері наукових досліджень і розвитку, що фінансується Research England за підтримки Universities UK International та UK Research and Innovation. Координується Фондом Президента України з питань освіти, науки і спорту (https://presidentfund.gov.ua)

Acknowledgment

This project was made possible through the UK-Ukraine R&I twinning grants scheme, funded by Research England with the support of Universities UK International and UK Research and Innovation

18 вересня 2023 р.

Національний університет «Одеська політехніка»

Одеса, Україна

PECULIARITIES OF GRANT RESEARCH REALISATION "FINTECH AS A FENCE FOR THE SHOCK AND FUEL FOR THE RECOVERY? LESSONS FROM THE WAR"

Olena Kovalova, Associate Professor, Doctoral Candidate
Svitlana Filyppova, Professor, DEcon
Oleksandr Malin, Professor, DEcon
Kostyantyn Tkach, Professor, DEcon
Odesa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)
Jianan Lu, Research Fellow
Alexis Stenfors, Reader
Konstantinos Vergos, Senior Lecturer
Michail Filippidis, Lecturer
Jocelyn Zhang, Senior Teaching Fellow
University of Portsmouth
(Portsmouth, The United Kingdom)

Acknowledgement: This project was made possible through the UK-Ukraine R&I twinning grants scheme, funded by Research England with the support of Universities UK International and UK Research and Innovation [1-3].

The research intended to explore the influence of financial technologies (FinTech) on the economic development and welfare of Ukraine during the period of Russia's invasion. In recent years, Fintech has strengthened its functional position [4, p.29; 5, p.47].

The war caused the whole system, including the financial one, to fail in certain areas of Ukraine. This sudden change might have a long-lasting effect on how local people use financial services. So, Fintech could be a way to help the economy recover after the distress caused by the military conflict. For the efficacy of this approach, it is crucial to ensure the accurate and timely implementation of relevant policies.

Therefore, the focus of the research is on economic processes pertaining to the unique aspects of analysing household use of FinTech during times of war.

The study involves solving problems in two directions:

1) The study examines the specifics of fintech use at the household level. This involves assessing the use of banking technologies and other fintech tools in regions directly affected by the war and in comparable regions that were not. The assessment will compare the use of these technologies before and during the war.

2) To study the impact of the war on the traditional banking sector and to identify the likelihood of a vacuum that could arise in the financial and banking sectors as a result of the military conflict.

The research tasks we're focusing on require us to use both general scientific and specific economic and math-based methods.

To determine the level of household confidence in the use of technology in the investment, credit and payment process through the implementation of FinTech, a field research method was used, which allowed obtaining opinions from direct consumers of financial services. This methodological approach was supplemented with the use of the focus group method, which revealed the significance of certain properties of a financial service, its vulnerable areas, and identified directions for improving the specifics of a financial service. Additionally, by applying AIO-methodology and projection methods that utilise unstructured and indirect forms of surveys – we fostered an environment where respondents felt comfortable unveiling their concealed motives, beliefs, attitudes or emotions concerning their trust in financial institutions.

Market research facilitated the formulation of solution vectors for some of the problems arising from the consumption of financial services by the Ukrainian population in complex economic conditions, both in the banking and securities segments of the financial services market.

Within the framework of the second research problem, for the analysis of structural shifts and

structural-functional relationships, certain modifications of the principles of analysis and forecasting of structural changes in the economy can be used.

For the second part of our study, we used some adjustments to traditional ways of looking at and predicting changes in the economy's structure to better understand shifts and relationships within it. Additionally, we used expert analysis techniques to assess trends regarding the advancement of the financial market, taking into account the digital transformation of its distinct elements.

During the first stage of grant work execution, the following was conducted:

– a review of scientific sources and analytical reports on the study of financial literacy of households in Ukraine, in order to define theoretical foundations, factors influencing the financial behaviour of the population, gaps in knowledge in the field of fintech, and to measure the level of trust in financial institutions;

– identification of how financial technologies impact economic well-being, caused by economic or geopolitical events, with a particular emphasis on analysing the behavioural trends of households, the specifics of financial institutions' functioning, and operations in the financial markets.

The first phase of the project involved participating in three international conferences, where abstracts were presented. Authors presented the results of the investigation at the International Conference in Iasi (Romania) [6].

This research provides a comprehensive examination of bond circulation within the corporate and state sectors. It conducts a rigorous investigation into the sectors of business that issue bonds, underscoring the tax benefits of investing in bond loans from an investor's perspective. Government bonds have been analysed in the context of their market competitiveness, providing an important insight into the dynamics of the financial market.

The study further delves into the evolution of bond loans in Ukraine, with a distinct focus on green bonds as a novel and potentially transformative form of financial instrument. By elucidating the prevailing challenges and potential growth areas for debt financial instruments within Ukraine's stock market, the research contributes valuable knowledge to the field. It also identifies and analyses factors influencing the bond loan market in Ukraine, enabling the extrapolation of future trends and developments in debt loan practices. Significantly, the research brings attention to the crucial role of financial literacy for individual investors considering bond loan investments, pointing towards an essential area for consumer education in the financial sector.

The following abstracts were presented at the International Scientific and Practical Conference in Odesa (Ukraine) [7].

To enhance the financial literacy of Ukrainian youth, we developed "Fina", an interactive program that provides essential financial management skills. It is a user-friendly tool offering a plethora of educational materials, games, and simulations on financial topics. It allows users to virtually experience the consequences of financial decisions, enhancing their understanding.

Adaptability is a key feature of "Fina", with each training module being flexible to individual paces, and a recommendation system guiding users based on their prior experiences and interests. Additionally, the program utilises artificial intelligence to deliver personalised recommendations and materials.

"Fina" is inclusive and caters to a wide demographic, from students to retirees and financial professionals. The program is multilingual and accessible worldwide, regularly updated to reflect changes in economic conditions. It not only serves to enhance individual financial literacy but also contributes to economic development by promoting informed financial management, investment, and readiness for economic changes. Consequently, "Fina" serves as an innovative, powerful tool for improving financial literacy, reducing social inequality, and contributing to nationwide economic growth.

Results of assessment of investment potential of Ukrainian households were presented at the International Scientific and Practical Conference in Odesa (Ukraine) [8].

The article underscores the importance of prudent investments and financial stability, where assessing investment potential is key. Such potential is evaluated based on several parameters including a household's financial standing, investment duration, diversification of their portfolio,

savings, and their financial literacy.

As a part of the initial phase of the project, scientific article was submitted for publication: Filyppova S., Kovalova O., Malin O. Bo Study of the specific impact of martial law on the bond market and investor behaviour. CES Working Papers. 2023.

Key results that are mentioned in the article:

– the article identifies the implementation of bonds predominantly in the activities of relatively large and financially stable corporations. These corporations possess high credit ratings and are key players in specific business segments in Ukraine.

– a vertical and horizontal analysis of the dynamics of bond issuance and circulation in the Ukrainian stock market was conducted. This analysis allowed us to identify key stock platforms and financial instruments that appeal to investors. The bond purchase algorithm for investors, characterising their accessibility for financial service consumers, is detailed. The article also highlights the tax advantages of investing in bond loans from an investor's perspective.

– certain parameters of government bonds are analysed considering their competitiveness in the stock market. In particular, the profitability and duration parameters of these financial instruments were analysed. The article underscores the legal and financial conditions surrounding the placement of public sector bonds. Key participants involved in the placement, circulation, and accounting of government debt securities were systematised. The principal institutional investors, who bolster their investment portfolio with domestic government loan bonds, are specified. Novel forms of bond loans, introduced to the Ukrainian stock market under conditions of martial law, have been identified. These new forms provide a foundation for timely financial support of the state's investment needs and objectives. The article characterises the development vectors of innovative forms of bond loans in Ukraine, particularly green bonds.

– actual problems and prospects for the development of debt financial instruments on the stock market of Ukraine are clarified. The aspect of financial literacy of individual investors in terms of investments in bond loans is singled out.

Based on the conducted research and as a part of the first research direction, a questionnaire was designed to implement the field research method with the aim of identifying the level of household trust in using financial technologies in the evolutionary investment, credit, and payment processes.

The questions within the survey were structured into five categories, the analysis of which creates the most comprehensive and complete understanding of the cause-and-effect relationships of a certain financial behaviour of financial services consumers in Ukraine, namely:

– demographic questions that characterise the gender-age structure, education level, regional affiliation, current everyday needs or their absence among survey respondents;

– questions that characterise the financial situation, presence of a financial goal and current savings of respondents, their self-assessment of financial literacy level and personal finance management;

– questions that characterise the level of income and expenses of the household, as well as their structure through the prism of comparing the pre-war level of these parameters and the current situation, which has changed during the war;

– issues of financial planning, savings, goals and respondents' trust in financial intermediaries through the prism of comparing the pre-war level of these parameters and the current situation, which has changed during the war;

– characteristics of the use of financial technologies by households, which clarify their motives, frequency of FinTech use in everyday life, most in-demand financial tools and services.

Data collection in Ukraine was carried out in accordance with the Code of Ethics for Scientific Research at Odessa Polytechnic National University, approved by the Academic Council of Odessa Polytechnic National University (Protocol No. 7 dated March 8, 2023) and endorsed by the Rector's order No. 24 dated April 6, 2023. We have also obtained a favourable opinion from a University of Portsmouth Ethics Committee (Reference Number: BAL/2023/45/LU).

During the field research, 225 respondents who met the following criteria were surveyed:

1) Displaced/non-displaced citizens predominantly from three geographical regions of

Ukraine: Odessa, Mykolaiv, and Kherson, as these areas have recently suffered or are currently experiencing the effects of war. In particular, the respondents were internally displaced persons, including students from Odessa Polytechnic, whose parents and families belong to this category.

2) Inclusion criteria: The survey participants were citizens of Ukraine aged 16 and above, including those with the status of internally displaced persons.

3) Exclusion criteria: Individuals under the age of 16. A respondent could withdraw from the study at any stage of the survey if they wished.

It should be noted that five respondents out of the total sample did not give consent for the processing of their personal data and responses during the study. As a result, their survey data was automatically excluded from the data analysis.

The analysis of the respondent structure according to the criterion of IDP status indicates that 44.40% of those surveyed were temporarily displaced from occupied territories; 8.60% are temporarily residing outside Ukraine with a registered refugee or temporary protection status; 53% of respondents live permanently in the regions under consideration and do not have IDP status. Thus, it can be stated that the key idea of comparing two equally sized respondent groups by IDP status criterion was achieved during the implementation of field research for the grant project.

Based on the information received, the following was performed:

1) Comparing the scientific results obtained from the implementation of the field research and the open information from publicly available analytical reports regarding the specifics of using financial services in the form of FinTech or traditional banking technologies in certain focus groups.

2) Assessing the significance of various properties of a financial service, its vulnerable areas, and developing proposals for improving the properties of the financial service.

The second direction of the grant research involved the investigation how the war affects the conventional banking sector and to determine the potential for a gap that could appear in the financial and banking sectors due to the military conflict. The principal outcome of this grant segment is the prepared analytical research on the subject: Development of "embedded banking financial technologies" (DIGITAL FinTech).

The conducted research was essential in uncovering the unique aspects of the development of embedded banking financial technologies within the Ukrainian national economic system. We were able to isolate the primary drivers for investment growth in innovative financial technologies. Moreover, the study underscores an increasing number of benchmarks representing the dynamic development of FinTech in Ukraine. This includes the rise of cashless transactions, an increasing number of customers and accounts, and the growth in the volume of financial transactions.

When examining key indicators that represent the state of the banking system, we find that the system is reasonably resilient in managing emerging risks and challenges. The risks are mostly affected by the ongoing war, which has a significant impact on the entire national economy.

Additionally, reviewing strategic documents from the leaders of the innovative banking system allowed us to observe outlined tasks for the development of financial technologies and embedded finance for the immediate future. We have systematised examples of embedded banking financial technologies and their development vectors based on key innovative players in the banking segment, such as PJSC CB PrivatBank and monobank (a retail product of JSC Universal Bank).

We analysed the regulatory framework for implementing embedded finance into banking activities in Ukraine. The study has also summed up the advantages of embedded finance for ordinary consumers/clients and business. We have outlined the main problems that users of financial services encounter.

Consequently, we have formulated a comprehensive set of recommendations and measures that should be implemented by commercial banks to improve embedded banking financial technology processes. We have systematised the key advantages of embedded finance development for banks and non-bank financial institutions. Particular attention was paid to the practice of implementing fintech innovations in the Ukrainian market based on the study of startups that received grant funding according to the Ukrainian Startup Fund. We studied the specifics of using and transforming the Diya platform under the conditions of a state of war, which is the most significant innovative product in the fintech segment in Ukraine.

In conclusion, this research has brought to light the importance of understanding the dynamic development of FinTech and the vital role it plays within the national economic system of Ukraine, especially in a state of war. The findings provide valuable insights for banking institutions and policy makers as they navigate the challenges of a rapidly evolving financial technology landscape.

As a part of the project implementation, a video presentation has been prepared for the recording of the video course "Basics of Financial Literacy and Investment" in collaboration with the Technical University of Brandenburg, in line with the approved tasks of the grant application.

In Odessa Polytechnic National University, Ukrainian side of the project has already included in the educational process the course: “Fundamentals of Financial Literacy of Citizen”. This course has been already integrated into the educational process. More than 360 students have chosen this course. Classes will start from this academic year. At present, efforts are being made to develop educational and methodological materials for this course.

Currently, we are developing an academic paper, which would target at least ABS 3* Journal list (Such as the "World Development").

References:

1) Fintech as a fence for the shock and fuel for the recovery? Lessons from the war. International cooperation project. Odessa Polytechnic National University : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-23

2) Fintech as a fence for the shock and fuel for the recovery? Lessons from the war. International cooperation project. Economic scientific portal: website. 2023. URL: https://economics.net.ua/en/uut23

3) International cooperation program UK-Ukraine twinning grants scheme : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/programs/twinning .

4) Fedyshyn M., Abramova A., Morozova L., Lavrov R., Kovalova O., Malin O. (2022). Development Fintech Ecosystem: Evidence of European Countries for Ukraine. International Journal of Computer Science and Network Security, Vol.22, No 2, 29-38. (Web of Science) http://paper.ijcsns.org/07_book/202202/20220205.pdf

5) Filyppova S.V., Kovalova O.M. Research of influence of the qualifying factors on the investment and innovation processes in the conditions of modern challenges. ЕКОНОМІКА: реалії часу. 2022. № 6 (64). 47-54. https://economics.net.ua/files/archive/2022/No6/47.pdf

6) Filyppova S., Kovalova O., Malin O. Bond market in Ukraine under wartime conditions. Materials of 12th EURINT INTERNATIONAL CONFERENCE Challenges and future prospects for a resilient Europe (19-20 May 2023) Iasi, Romania. (Certificate of the participation).

7) Kovalova O.M., Kalabina V.O. Interactive program “FINA” as a tool for raising financial literacy. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту : Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції. 26 травня 2023 р. Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна, С. 64-66. URL: https://economics.net.ua/files/science/men/2023/s2.pdf

8) Kovalova O.M., Tsapenko A.O., Kalabina V.O. Assessment of investment potential of Ukrainian households. Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 8-9 червня 2023 р. Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна, С. 82-85. URL: https://economics.net.ua/files/science/form_ek_rozv/2023/tezy.pdf

ГРАНТОВІ МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМИ ГОРИЗОНТ ЄВРОПА ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ.

О. Кульчицький, здобувач PhD
Національний університет «Одеська Політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Анотація. Представлено основні компоненти програми Горизонт Європа, які направлені на підтримку інноваційних компаній та надано рекомендації щодо процедур участі у конкурсах цієї програми.

Розробка інноваційних рішень та розвиток інноваційного малого та середнього бізнесу є однією з найбільш важливих цілей програми Горизонт Європа. Завдяки інноваціям створюють нові якісні робочі місця та нові товари і послуги для населення.

Україна має статус асоційованої країни до програми Горизонт Європа і українські організації мають доступ до всіх складових частин цієї програми. У цій публікації ми акцентуємо особливу увагу на інструменти підтримки інноваційних проєктів за участю бізнес компаній [1].

З досвіду діяльності ГО Агенція Європейських Інновацій пропонуємо виділити такі основні напрямки отримання підтримки з програми Горизонт Європа для розвитку інноваційної діяльності бізнес компаній [2]:

- проєкти у складі консорціуму, які направлені на вирішення проблем за окремими пріоритетами в рамках другого піллару «Глобальні виклики та промислова конкурентоспроможність»;
- проєкти, які можуть подаватись індивідуально або у складі невеликого консорціуму на конкурси Європейської ради з інновацій в рамках третього піллару «Інноваційна Європа»;
- проєкти, які підтримують мобільність дослідників та інноваторів в рамках окремих конкурсів програми Марії Кюрі;
- міні-проєкти за підтримки різних варіантів каскадного фінансування, де підтримку надають діючі проєкти програми Горизонт Європа.

Тематики другого піллару «Глобальні виклики та промислова конкурентоспроможність» згруповані за шістьма кластерами і передбачають вирішення конкретних проблем у цих сферах:

- здоров'я;
- культура, креативність та інклюзивне суспільство;
- цивільна безпека для суспільства;
- цифровізація, промисловість і космос;
- клімат, енергетика та мобільність;
- харчування, біоекономіка, сільське господарство;
- природні ресурси та навколишнє середовище.

Роль бізнесу у цих проєктах зазвичай полягає у тестуванні та апробації нових технологій у зазначених прикладних областях, виконанні пілотних реалізацій та демонстрації працездатності пропонованих рішень.

Європейська рада з інновацій (European innovation council, EIC) [3] забезпечує управління конкурсами третього піллару «Інноваційна Європа».

Ця частина програми Горизонт Європа спрямована на виявлення, розробку та масштабування проривних технологій та інновацій, що змінюють правила гри на звичайних ринках. Бюджет EIC на 2022 -2027р.р. становить 10,1 млрд. євро для підтримки проєктів для реалізації інноваційних рішень, протягом усього життєвого циклу інновації, від досліджень на ранній стадії до перевірки концепцій, тестування технологій, а також масштабування стартапів, малих і середніх підприємств.

Для інноваційних компаній та дослідників EIC пропонує три інструменти:

1) EIC Pathfinder для передових досліджень з метою проведення наукового обґрунтування можливості розробки проривної технології.

2) EIC Transition для перевірки технологій і розробки бізнес-планів.
3) EIC Accelerator для впровадження інновацій та масштабування на ринках.

В рамках проєкту «Підвищення поінформованості українських організацій про можливості участі у дослідницьких та інноваційних програмах ЄС» експертами ГО Агенція Європейських Інновацій було підготовлено аналітичний огляд можливостей та процедур участі у конкурсах Європейської ради з інновацій, які є доступними в інструментах Pathfinder, Transition та Accelerator [4]. Діяльність Європейської інноваційної ради здійснюється відповідно до принципів програми «Горизонт Європа» та реалізує наступні ключові функції:

- інтегрована гнучка підтримка в усьому спектрі інновацій від початкових досліджень на ранній стадії до розширення справді інноваційних МСП;
- баланс між відкритим фінансуванням і фінансуванням, орієнтованим на виклики;
- індивідуальний підхід до оцінки пропозицій;
- активне управління проєктами та портфоліо менеджерами EIC;
- політика відкритого доступу та автономія прав інтелектуальної власності;
- середньострокові ключові показники ефективності;
- підтримка інноваційних талантів;
- покращення балансу між географічними регіонами та країнами, визначеними в програмі «Горизонт Європа»;
- розширення співпраці з EIT та його спільнотами знань та інновацій із загальною метою зміцнення європейської інноваційної екосистеми.

Доступ до фінансування у програмі Горизонт Європа відбувається через участь у відкритих конкурсах. Європейська комісія та її виконавчі агенції публікують оголошення про конкурси на порталі фінансування та тендерів: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home.

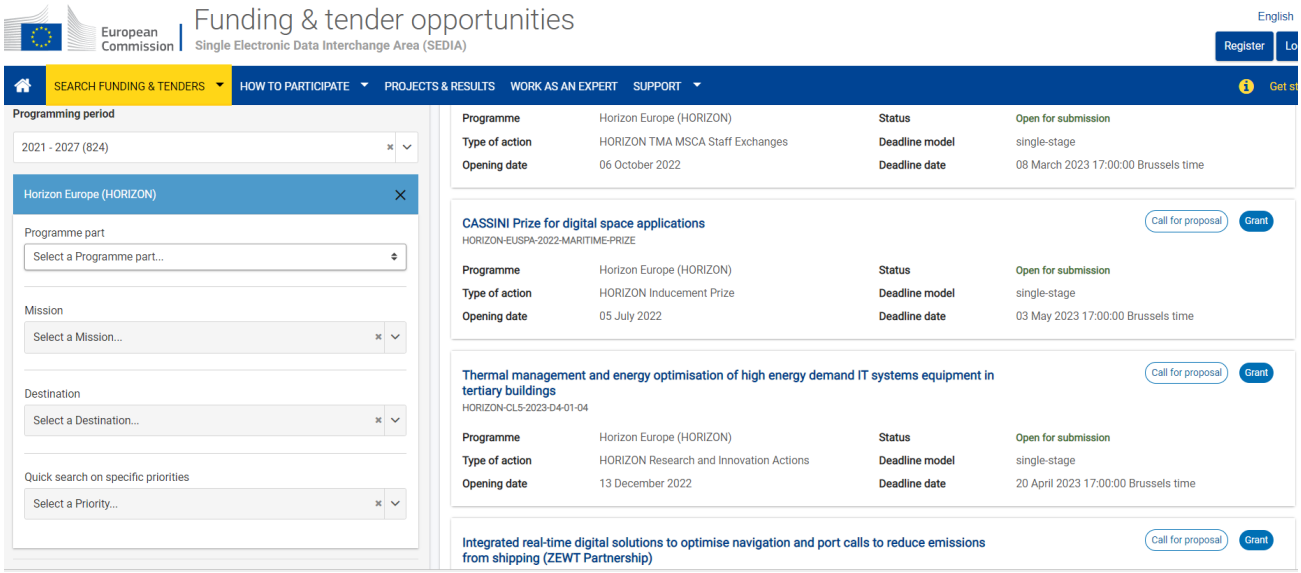

Рисунок 1 – Сторінка пошуку на портал учасника грантових програм ЄС [5]

Портал пропонує пошук по конкурсах і тендерах європейських установ.

Пошук конкурсів можна здійснювати ввівши різні ключові слова, які найкраще характеризують сферу інтересів зацікавленої компанії, а потім уточнити результати за допомогою додаткових фільтрів.

Конкурси розділені на теми, реалізовані різними видами дій. Виберіть тему, щоб дізнатися більше про визначену можливість: документи, пов'язані з темою, інструкції та інші інструкції доступні на сторінці теми.

Приклад конкурсу: "HORIZON-CL4-2024-DATA-01-01: AI-driven data operations and compliance technologies (AI, data and robotics partnership) (IA)".

В рамках даного конкурсу, обсяг робіт полягає в розробці, пілотуванні та інтеграції систем, інструментів відповідності та засобів економії даних, які ефективніше обробляють зростаючі обсяги даних, отримують більше корисних знань із даних і сприяють вимірюванню, маркуванню, сертифікації та зменшенню впливу на навколишнє середовище операцій із масивними даними.

Бюджет даного конкурсу 38 млн. євро з очікуванням, що в середньому бюджети проєктів будуть в межах від 8 до 10 млн. євро [6].

Завдяки участі у проєктах програми Горизонт Європа українські підприємства мають більше можливостей для співпраці з партнерами з різних країн і використовувати їхні знання та досвід.

Окрім фінансування проектів, «Horizon Europe» також надає підтримку для поширення та використання результатів досліджень. Це включає фінансування комерціалізації результатів досліджень і передачі знань між дослідниками та бізнесом.

Типові питання та відповіді про програму "Горизонт Європа" представлено на сторінці "Агенції Європейських Інновацій" – https://aei.org.ua/pitannya-ta-vidpovidi-pro-programu-gorizont/ [7].

Програма Горизонт Європа пропонує широкий спектр можливостей фінансування для українських підприємств у сфері наукових досліджень та інновацій. Участь у програмі може допомогти українським підприємствам рости та розвиватися, а також сприяти вирішенню важливих суспільних проблем.

Українським підприємствам та дослідницьким установами і університетам пропонується скористатися цими можливостями та стати частиною європейського дослідницького та інноваційного простору.

Список використаних джерел

1) Про програму «Горищонт Європа». *Національний портал міжнародного науково-технічного співробітництва* : веб-сайт. 2023. URL: https://ms.nauka.gov.ua/pro-portal/gorizont-yevropa. (доступно на 10.09.2023).

2) Проєкт Підтримка участі у програмах ЄС. *Агенція Європейських Інновацій : веб-сайт.* 2023. URL: https://aei.org.ua/portfolio/pidtrimka-uchasti-u-programah-eu. (доступно на 10.09.2023).

3) Європейська інноваційна рада : веб-сайт. 2023. URL: https://eic.ec.europa.eu. (доступно на 10.09.2023).

4) EIC інструменти Pathfinder, Transition та Accelerator програми Горизонт Європа. *Агенція Європейських Інновацій : веб-сайт.* 2023. URL: https://aei.org.ua/eic-instrumentiv-pathfinder-transition-ta-accelerator-programi-gorizont-ievropa. (доступно на 10.09.2023).

5) Портал учасника грантовх програм ЄС : веб-сайт. 2023. URL: https://ec.europa.eu. (доступно на 10.09.2023).

6) Робоча програма «Горизонт Європа» на 2023-2024. *Портал учасника грантовх програм ЄС* : веб-сайт. 2023. URL: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/horizon/wp-call/2023-2024/wp-7-digital-industry-and-space_horizon-2023-2024_en.pdf. (доступно на 10.09.2023).

7) ГО «Агенції Європейських Інновацій». *Агенція Європейських Інновацій : веб-сайт.* 2023. URL: https://aei.org.ua/pitannya-ta-vidpovidi-pro-programu-gorizont. (доступно на 10.09.2023).

RESULTS OF THE STUDY ON THE ONLINE LEARNING DURING TIMES OF CONFLICT AND THE WELFARE OF CHILDREN AND TEACHERS

Ann Emerson, Senior Lecturer
University of Portsmouth,
(Portsmouth, UK)
Volodymyr Y. Filippov, Professor, DEcon
Mykhailo A. Yudin, Associated professor, DEcon
Kateryna S. Zaichenko, Associate Professor, PhD in Economics
Elvin P. Yangulov, PhD student, assistant
Odessa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

The purpose of the current project is to investigate how and to what extent online schooling provides the benefits usually associated with schooling in conflict affected contexts for secondary school students and their teachers.

For children who are living through war, schooling provides a sense of normalcy and a safe place to be children, as well as continuing their academic progress. Schools should also focus on the wellbeing of teachers in times of crisis so that they can support their students.

In Ukraine, many children are carrying on their schooling online rather than in physical schools, either from their homes, as internally displaced people, or as refugees. This research would aim to understand how and if schooling in this form serves the benefits usually associated with education in conflict.

This research would look at how both teachers and students are experiencing education online and whether it is serving the academic and psycho-social purposes that education in emergencies. It could inform both teaching practice and policy in Ukraine as well as to inform international practice of education in emergencies.

The main task of the project is to explore the peculiarities of the online learning process for children and teachers during a conflict:

- conducting a literature review to fully understand the state of education in Ukraine;
- development and distribution of questionnaires/surveys;
- analysis of the obtained qualitative and quantitative data;
- preparation of an analytical report, including the received recommendations for improving the practices of children and teachers, as well as suggestions for the Ukrainian government and humanitarian organizations to support teachers, schoolchildren, and students.

The project aims to achieve the following results:

1) Literature review presented as an analytical report.
2) Presentation at a conference in a European Union country to showcase the current research results.
3) Presentations at international scientific conferences.
4) Submission of 1-3 scientific articles published in the fields of education (e.g., Comparative & International Education Society) and security (e.g., Global Change) to specialized journals and/or on the economic scientific portal: https://economics.net.ua/uk/journal, https://economics.net.ua/uk/journal-print, https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt
5) Presentation of the research work at UKFIET or a similar international education conference in the United Kingdom.
6) Optionally, providing recommendations to the Ukrainian government and humanitarian organizations on supporting teachers and students.

Obtained project results for September 2023:

1) The analytical research in Ukrainian language "Challenges and Realities of Education during the State of War in Ukraine" is available on the scientific-economic portal of Odessa Polytechnic University [2].

2) The presentation at the research seminar organized by the United Nations University World Institute for Development Economics Research [3].

3) Participation in the international scientific conference: Online Learning during the State of War in Ukraine. Current Problems of Theory and Practice of Management [4].

4) Positive feedback and permissions for data collection were obtained from the Ethics Committee of the University of Portsmouth and the Ethics and Conflict Management Commission of Odessa Polytechnic National University. The questionnaire is available at: https://forms.gle/6xthefoJXsnCxgyY9.

5) The questionnaire for collecting analytical data for the project has been official posted on: https://www.facebook.com/groups/onpu.online/posts/3406275773016483.

6) Publishing the results in the form of articles on the Economic Science Portal of the Odesa Polytechnic National University in specialized publications [5].

7) Presentation materials have been prepared for participation in the RoadShow scheduled for October 2023.

8) The development and provision of recommendations to the Ukrainian government and humanitarian organizations regarding support for teachers and students are ongoing.

9) A financial report is being prepared.

In total, the survey collection is completed. There were 164 questionnaires collected, with 79 (48%) from teachers and 85 (52%) from students. A quantitative analysis of the survey results has been conducted, and after translation into English, the information is scheduled to be transferred to our British partner for the presentation of the research work at UKFIET or a similar international education conference in the United Kingdom.

References:

1) UUT21.Online Learning during times of conflict and the welfare of children and teachers. International cooperation project. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-21. (Accessed 13 September 2023).

2) Filippov V., Emerson A., Zaychenko K., Yangulov E. (2023). Current situation of education during martial law in Ukraine : Analytical research. Odesa-Portsmouth: Odesa Polytechnic; University of Portsmouth,. 24. URL: https://economics.net.ua/files/ analytics/01_UUT21.pdf. (Accessed 13 September 2023).

3) Filippov V. & Emerson A. Can Online Schooling support the wellbeing of students and teachers during protracted conflict? *War and reconstruction in Ukraine* : Research workshop, May 8-9, 2023, UNU-WIDER, Helsinki, Finland. URL: https://www.wider.unu.edu/event/research-workshop-war-and-reconstruction-Ukraine. (Accessed 13 September 2023).

4) Filippov V., Emerson A., Zaychenko K., Yangulov E. (2023). Online Learning during the State of War in Ukraine. *Current Problems of Theory and Practice of Management* : The XII International Scientific and Practical Conference, May 26, Odessa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine. URL: https://economics.net.ua/files/science/men/2023/s7.pdf

5) Filippov V., Emerson A., Zaychenko K., Yangulov E. (2023). Current Situation of Online Education and Challenges Facing Educational Institutions in Ukraine During Martial Law. *Economics: time realities. Scientific journal.* № 3 (67). P. 75-88. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2023/No3/75.pdf. (Accessed 13 September 2023). DOI: 10.15276/ETR.03.2023.9. DOI: 10.5281/zenodo.8378037

RISKS OF RESEARCHING THE FORMATION OF INCLUSIVE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE INNOVATION PROCESS

Diego Vazquez-Brust, Professor
Chris Simms, Professor
University of Portsmouth
(Portsmouth, Great Britain)
Svitlana Filyppova, Professor, DEcon
Svitlana Cherkasova, Associate Professor, Doctoral student
Helena Oborska, Leading specialist in the international project and program management sector of the marketing and innovation policy department
Pavel Vugelman, PhD candidate
Odessa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

The identification of research risks of the formation of inclusive social responsibility of stakeholders and subjects of the innovation process is carried out as part of an international project «Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Process» (scientific research work №1877-01/10 (UUT10 University of Portsmouth)) [1, 2], *which was made possible by the UK-Ukraine Twinning grant scheme funded by Research England with the support of International Universities of Great Britain and UK Research and Innovation [3]*.

Such identification of the risks of the formation of inclusive social responsibility of stakeholders and subjects of the innovation process is a critical task for harmonizing their interests in the direction of strengthening national security, ensuring the protection and safety of people in the context of the determinants of sustainable development in the conditions of martial law and the post-war period. And the appropriate classification of risks acts as an important management tool that contributes to better understanding, control and making of informed decisions regarding risk management in any project or business from the perspective of sustainable development.

It is necessary to single out *the first group of risks* of the formation of inclusive social responsibility of stakeholders and subjects of the innovation process with an orientation towards strengthening national security, protection and safety of people in the context of sustainable development:

a) insufficient awareness of the problem of the gap between the innovation process and social responsibility: common goals of sustainable development and national security may be insufficiently recognized by stakeholders and subjects of the innovation process. This can affect their motivation and involvement in the realization of these goals;

b) imperfect cooperation of stakeholders: the risk of unsuccessful cooperation between various stakeholders, including government bodies, business, public organizations and other subjects. Insufficient communication and mutual understanding absence can cause disagreements and conflicts;

c) political risks: changes in political conditions may affect priorities and approaches to inclusive social responsibility. For example, a new administration may radically rethink approaches to security and development;

d) financial constraints: budget constraints or economic crises can reduce the resources available to implement inclusive programs and initiatives. This can make it difficult to finance projects aimed at national security and sustainable development;

e) social resistance: not all population groups can support inclusive social responsibility, as it may require old customs and stereotypes changing. Social resistance can make it difficult to implement new initiatives;

f) complexity and intricacy of the task of forming inclusive social responsibility to ensure national security and sustainable development: this task requires a complex approach and solutions, and incorrect or incomplete consideration of all aspects can lead to failure;

g) the latest is the threat of cyber security: against the background of the growth of cyber crime, information systems that support inclusive social responsibility may be subjected to cyber attacks, which threatens the confidentiality and security of information.

These risks are general and external to the project. Identification of these risks allows you to prepare for possible challenges and develop a methodology for object research. To reduce them, it is necessary to ensure effective communication and cooperation between all stakeholders, carefully analyze the possible consequences of the decisions made, and take into account social and political factors in the process of forming inclusive social responsibility. It is also important to ensure a stable financial and resource basis for initiatives and to be ready for changes in political and economic conditions.

The second group of risks relates directly to the research project of the process and mechanisms of the formation of inclusive social responsibility of stakeholders and subjects of the innovation process and *consists of two types:*

a) typical risks of a general nature inherent in sociological research;

b) *specific risks* arising from the methodology and nature of a specific project.

Here are typical risks that may arise in sociological research (Table 1):

Table 1 – Identification and description of some typical risks of sociological research *(source: author's development taking into account research results [4, 5])*

Risk Name	Concise Characterization of Risk
1. Resource-methodological risks – flaws in methodology and lack of research resources	
1.1 Insufficient sampling	The risk of insufficient representativeness of the sample may lead to inaccuracy and impair the internal and external validity of the study.
1.2 Insufficient confidentiality and ethical issues	The risks of violating the confidentiality of respondents and insufficient attention to ethical issues can create problems for both researchers and respondents.
1.3 Data contamination	Incorrect collection, processing or analysis of data can lead to contamination of results and distortion of conclusions.
1.4 Loss of data	Loss of data as a result of technical or human error can lead to serious problems with the reliability of the study.
1.5 Financial restrictions	Insufficient financial resources may limit the scope of the study and the quality of data collection and analysis.
2. Human risks – incorrect participation of respondents and researchers	
2.1 Unreliable information	Respondents may provide false information or be sloppy in their responses, especially when researching sensitive or confidential questions.
2.2 Effect of social desire	Respondents may respond based on what they consider to be "socially desirable" instead of expressing their real opinion.
2.3 Subjectivity and passion	Researchers may be prone to subjective evaluations or passionate conclusions, which can undermine the objectivity of the results.
2.4 Effect of responses on expectations	The subconscious expectations of the researcher can affect the way respondents respond to the questions and the results of the study.
3. Risks of environmental changes	
3.1 Change in social conditions	Changing circumstances in the social environment during the study may cause changes in the results or make them obsolete.
3.2 Security risks	When conducting research in vulnerable or conflict environments, there may be a risk to the safety of researchers and respondents.

To minimize these risks, you need:
− use scientific methods and approaches;
− carefully plan research in compliance with ethical standards;
− carefully select and train respondents;
− apply anonymity and confidentiality;
− regularly review and assess risks throughout the study.

Taking this into account, project risks were identified «Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Process» (scientific research work №1877-01/10 (UUT10 University of Portsmouth)) as:

a) ethical problems of primary data collection;
b) risks for project participants and researchers;
c) reputational risks.

Potential ethical problems of primary data collection describe the following risks and address the following measures (Table 2):

Table 2 – Project risks and precautionary measures *(source: author's development)*

Risk identification	Measure description
1. Potential ethical problems of primary data collection	
1.1 Voluntary participation of respondents in the survey (risk of coercion)	The questionnaire contains: a) questions about the respondent's consent to provide information for research; b) explanation of the purposes of the survey and the use of its results; c) explanation of how participants can withdraw from the study.
1.2 Risk of violation of anonymity (data confidentiality)	The questionnaire is anonymous, without personal data. When working in focus groups, all paper documents (consent, paper responses) will be destroyed as soon as they are digitized and recorded on the university disk. Access to the collected digitized information will be available to research participants and employees of the Caritas Odesa UGCC
1.3 Risk of loss of collected data due to lack of electricity, hostilities	Online contact with respondents will take place from the corporate accounts of Odessa Polytechnic and from a specially created account for questionnaires. The university's server has autonomous power; primary and secondary information will be stored on the university's corporate Google Drive, protected by a password. This will ensure the preservation of accumulated information, remote access to it and continuity of research.
2. Risks for participants and researchers	
2.1 Health risks	In accordance with Odesa Polytechnic's policy on health and safety, each researcher undergoes scheduled training on workplace safety. Field research, if the location of the researcher is changed due to force majeure circumstances, involves briefing on safety techniques of the organization where the researcher will conduct the research and be physically located. In case of a COVID-19 pandemic, personal protective equipment (masks, antiseptics, a distance of 1.5 m).
2.2 Risks of intervention	The risks of the intervention, including the psychological well-being of the participants, are minimal, as the questionnaire will be highly motivational in nature.
2.3 Security	There are no hostilities on the territory of Odesa region. Travel around the country is not provided.
3. Reputational risks	
3.1 Reputational risks	Minimal, because the well-known brand "Odesa Polytechnic" means quality.

The advantages of project risks classification are:

first, their systematization and awareness raising. The first helps to systematize risks and distribute them by categories or characteristics, which facilitates their understanding and analysis, and the second – to increase the awareness of project participants about various types of risks, which helps to improve their ability to identify and manage them;

secondly, clear communication: risk classification allows communicating about them in a more clear and structured way between team members, stakeholders and other interested parties;

thirdly, clarification of priorities: it is possible to highlight the most critical and important risks among others. This allows attention and resources to be focused on the most serious threats;

fourth, improving the managerial impact on risks and their consequences:

a) risk planning and response: it is possible to create more effective risk management plans and develop response strategies for each type of risk separately;

b) improvement of decision-making processes: classification makes it possible to understand which risks may affect specific aspects of the program, project or business, and this facilitates decision-making and project management processes;

c) monitoring and control: it is possible to establish metrics and indicators for measuring and monitoring each type of risk, which allows timely detection of their changes and impact;

d) easier decision-making about resources: classification helps to make decisions about the effective allocation of resources for risk management, concentrating them where it is most needed;

fifth, reduction of uncertainty: classification reduces uncertainty and increases the degree of control over the situation, which contributes to the stability and reliability of the project or business.

References

1) Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Processcooperation project. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-10. (Accessed 13 September 2023).

2) Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Process. International cooperation project. *Economic scientific portal* : website. 2023. URL: https://economics.net.ua/en/uut10. (Accessed 13 September 2023).

3) International cooperation program UK-Ukraine twinning grants scheme. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/ programs/twinning. (Accessed 13 September 2023).

4) Risks in today's unstable society: social and cultural dimensions; edited by L.G. Skokova. Kyiv: Institute of Sociology NAS of Ukraine, 2021. 295 c. URL: https://i-soc.com.ua/assets/files/journal/monografiya21_04_22.pdf. (Accessed 13 September 2023).

5) Survey of public opinion. How to correctly understand and interpret sociological data. A guide for journalists and everyone who works with sociological data / Ilko Kucheriv Democratic Initiatives Foundation. Kyiv, 2020. 110 c.. URL: http://www.geol.univ.kiev.ua/docs/ programs/oredep/OK_22_Sotsialno_polit_stud_2022.pdf. (Accessed 13 September 2023).

IDENTIFICATION OF THE RISKS OF THE RESEARCH OF THE IMPACT OF THE MILITARY CONFLICT 2022-2023 ON WOMEN AND CHILDREN IN UKRAINE AS A CHALLENGE FOR THE BUSINESS ENVIRONMENT AND THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ITS REGIONS

Leah Fox, Senior Lecturer
University of Portsmouth
(Portsmouth, Great Britain)
Svitlana Filyppova, Professor, DEcon
Hanna Svinarova, Professor, DEcon
Ganna Gramatik, PhD Student
Odesa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

Identification of the risks of the research of the impact of the 2022-2023 military conflict on women and children in Ukraine as a challenge to its business environment and socio-economic development is carried out as part of the international project "Suffering in hope for the future: the status of vulnerable women and children in Ukraine and the identification of post-conflict solutions to support their reintegration and resocialization" (SRW No. 1877-01/11 (UUT11 Portsmouth)) [1, 2], *which became possible thanks to the UK-Ukraine Twinning grant scheme, funded by Research England with the support of International Universities of Great Britain and UK Research and Innovation [3].*

Such identification of the risks of the influence of the military conflict is a critical task for the business environment of the regions of forced resettlement of the elderly and their socio-economic development.

The first group of risks should be singled out, *which should be taken into account by the state and state administration bodies in the regions of forced resettlement of the elderly:*

a) safety and physical protection: In particular, women and children may be vulnerable to the threat of physical violence and injury. Businesses and regional government bodies should take this into account when organizing workplaces and ensuring the safety of employees and their families;

b) violation of women's and children's rights: Military conflict can be accompanied by violations of women's and children's rights, such as discrimination, sexual violence and child labor. Business must comply with international norms and standards related to human rights, and the state must monitor this and develop appropriate support programs;

c) economic losses: the war causes economic difficulties that worsen the financial condition of women and children, affect the development of small businesses and social programs;

d) social isolation: A military conflict can lead to the isolation of communities and reduced opportunities for communication and development of children and women. Business can contribute to the creation of conditions for social integration and psychological support;

e) health care and access to education: War can hinder access to quality health care and education. The business community can work with government and non-profit organizations to ensure access to these services for women and children;

f) socio-economic restrictions: As a result of the military conflict, there may be restrictions on movement, employment and entrepreneurship. Business structures should consider adaptation strategies and opportunities to support women and children in conflict situations;

g) psychological impact: War can have a serious psychological impact on women and children, including post-traumatic stress and depression. However, businesses, non-profit organizations, and government agencies can contribute to the provision of psychological support and counseling.

These risks are general because they relate to the impact of military conflict and are external to the project. Identifying these risks is important for Ukraine, as it allows to prepare for possible challenges and develop strategies to reduce their impact on women and children in Ukraine. Businesses and government agencies can work with non-profit organizations and international partners to ensure that these vulnerable populations are adequately protected and supported.

The second group of risks are the risks of the actual research of the impact of the 2022-2023 military conflict on women and children in Ukraine as a challenge to its business environment and socio-economic development. They consist of several groups of risks such as: ethical problems of primary data collection; risks for project participants; reputational risks.

Potential ethical issues of primary data collection describe the following risks and address the following measures:

a) the risk of forcing respondents to take the questionnaire (voluntary participation in the questionnaire). To avoid this risk, the questionnaire contains: a) questions about the respondent's consent to provide information for research; b) explanation of the purposes of the survey and the use of its results; c) explanation of how participants can withdraw from the research;

b) risk of violation of anonymity. Confidential data. To avoid the risk of identification of participants, the questionnaire will be conducted anonymously, without asking for personal data. When working in focus groups, all paper documents (consent forms, paper responses) will be destroyed as soon as they are digitized and recorded on the disk of the Odessa Polytechnic. Access to the collected digitized information will be available to research participants and employees of the BF "Caritas Odesa UGCC";

c) risk of loss of collected data due to lack of light, hostilities - online contact with respondents will take place from corporate accounts of Odessa Polytechnic and from a specially created account for questionnaires. The university server has autonomous power supply (generator); primary and secondary information will be stored on the university's corporate Google Drive, protected by a password. This will ensure the preservation of accumulated information, remote access to it and continuity of research;

d) health risks - in accordance with the policy of the Ukrainian University on health and safety, each researcher undergoes planned training on safety techniques at the workplace. Field studies in the event that the location of the researcher will be changed due to force majeure circumstances, provide for briefing on safety techniques of the organization where the researcher will be physically located.

Risks to participants: The research team consists of vulnerable displaced people and practitioners with experience working with vulnerable people.

For vulnerable women and potentially children who may participate in focus group interviews accompanied by their mothers and/or legal guardians: there is a risk of emotional/psychological impact of discussing a sensitive topic, such as re-experiencing a traumatic event. To mitigate this, research will be conducted in a safe environment, sensitively and ethically. The researchers will be counseled by a professional psychologist and a licensed psychiatrist who have the appropriate training and experience to conduct the research and ensure that participants are not harmed.

Regarding strategic leaders: the plan is to ask questions about their experience to date, rather than providing participants with new information that may have a detrimental effect on their psychological well-being. Respondents will be offered the opportunity to discuss any concerns with a specialist in their own organisation, if one exists.

Regarding practitioners: if their participation causes any concern and/or increased anxiety, participants will be asked to seek support from Mental Health Europe via the relevant link in the questionnaire.

Risks to researchers: Conducting this research may have an emotional impact on the researcher. Odesa Polytechnic will provide support and guidance to the researcher at all stages of the research, introducing research supervision with an independent psychiatric doctor on the eve of the research. Similarly, the researcher will be prepared to offer support to participants if they become emotional or distressed during data collection and to refer to professional support/support services if and when necessary.

Reputational risks: The research is not intended to criticize any organization. In order to protect the organisation's identity, apart from the participant's responses, all responses will be anonymous and the individual's personal data, as well as any material which can lead to the identification of their person or their organisation, will be processed to eliminate any possibility that they could be identified. In the unlikely event that this cannot be satisfactorily achieved, the data will not be used.

Partners of the research - external stakeholders are charitable organizations, state regional and local authorities, management of territorial communities. In particular, Odesa Polytechnic has been cooperating with BF "Caritas Odesa UGCC" (UGCC) for more than 5 years, with which an agreement on cooperation and free information exchange has been concluded. This is the local branch of the International Charitable Foundation "Caritas of Ukraine", which is part of one of the largest international networks of charitable organizations in the world and Europe. The international Caritas family includes more than 160 national organizations in more than 200 countries. The Caritas Internationalis Confederation is a member of the Conference of the International Catholic Organization of the Pontifical Council "Cor Unum", which has consultative status in UNESCO and other UN organizations, the Council of Europe and the Organization of African Unity, and also cooperates with the structures of the European Union and many well-known politicians and public figures. During this time, we jointly conducted various analytical studies, implemented economic and social studies and projects. Questionnaire questions will be added to the questionnaire, which BF "Caritas Odesa UGCC" distributes among immigrants to Odesa from other regions of Ukraine. We intend to add our question pack to business participants. The survey of Odesa Polytechnic students will take place in accordance with internal rules, and the survey of politicians will take place in accordance with the rules of authorities, organizations and institutions where they work.

Popularization of research results is a special issue. Participation in conferences to discuss the research methodology and its results, as well as the publication of scientific articles to highlight theoretical problems and author's conclusions and recommendations, are envisaged. These are:

a) perception of vulnerability according to focus groups. Here, a qualitative analysis with verbal assessments is required, an analysis of their relationship with the level of education and age of the respondents;

b) assessment of the impact of the war based on the data of the conducted questionnaire (7 groups of questionnaire indicators and results of focus groups), summarization of conclusions regarding the economic, physical, and psychological state of the victims and the necessary directions of influence and measures;

c) summarizing the proposals for the Reintegration Strategy/reflections - based on the questionnaire proposals, focus groups and interviews of strategic leaders. It is planned to involve representatives of territorial communities, Odesa, Kherson city halls, Pervomay city hall of Mykolaiv region, Odesa regional employment center, Youth Council under the mayor of Odesa, heads of charitable funds, Odesa regional military administration, security services of Ukraine.

References:

1) “Suffering into hope for the future”: status of vulnerable women and children in Ukraine and identification of post-conflict solutions to support their reintegration and re-socialisation. International cooperation project. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-11. (Accessed 13 September 2023).

2) “Suffering into hope for the future”: status of vulnerable women and children in Ukraine and identification of post-conflict solutions to support their reintegration and re-socialisation. International cooperation project. *Economic scientific portal* : website. 2023. URL: https://economics.net.ua/en/uut11. (Accessed 13 September 2023).

3) International cooperation program UK-Ukraine twinning grants scheme. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/programs/twinning. (Accessed 13 September 2023).

RESULTS OF THE STUDY ON THE EVALUATION OF OPPORTUNITIES FOR PREVENTION, REDUCTION, RECYCLING, AND REUSE OF FLW IN UKRAINE

Roza Sagitova, Senior Lecturer
Lisa Jack, Professor
University of Portsmouth,
(Portsmouth, UK)
Volodymyr Y. Filippov, Professor, DEcon
Lidiia O. Voloshchuk, Professor, DEcon
Mykhailo A. Yudin, Associated professor, DEcon
Olena M. Lukianchuk, Senior Lecturer
Odessa Polytechnic National University
(Odesa, Ukraine)

The purpose of the current project is to evaluate opportunities for FLW prevention, reduction, recycling and reuse [1]. One of the significant challenges faced by society is food loss and waste (FLW). FLW has negative social (food security), environmental (GHG emissions, land degradation), and financial implications (FLW costs). UN developed a 2030 Agenda for Sustainable Development, which addresses FLW problem (SG 12) and calls for substantial waste reduction through 'prevention, reduction, recycling and reuse (SG 12.5) and adoption of sustainable practices (SG 12.6). This project addresses the «priority vertical» identified by the Ukrainian Government, Food tech/Agtech, particularly FW management, to help Ukraine economy to be more socially, environmentally and financially sustainable.

The study will seek to answer to the following questions:

- What are the drivers of FLW in Ukraine?
- What food is the most lost or wasted?
- At what point food is lost or wasted?
- What businesses currently exist to deal with FW?
- How do Ukrainian companies manage their FW?

The partner in Ukraine has established links with constituents within micro-enterprises. More importantly, these constituents have exposure to sustainability issues, and specifically to FLW. This will allow us to conduct a survey and analyze the data collected:

- Systematic literature review of academic and professional evidence on FLW in developing context, and particularly in Ukraine
- develop primary data collection tools for conducting a survey;
- conduct survey of micro-enterprises in Ukraine;
- analysis of primary and secondary data.

Obtained project results for September 2023:

1) The analytical research in Ukrainian language "Assessment of the current situation and opportunities for the prevention, reduction, processing and reuse of food losses and food waste in Ukraine" is available on the scientific-economic portal of Odessa Polytechnic University [2].

2) Participation in the international scientific conference: Current food loss and waste situation in Ukraine. Current Problems of Theory and Practice of Management : The XII International Scientific and Practical Conference, May 26, 2023, Odessa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine [3].

3) Positive feedback and permissions for data collection were obtained from the Ethics Committee of the University of Portsmouth and the Ethics and Conflict Management Commission of Odessa Polytechnic National University. The questionnaire is available at: https://forms.gle/V6C4HCy1TJT9nx1b8.

4) The questionnaire for collecting analytical data for the project has been official posted on https://www.facebook.com/groups/onpu.online/posts/3409929472651113.

5) Publishing the results in the form of articles on the Economic Science Portal of the Odesa Polytechnic National University in specialized publications [4].

6) A quantitative analysis of the survey results has been conducted, and after translation into English, the information is scheduled to be transferred to our British partner for the preparation of an article and its subsequent publication at least one journal article in Great Britain (REF3*/ABDC 4*).

7) Presentation materials have been prepared for participation in the RoadShow scheduled for October 2023.

8) A financial report is being prepared.

In this study, 85 respondents participated, with 36.3% of them falling into the age group of 41 to 50 years. The lowest age group representation was observed in the 61+ category, which accounted for 4.7% of the total survey participants. Companies that measure the quantity of food losses and waste – 81%; measure their own financial losses due to FLW – 68%; Believe that it is possible to avoid FLW in the retail sector – 88%; «Food waste is bad and harmful» – 91%; «Food waste incurs additional expenses» – 89%; «I feel guilty towards people who don't have enough food» – 44%; «I feel guilty for the harm to the environment» – 49%. The most significant obstacles to overcoming the issue of FLW: Costs associated with implementing a FLW management system – 13%; Access to technological means of food preservation – 14%; Adherence to health and safety instructions – 17%; Insufficient knowledge about ways to overcome the problem – 22%; Other factors – 34%.

Factors that promote the involvement of retailers in addressing the global issue of reducing FLW:

- Tax incentives – 69% from 100%;
- Relevant government policies – 55% from 100%;
- Increased awareness among various stakeholders – 66% from 100%;
- Financial incentives – 84% / 100%;
- Well-developed waste management infrastructure – 67% from 100%.

The results indicate that many companies and participants in the retail sector in Ukraine recognize the seriousness of the issue of food losses and waste and are willing to take action in this direction. However, additional measures are needed for effective resolution of this problem, such as government support, tax incentives, financial incentives, and increased awareness. It is also important to overcome obstacles, such as high costs associated with implementing food loss and waste management systems, limited access to food preservation technologies, and insufficient knowledge about problem-solving methods. Government policies and incentives can play a key role in supporting the efforts of companies and citizens in this regard.

References:

1) UUT17.Evaluation of opportunities for prevention, reduction, recycling and reuse of FLW in Ukraine. International cooperation project. *Odessa Polytechnic National University* : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-17. (Accessed 13 September 2023).

2) Filippov V., Sagitova R., Voloshchuk L., Jack L. (2023). Assessment of the current situation and opportunities for the prevention, reduction, processing and reuse of food losses and food waste in Ukraine : Analytical research. Odesa-Portsmouth: Odesa Polytechnic; University of Portsmouth. 30. URL: https://economics.net.ua/files/analytics/01_UUT17.pdf. (Accessed 13 September 2023).

3) Filippov V., Sagitova R., Voloshchuk L., Jack L. (2023). Current food loss and waste situation in Ukraine. Current Problems of Theory and Practice of Management : The XII International Scientific and Practical Conference, May 26, Odessa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine. 159-160. URL: https://economics.net.ua/files/science/men/2023/s7.pdf. (Accessed 13 September 2023).

4) Filippov V., Sagitova R., Voloshchuk L., Jack L. (2023) Assessment of the Current Situation of Food Losses and Food Waste in Ukraine. Economic journal Odessa polytechnic university. №2 (24). URL: https://economics.net.ua/ ejopu/2023/No2/83.pdf. (Accessed 13 September 2023).

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ КАДРОВОЇ СИТУАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

А.А. Балан, кандидат економічних наук, доцент
К.П. Лук'янчук, здобувач вищої освіти
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Кризові умови, спричинені пандемією COVID-19 та воєнним станом, загострили проблеми трудових ресурсів ще більше: велика кількість людей втратила роботу, багато спеціалістів емігрувало, а ті, хто залишилися на робочому місці втратили частину заробітку.

Звертаючись до регулюючого нормативно-правового акту, а саме Закону України «Про критичну інфраструктуру», критична інфраструктура (КІ) визначається як сукупність об'єктів критичної інфраструктури, які є об'єктами інфраструктури, системи, їх частинами та їх сукупність є важливою для економіки, національної безпеки та оборони, порушення функціонування яких може завдати шкоди життєво важливим національним інтересам. [1]

Наразі українська КІ не є складовою КІ загальноєвропейського значення. Але НАТО вже визнає, що українська КІ є прикладом стійкості і об'єктом вивчення досвіду. В той самий час РФ розглядає КІ у євроатлантичному регіоні, як мішень [2]. Відповідно було визначено чотири сектори наскрізного значення: енергетика, транспорт, логістика, цифрова інфраструктура та космос. В свою чергу, на базі категорій наскрізного значення, можна виявити основні чинники вразливості критичної енергетичної інфраструктури:

- цифровізація енергетичної інфраструктури. Військова агресія засвідчила неготовність енергетичної КІ до кібератак та масованих збоїв цифрової інфраструктури;
- масштаби об'єктів енергетичної КІ. Великі розміри та площі розміщення об'єктів підвищують ризик диверсій, атак;
- персонал об'єктів енергетичної КІ;
- недостатність запчастин для відновлення. Більшість запчастин та виробничих потужностей закуповуються за межами НАТО та ЄС;
- каскадні наслідки. В галузі енергетики будь які збої у роботі енергопостачального підприємства призведуть до критичної ситуації у всій енергосистемі;
- взаємозалежність сталого функціонування названих секторів один від одного.

Досліджуючи сам процес управління персоналом організацій критичної інфраструктури (ОКІ), можна визначити динаміку показника зайнятості у суб'єктів господарювання у сферах енергетики, сільського господарства, транспорту та логістики. За період з 2010-2021 рік можна визначити тенденцію до скорочення персоналу в галузях енергетики, сільського господарства, транспорту та логістики (табл. 1) [3].

Таблиця 1 – Темп падіння / зростання кількості зайнятого персоналу у галузях: енергетика, сільське господарство, транспорт та логістика у 2010-2021 роках [3]

Галузь/ період аналізу, рік	Енергетика	С\г	Транспорт та логістика
2011	0,862	0,919	0,972
2012	0,851	0,922	1,072
2013	0,842	0,892	1,050
2014	0,691	0,905	0,835
2015	0,820	0,779	0,701
2016	0,795	0,799	0,422
2017	0,751	0,769	0,436
2018	0,726	0,759	0,469
2019	0,619	0,743	0,469
2020	0,616	0,705	0,447
2021	0,617	0,707	0,452

Ситуація засвідчує наявність проблеми щодо сталого відтоку персоналу з галузей. У 2021 році кількість зайнятих в енергетиці скоротилась на 38%, в сільському господарстві – на 29%, у транспорті та логістиці – на 55%. Основною причиною є геополітична ситуація в країні, зокрема з 2014 року статистична інформація подається без урахування даних Луганської та Донецької областей, АР Крим; мобілізація чоловічого складу працівників з 2014 року. Обрахунок прогнозної кількості зайнятих працівників на ОКІ показує ще більш гіршу ситуацію (рис. 1).

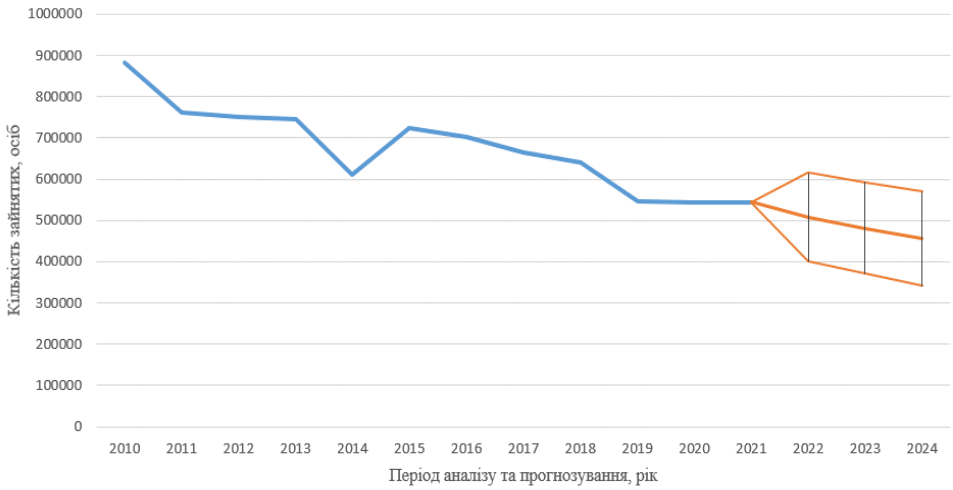

Рисунок 1 – Прогноз кількості зайнятих працівників на підприємствах енергетики до 2024 року [3]

Таким чином, при прогнозованому значенні кількості зайнятих працівників в енергетиці об'єм заявлених вакансій становить 0,5%, в сільському господарстві аналогічний рівень – 0,5%, в транспортній галузі – 0,1%. Показники не є високими, що може свідчити про забезпеченість галузі кадрами. Відтак, в галузях відбулась реформа, яка при суттєвому скороченні зайнятих працівників дозволила забезпечити їх стале функціонування. Але, суттєве зростання обсягів виробництва товарів і послуг потребуватимуть збільшення обсягів матеріально-технічного забезпечення для цілей виробництва і наявність достатньої кількості високо-професійного персоналу [4, 5].

Підбиваючи підсумки, можна заявити те, що дійсна кадрова ситуація, спричинена зокрема активними бойовими діями на території України, призвела до слабкого фінансово-економічного стану підприємств та організацій критичної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1) Про критичну інфраструктуру : Закон України, ред. від 05.12.2022 №1882-IX *Вебпортал парламенту України* : веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1882-20.

2) Eu-nato task force on the resilience of critical infrastructure final assessment report, june 2023. *НАТО* : веб-сайт. URL: https://nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2023/6/pdf/EU-NATO_Final_Assessment_Report_Digital.pdf.

3) Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2021 роках. *Обласне управління статистики* : веб-сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/kzp/kzp_u/arch_kzp_u.htm.

4) Ділові очікування підприємств України II квартал 2023 року : Звіт. *Нацбанк України* : веб-сайт. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/BOS_2023-Q2.pdf?v=4

Козак К.Б., Корсікова Н.М., Петренко Ю.О. Управління мотивацією персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану. *Економіка харчової промисловості*. 2022. Вип. 4/14. С. 11-19.

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ ЯК ЗАСІБ РЕАДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВЕТЕРАНІВ ДО СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ

Крістофер Морріс, викладач PME, Школа стратегії, маркетингу та інновацій: професійна військова освіта
Університет Портсмута
(м.Портсмут, Велика Британія)
Олександр Балан, доктор економічних наук, професор завідувач кафедри,
Віктор Мельник, здобувач вищої освіти, військовослужбовець
Національний університет «Одеська політехніка»
(м. Одеса, Україна)

Covid-19 та війна в Україні сприяли стихійному зростанню рівня використання цифрових технологій. За три останні роки Українські ЗВО накопичили достатньо досвіду щодо використання існуючих інструментів цифровізації в вищій світі.

Як показують сучасні дослідження в Україні на сьогодні нараховується більш 500000 учасників бойових дій. За даними Двадцятого загальнонаціонального опитування в умовах війни, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» з ініціативи «Українського ветеранського фонду» Міністерства у справах ветеранів України 14-16 січня 2023 року, 47% опитаних зазначили, що серед їхніх близьких та рідних є ті, хто брав участь у воєнних діях на території України, з 2014 по 2021 роки. 63% мають серед близьких тих, хто воював чи воює на фронті, починаючи з 24 лютого 2022 року.

Одним із головних викликів спричинених війною для українського суспільства є повноцінна адаптація ветеранів до цивільного життя. Відомо, що в цей період відбувається зміна ролей в суспільстві взагалі, так в родинах зокрема. Можемо констатувати, що попит на удосконалення навичок з управління публічного управління, побудови власного бізнеса в сфері торгівлі і виробництва, громадською організацією після війни має великі перспективи до зростання. І тому так важливо будувати будь-які стратегії залучення до навчання за допомогою цифрових технологій.

В рамках проекту UK-Ukraine twinning grants scheme між Великою Британією та Україною у сфері наукових досліджень і розвитку, що фінансується Research England за підтримки Universities UK International та UK Research and Innovation авторами було проведено опитування військових та ветеранів.

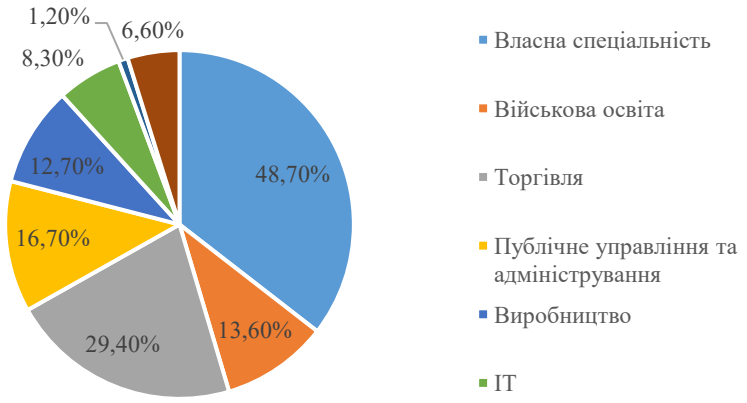

Рисунок 1 – Сфера, в якій респонденти бажають розвиватись

Щодо навичок, які б респонденти хотіли би покращити ми отримали такі дані. Так, 53,1% респондентів хотіли би оволодіти навичками ораторського мистецтва, 53,1% –

управління конфліктами, 50,9% − ефективній комунікації, 44,3% управлінню проектами, 32,5% − організації власного бізнесу, веденню ФОП, 27,2% - регуляцією емоцій, 9,2% − управлінню громадськими організаціями (рис.2).

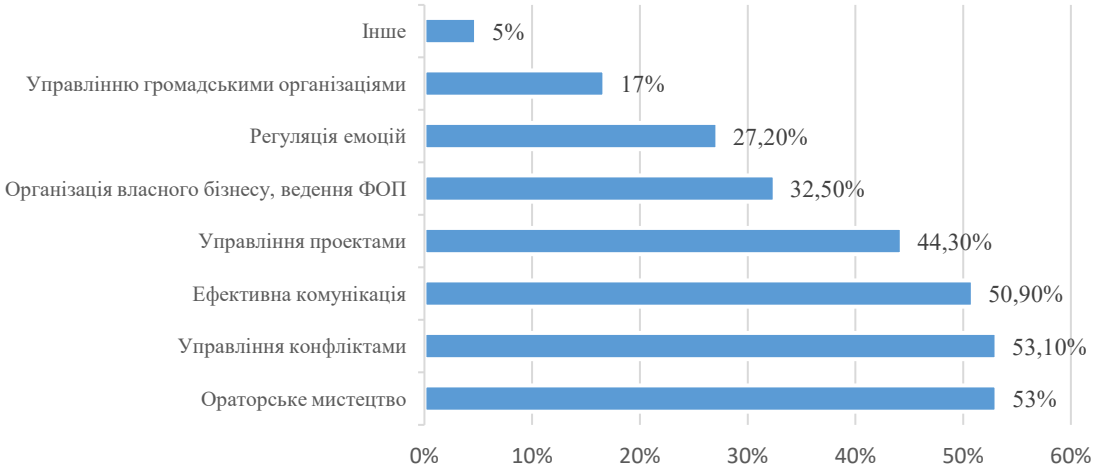

Рисунок 2 − Навички, які б респонденти хотіли би покращити

Статистика показує значне збільшення конфліктів в родинах військових, тому навички регуляції емоцій, ефективної комунікації, управління конфліктами важливо включати як додатковий компонент програм освіти ветеранів війни.

На запитання за якими принципами респонденти будуть обирати заклад вищої освіти (ЗВО) для подальшого навчання ми отримали такі дані. Так, 50,9% зацікавлені в безкоштовному навчанні, 53,5% зорієнтовані на наявність спеціальності, яка цікавить, 31,1 % керуються зручним розташуванням закладу (близько від дому), 20,6 % керувалися рекомендаціями побратимів, 17,5 % хотіли отримати освіту за кордоном, 9,6% обрали б ЗВО, який займає найвищі позиції у загальному рейтингу ЗВО, 18% - обрало низьку вартість навчання порівняно з іншими ВНЗ (рис 3).

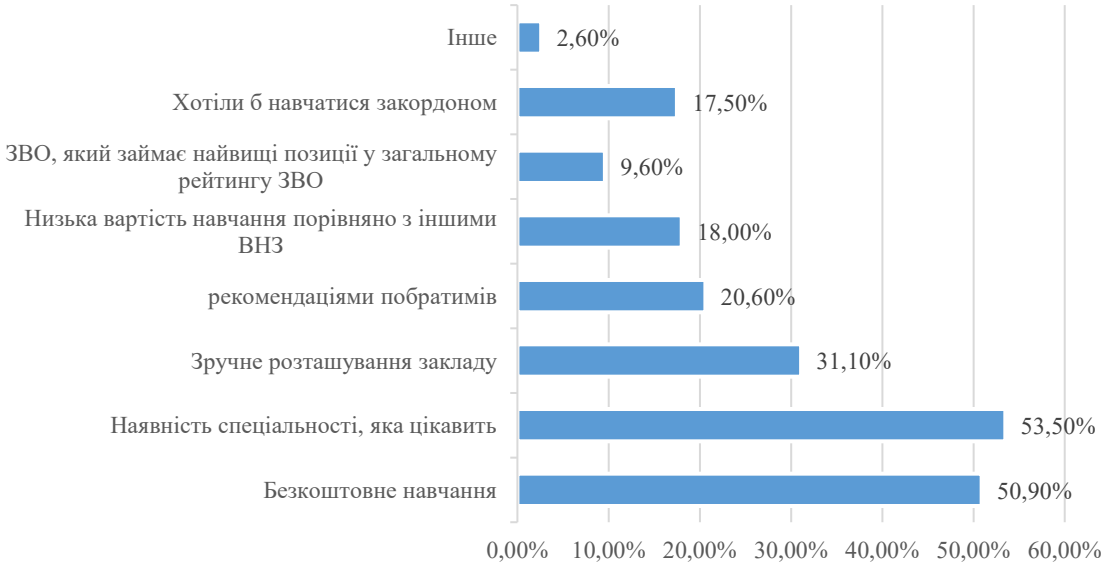

Рисунок 3 − За якими принципами респонденти будуть обирати заклад вищої освіти (ЗВО) для подальшого навчання

З'ясування форм організації навчання, які ветерани вважають ефективними. Наше опитування показало, що найбільш популярним є запит на короткострокове навчання онлайн з отриманням нової спеціальності 43%, 21,5% готові долучитися до нового навчання очно, з відривом від виробництва, 15,8% готові отримати магістерський рівень освіти протягом 1,5-2 років, 9,2% готові навчатися 4-6 років, 8,3% готові отримувати другу освіту протягом 2,5-3 років (рис 4).

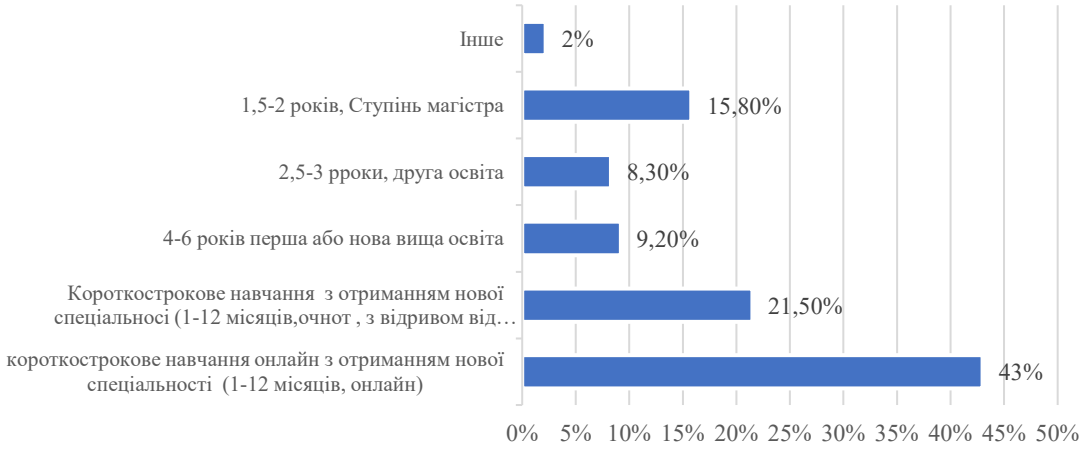

Рисунок 4 − Ефективні за термінами навчання форми навчання

48,2% респондентів вважають для себе ефективним навчання онлайн із зручного для себе місця, 34,2% віддають перевагу гібридним форматам, 16,2 % − висловились за фізичну присутність з викладачем у одному приміщенні.

Так, професійна адаптація осіб з інвалідністю внаслідок війни організовується згідно з рекомендаціями медико-соціальної експертної комісії, визначеними в індивідуальній програмі реабілітації. У разі коли такі особи потребують особливих умов для професійного навчання з урахуванням індивідуальних програм реабілітації, пристосованих навчальних місць, їх професійна адаптація організовується в установах та реабілітаційних установах, де створені відповідні умови.

На підставі направлення на професійне навчання залежно від вибору напряму професійного навчання особою здійснюються: підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації за робітничою професією; отримання іншої спеціальності на основі здобутого раніше ступеня (рівня) освіти, підвищення кваліфікації, проходження спеціалізації, у тому числі із скороченим строком навчання отримання другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;проходження спеціалізації та підвищення кваліфікації за професіями і
спеціальностями згідно з пріоритетними видами економічної діяльності, в тому числі навчання на курсах цільового призначення.

Професійне навчання осіб (ветеранів) здійснюється за денною, вечірньою (змінною), очно-заочною, дистанційною, екстернатною формою навчання, з відривом і без відриву від виробництва та за індивідуальними навчальними планами.

Строк професійного навчання осіб визначається робочими навчальними планами, робочими навчальними програмами та освітніми програмами відповідно до законодавства. У разі організації навчання за робітничими професіями строк не може перевищувати 12 місяців.

Окрім зазначених вище документів, які спрямовані на стимулювання цифрових трансформацій у системі освіти, до формування і розвитку цифрової грамотності населення, у тому числі здобувачів освіти долучилися Міністерство цифрової трансформації України (проєкт «Дія. Цифрова освіта»), Міністерство соціальної політики України, а також численні громадські організації.

Сьогодні освітянам доступно багато сучасних інструментів, зокрема, повсюдне спілкування-Skype, Google Meets та Zoom.

Розроблено багато навчальних платформ (наприклад, Edmodo, EduBlogs, Grocki, Wikispaces), що утворюють вузькоспеціалізовану соціальну мережу, подібну до Facebook, для спілкування та об'єднання навколо навчального процесу, для ведення блогів, детальних планів уроків, проєктів та сховища навчальних матеріалів.

Крім визнаних систем, реалізацію дистанційної форми навчання здійснюють також інструменти цифровізації освіти, які для більшої наочності подаємо у вигляді таблиці 2.

Розв'язання сучасних завдань формування і розвитку цифровізації в галузі освіти, використання можливостей відкритої освіти з урахуванням сучасних трендів навчання і розвитку особистості XXI ст. стають провідними у розвитку України. Основними пропозиціями щодо впровадження інструментів цифровізації як засобу підвищення доступності освіти є:

- безперервне підвищення кваліфікації педагогів в галузі цифрової компетентності, обмін педагогічним досвідом щодо використання інноваційних освітніх та новітніх цифрових технологій в умовах діджиталізації суспільства;
- спільний пошук перспективних форм здійснення відповідної цифровізації в умовах самоосвіти – створення єдиного веб-порталу (розвиток платформ для цифрової освіти; створення електронних засобів навчання: електронних підручників та посібників, відкритих онлайн-курсів, інтерактивних підручників та робочих зошитів, організація роботи бібліотеки);
- використання цифрових технологій в умовах світової пандемії COVID-19 та під час введення військового стану враховуючи спектр здоров'я здобувачів.

Таблиця 1 – Інструменти цифровізації освіти

Загальна інформація	Мета	Приклад
Платформи для онлайн-навчання	Можна навчатися онлайн, використовуючи відеоуроки, інтерактивні завдання, мати супровід спеціаліста через чати	Coursera, ВУМ (відкритий університет майдану), Prometheus, EDX, Udacity, Udemy, Edera, Khan Academy тощо
Системи управління навчанням	викладачі можуть надавати свій матеріал та здійснювати моніторинг активності студентів	Moodle, Canvas Network, Blackboard
Відео-конференції та вебінари	дозволяють зустрічатися в режимі реального часу	Zoom, Skype, Google Meet, Microsoft Teams
Платформи для зберігання інформації	Хмарне сховище	Google Docs, Google Class, Dropbox, Onedrive
Мобільні додатки для навчання, інтерактивні тренажери	Для навчання в режимі нон-стоп	Duolingo, Memrise, Rosetta Stone
Іструменти розширеної та віртуальної реальності	дозволяють створювати навчальні досвіди занурення, що покращує розуміння складних концепцій та процесів	Google Expeditions, Oculus Rift, HTC Vive
Інструменти для фіксації напрацювань	Дошки об'яв, інформування учнів	Miro, Trello, Notion
Ігрові навчальні інструменти	Навчання через гру	Kahoot!, Quizlet

У зв'язку з цим перед вишам України стоїть задача в підвищенні рівня цифровізації всіх напрямів їхньої діяльності шляхом запровадження нових технологій навчання, які відповідають вимогам і завданням дистанційного навчання та забезпечують належний рівень здобуття студентами знань, умінь і навичок. Надамо коротку характеристику цифровим інструментам освіти.

Так, платформи для онлайн-навчання об'єднують курси різного спрямування і створені задля самоосвіти. Програми курсів доступні у форматі онлайн-лекцій, завдань, тестів та інших інтерактивних матеріалів.

Серед найпоширеніших можна назвати наступні:

- Coursera (США, 2012). Напрям: STEM, data science, бізнес-аналітика;
- ВУМ (Відкритий Університет Майдану) (Україна, 2014). Напрям: громадянські компетенції та сталий персональний розвиток;
- Prometheus (Україна, 2014). Напрям: IT, маркетинг, управління проєктами та фінансами;
- EDX (США, 2012). Напрям: IT, бізнес, блокчейн, маркетинг, менеджмент і лідерство;
- Udacity (США, 2011). Напрям: IT, машинне навчання, Open Data, Big Data, Non-Tech for IT;
- Udemy (США, 2010). Напрям: маркетинг, іноземні мови, проєктний менеджмент, IT;
- EdEra (Україна, 2016). Напрям: соціальні науки, проєктний менеджмент, Government;
- Khan Academy (США, 2004). Курси з будь-ких навчальних предметів.

Наступним важливим питанням є розгляд систем управління навчанням. Так, системи управління навчанням дозволяють реалізовувати функції управління навчанням, мають елементи управління процесом навчання, автоматизують представлення навчального контенту потрібним студентам в потрібний час, контроль використання навчальних ресурсів, адміністрування окремих слухачів і груп, організацію взаємодії з викладачем, звітність тощо. Надамо коротку характеристику кожному з них.

Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environmen). Головна мета впровадження Moodle – надати ініціативним викладачам і студентам вільний доступ до системи, яка дає змогу ефективно обмінюватися навчальним контентом, взаємодіяти онлайн та використовувати сучасні технології для втілення в життя принципу «навчання будь-коли та будь-де».

Canvas Network створює умови для організації активної взаємодії, гнучкості навчального процесу, активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів, індивідуалізації навчання, збільшення частки самостійної діяльності студентів, формування ІК-компетентності суб'єктів навчання за рахунок знань, умінь, навичок та досвіду.

Blackboard Learn забезпечує єдине інтерактивне середовище для навчання, взаємодії, обміну інформацією між учнями або студентами і викладачами та тьюторами ВНЗ.

Отже, системні рішення в організації освітнього процесу дають студентам віддчуття безпеки, ясності та сприяє систематизації знань.

Важливу роль в цифровізації освіти відіграють відео-конференції та вебінари: програми, які дозволяють зустрічатися в режимі реального часу. Розглянемо їх більш детально.

- Zoom – інструмент для відеоконференцій, який дозволяє користувачам спілкуватися з відео або без нього. Користувачі Zoom можуть працювати разом, записувати сеанси та ділитися екранами один з одним. Послуга також пропонує відео- та аудіодзвінки HD на всіх основних платформах як на комп'ютері, так і на мобільному пристрої.
- Skype працює і на ПК, і на гаджетах, реєстрація швидка та безпроблемна. Є можливість ставити питання віч-на-віч, надсилати файли, переписуватися у чаті, показувати презентації, відтворювати аудіо і відео у режимі демонстрації екрану, доступне проведення опитувань.
- Google Meet, раніше відомий як Hangouts Meet, — це корпоративне програмне забезпечення для відеоконференцій компанії Маунтін-В'ю, яке схоже з власним сервісом Hangouts, але має додаткові функції, як-от більші групові дзвінки та пряму трансляцію, субтитри в режимі реального часу, спільний доступ до екрана, відключення звуку та відключення відео під час розмови.

− Microsoft Teams. Завдяки цьому ресурсу можна повноцінно розгорнути дистанційне навчання. Інструментарій Microsoft Teams охоплює всі необхідні елементи онлайн-занять: віртуальні класні кімнати, форуми, відеоконференції, листування в чатах.

У процесі онлайн навчання важливу роль відіграють платформи для зберігання інформації дозволяють зберігати інформацію та працювати з нею у режимі реального часу. Надамо коротку характеристику найпопулярішим.

− Google Docs (Drive) − повний офісний пакет з хмарним зберіганням.

Разом з цим сервісом можна отримати текстовий редактор, електронні таблиці, редактор презентацій, а також 15 Гб безкоштовного дискового простору.

− Google Клас – це новий інструмент від Google Apps for Education, за

допомогою якого викладачі можуть швидко створювати й упорядковувати завдання, надавати результати перевірок і легко спілкуватися зі своїми студентами.

− Dropbox є найпопулярнішим хмарним сховищем в світі завдяки своїй

надійності, простоті у використанні і швидкому настроюванню.

− Хмарне сховище OneDrive файловий хостинг, розробка компанії

Microsoft. Можна зберегти будь-які файли, такі як фотографії, відеоролики і документи з подальшим доступом з будь-якого пристрою з операційною системою Windows або мобільного пристрою.

Отже, хмарне зберігання інформаціє дає можливість з будь-якої точки

мати доступ до інформації і є дуже зручним для навчання та дослідницької роботи.

Сьогодні цифровізація освіти неможлива без мобільних додатків для навчання та інтерактивні тренажери. Вони дають можливість навчатися у будь-який час та у будь-якому місці.

Duolingo − один з найпопулярніших сервісів для вивчення англійської, німецької, іспанської, французької, італійської та португальської мов «з нуля».

Memrise — це унікальний он-лайн-додаток, призначений для роботи з короткочасною та довготривалою пам'яттю, що передбачає використання інноваційної техніки запам'ятовування слів різного типу .

Rosetta Stone − це не просто сервіс для вивчення іноземної мови, це цілий набір мобільних додатків до одного з найвідоміших інтерактивних підручників.

Наведені додатки були надані як приклад можливості застосування різних підходів та методології до вирішення одного і того ж питання. Це може стати суттєвим заохоченням для професійних розробників додатків – експерементувати і пропонувати студентам свої авторські доробки.

Розширена та віртуальна реальність, дозволяє створювати навчальні досвіди занурення, що покращує розуміння складних концепцій та процесів.

Google Expeditions − це додаток, як був створений для власної гарнітури Google Cardboard. Google Cardboard – це найдешевший засіб для занурення у VR, оскільки ПЗ для Інформаційна система віртуальної реальності з елементами повного занурення 57 перегляду Cardboard розроблено для роботи з будь-яким телефоном.

Oculus Rift − це набір VR-окулярів, які можуть працювати з ігровим ПК або ноутбуком.

HTC Vive − шолом віртуальної реальності. Головне завдання шолома віртуальної реальності для ПК – створити відчуття присутності користувача всередині гри.

Дані пристрої входять в освітній процес з ігрового процесу останні 5-7 років та можуть урізноманітніти процес навчання. У сучасних умовах вони є дуже корисними дл військових під час оволодіння новим військовим обладнанням, а також для психологічної реабілітації воїнів після перебування на фронті.

Під час навчання он-лайн використовуються інструменти для фіксації напрацювань. Наведемо декілька.

Miro − інтерактивна онлайн-дошка для сумісної роботи команд будь-де.

Trello – це візуальний інструмент для керування роботою, який дозволяє командам обмірковувати, планувати та вести спільну роботу, а також відзначати успіхи.

Notion − це суміш усіх популярних форматів, які використовують для організації роботи: нотатника, канбан-дошки, to-do списку, таблиць та текстових документів.

Отже, сучасні системи навчання максимально використовують залучення студентів до процесу навчання, і воно не можливе без фіксації індивідуальних чи групових напрацювань.

Зупинимось лише на двох найпопулярніших ігрових інструментах, але на сьогодні їх існує значно більше.

Kahoot! − програма для створення флешкарт, навчання на основі інтерактивних ігор, вікторин, щоб підвищити зацікавленість студентів у навчанні.

Quizlet − програмне забезпечення для навчання для перевірки розуміння і запам'ятовування концепцій навчання. Програма надає доступ до бібліотеки флешкарт, краще підходить для візуалів, тому що вся інформація представлена у вигляді зображення.

Гейміфікація є однеією з сучасних тенденцій в освіті, і саме використанн ігор підвищує мотивацію студентів, сприяє запам'ятовуванню навчального матеріалу.

Крім вищезгаданих інструментів можна назвати соціальні мережі, де ветерани можуть черпати будь-яку інформацію стосовно ринку праці, корисних знайомств, шукати групи за інтересами та онлайн-бібліотеки.

Отже, цифровізація робить освітній процес більш мобільним, гнучким, персоналізованим та диференційованим, суттєво впливає на зміст освіти, методи, засоби та технології навчання, організаційні форми навчання й управління навчально-пізнавальною діяльністю, що призводить до змін у діяльності студентів та викладачів. Поєднання індивідуальної та групової роботи, а також часова необмеженість навчання звільняє час для забезпечення зворотного зв'язку, можливість проектувати індивідуальні освітні маршрути для студентів і викладачів, практично реалізовувати ідею безперервної освіти або освіти упродовж життя. Саме цифрові інструменти створюють позитивні і безпечні умови дл повноцінного повернення ветеранів до цивільного життя.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ФУНКЦІОНАЛ СТРАТЕГУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ФОРС МАЖОРУ

П.В. Вугельман, здобувач PhD
Національний університет «Одеська політехніка» (м. Одеса, Україна)

Стратегування соціально-економічного розвитку підприємств за імперативами сталого та інноваційного розвитку визначається необхідністю адаптації до сучасних викликів. Стале зростання населення, зміни в кліматі, стратегічні зміни теорій та практики менеджменту, а також економічні труднощі – все це вимагає нового підходу до розвитку.

Стратегування соціально-економічного розвитку підприємств за імперативами сталого та інноваційного розвитку як новий управлінський механізм, заснований на відповідному процесі з управлінських дій, полягає в поєднанні двох ключових напрямків:

а) сталий розвиток, який передбачає врахування соціальних, екологічних та економічних аспектів, забезпечуючи потреби сучасного суспільства без ушкодження майбутніх поколінь;

б) інноваційний розвиток, який додає новаторські підходи та технології для досягнення цілей сталого розвитку. Саме інновації дозволяють оптимізувати використання ресурсів, підвищити конкурентоспроможність, а також забезпечити сталість екосистем.

У форс-мажорних обставинах особливості стратегування соціально-економічного розвитку підприємств включають, перш за все, гнучкість та реагування на кризові ситуації. Так, природні катастрофи чи економічні кризи можуть вимагати швидкої переорієнтації стратегій для відновлення стабільності. Застосування інновацій в цих умовах сприяє ефективному вирішенню проблем, швидкому відновленню економіки та соціальних систем.

Воєнний конфлікт та масштабні бойові дії як різновиди форс мажору негативно впливають на стратегії соціально-економічного розвитку і це стає великим викликом для досягнення імперативів сталого та інноваційного розвитку [1-3]. Зокрема, суттєво змінюються ресурсні можливості розвитку (рис.1).

Рисунок 1 – Наслідки воєнного конфлікту та зміна ресурсної бази стратегування соціально-економічного розвитку

Зміна ресурсної бази стратегування соціально-економічного розвитку підприємств значно його ускладнює, оскільки мають місце:

а) економічні збитки, які призводять до серйозних економічних втрат, знищення інфраструктури, втрати робочих місць та зменшення виробничої потужності. Це ставить під загрозу реалізацію стратегій сталого розвитку, оскільки вимагає великих ресурсів для відновлення господарської діяльності підприємств;

б) соціальні виклики, до яких відносяться загибель та вимушене переміщення населення, у т.ч. працездатного, руйнування соціальної структури. Це поглиблює проблеми соціального розвитку та ставить під сумнів досягнення соціальних імперативів стратегій;

в) економічні зміни та втрати, які спричиняють зміни в екології та екосистемах через викиди, забруднення та знищення природних резерватів. Це ускладнює реалізацію стратегій сталого розвитку, оскільки стає необхідною природоохоронна реабілітація та відновлення екосистем;

г) загрози інноваційному розвитку, оскільки воєнні дії можуть призвести до обмеження досліджень, розвитку та впровадження інновацій. Знищення дослідницьких інститутів та втрати наукового потенціалу можуть унеможливити впровадження технологій та інновацій у міста;

д) відмові від інвестицій та сповільнення інвестування, оскільки воєнна обстановка створює непевність та ризик для бізнесу, що призводить до відсутності інвестицій та зменшення економічної активності. Це може стати перешкодою для реалізації стратегій інноваційного розвитку;

е) управлінські проблеми та збої, які ускладнюють, а інколи унеможливлюють чітке управління та планування. Воєнна обстановка створює виклики в управлінні підприємством та плануванні його розвитку. Надзвичайні умови та обмежені ресурси можуть змусити його змінити пріоритети та стратегії. Внаслідок цього функціональні завдання менеджменту в контексті стратегування соціально-економічного розвитку за імперативами сталого та інноваційного розвитку зазнають суттєвих змін.

Учать автора у кабінетно-польових дослідженнях у межах міжнародного проєкту «Формування інклюзивної соціальної відповідальності в інноваційному процесі» (НДР №1877-01/10 (UUT10 Портсмут)) [3, 4], який став можливим завдяки грантовій схемі UK-Ukraine Twinning, що фінансується Research England за підтримки Міжнародних університетів Великобританії та UK Research and Innovation [5], довела, що середовище стратегування суттєво змінилося, про що знає більшість опитаних експертів [6].

Поза форс мажором функціональні завдання менеджменту на різних рівнях управління в контексті стратегування соціально-економічного розвитку за імперативами сталого та інноваційного розвитку полягають у такому:

а) інтеграція сталого розвитку в стратегії: менеджмент повинен впроваджувати принципи сталого розвитку в усі сфери діяльності. Це включає у себе врахування екологічних та соціальних аспектів при прийнятті управлінських рішень, використання ресурсів та розвиток інфраструктури;

б) створення інноваційних екосистем: менеджмент повинен сприяти створенню та розвитку інноваційних екосистем, які сприяють залученню нових технологій, стартапів та підприємств (створення інноваційних парків, підтримку науково-дослідних центрів тощо);

в) розвиток «розумних» технологій: менеджмент має працювати над їх впровадженням для підвищення ефективності управління містом. Йдеться про так звану «смартизацію» управлінських процесів – створення систем моніторингу для кращого управління транспортом, енергозабезпеченням, впровадження інтелектуальних систем управління водопостачанням та іншими комунальними послугами;

г) стимулювання соціально-економічної активності: менеджмент повинен розробляти стратегії для стимулювання соціально-економічної активності в містах та селах, сприяючи розвитку місцевих підприємств, підтримці малого та середнього бізнесу, створенню робочих місць;

д) участь громади (залученість до управлінських процесів, набуття рис інклюзивності): менеджмент повинен активно включати громаду в процес прийняття рішень, оскільки залучення громади до стратегічного планування сприяє врахуванню реальних потреб та очікувань мешканців.

Під час війни та масштабних бойових дій функціональні завдання менеджменту у контексті стратегування соціально-економічного розвитку значно змінюються, враховуючи

особливості конфліктної обстановки та необхідність виживання та відновлення. Основними напрямами трансформації завдань менеджменту стають:

а) інтеграція сталого розвитку в стратегії: важливим стає забезпечення не тільки економічної, але й соціальної стабільності. Менеджмент повинен враховувати не лише екологічні та соціальні аспекти, але також забезпечувати фізичну та економічну безпеку та захист населення в умовах конфлікту;

б) створення інноваційних екосистем: у воєнний період та особливо після нього важливим є швидке відновлення економіки та інфраструктури. Менеджмент має сприяти створенню інноваційних проєктів для відновлення та розвитку, використовуючи нові технології та методи;

в) розвиток «розумних» технологій: ці технології в умовах війни потрібно використовуватися для вдосконалення систем безпеки, контролю за транспортом та енергозабезпеченням, швидкого реагування на екстрені ситуації та управління ресурсами;

г) стимулювання соціально-економічної активності: під час війни воно стає важливим інструментом для підтримки громад та місцевих підприємств, особливо тих, які можуть сприяти відновленню та розвитку;

д) участь громади (залученість до управлінських процесів, набуття рис інклюзивності): у воєнний період її потрібно значно посилити, оскільки це сприятиме не лише врахуванню реальних потреб, але й забезпеченню співпраці та солідарності.

Таким чином, під час війни менеджмент має адаптувати свої функціональні завдання, пріоритети та стратегії до конкретних умов конфлікту, забезпечуючи виживання та відновлення громад.

Висновки: воєнні конфлікти ставлять під загрозу імперативи сталого та інноваційного розвитку. Спільні зусилля міжнародної спільноти та місцевої влади можуть бути вирішальними для стабілізації ситуації та відновлення соціально-економічного розвитку.

Для подолання труднощів необхідно вживати великих зусиль для відновлення економіки, соціальних структур та природних ресурсів. Але для цього необхідні зміни в функціональних завданнях, які відображають потребу в комплексному підході до управління, орієнтованому на досягнення безпеки, сталого та інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1) Барило О.Г., Потеряйко С.П. Удосконалення організаційного механізму державного управління у надзвичайних ситуаціях. Вісн. Нац. ун-ту цив. захисту Укр. Сер. «Держ. упр.» : зб. наук. пр. Харків : НУЦЗУ, 2016. Вип. 2 (5). С. 264-272.

2) Миколюк А. В. Робота органів місцевого самоврядування під час воєнного стану. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. № (2). С. 67-73.

3) Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Process. International cooperation project. Odessa Polytechnic National University: website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/projects/uk-ukraine-twinning-initiative-10

4) «Inclusive Social Responsibility Formation in the Innovation Process. International cooperation project. Economic scientific portal: website. 2023. URL: https://economics.net.ua/en/uut10

5) International cooperation program UK-Ukraine twinning grants scheme : website. 2023. URL: https://op.edu.ua/en/international/programs/twinning

6) Філиппова С.В., Дієго Васкес-Бруст, Кріс Сіммс, Черкасова С.О., Оборська Г.Г., Вугельман П.В. Основні передумови, перешкоди, рушійні сили, стимули та інструменти для формування інклюзивної соціальної відповідальності в інноваційному процесі стейкхолдерів: погляд політиків, науковців, освітян: Аналітичне дослідження. Одеса-Портсмут: Одеська політехніка; Університет Портсмуту, 2023. 35 с. https://economics.net.ua/files/analytics/01_UUT10-U.pdf.

V Міжнародна науково-практична конференція
«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

ЗМІСТ

TABLE OF CONTENTS

18 вересня 2023 р.
Національний університет «Одеська політехніка»
Одеса, Україна

Пленарне засідання 6

С Е К Ц І Я 1

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ НА МАКРО– , МЕЗО– ТА МІКРОРІВНЯХ

Volodymyr Y. Filippov, Luiza S. Kondratieva
MANAGEMENT OF ENTERPRISE LABOR RESOURCES UNDER THE INFLUENCE OF FORCE MAJEURE AND OTHER FACTORS OF UNCERTAINTY 10

М.Л. Тараканов, Н.І. Носова
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД 12

О.В. Балахонова, О.М. Лук'янчук, В.А. Біюк
РОЗВИТОК ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ..... 15

В.І. Захарченко, Д.М. Дукіна
ПРОБЛЕМА ДОСТАТНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ТРАСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ 17

В.І. Захарченко, С.В. Онешко
РОЗВИТОК МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ІНТЕГРОВАНИМИ ПРОМИСЛОВИМИ СТРУКТУРАМИ..... 19

О.І. Продіус, К.В. Пастушенко
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 21

Алсаввафі Фахед Мохаммед Ахмед Саіф, Б.Г. Браткова
НАПРЯМКИ МОТИВАЦІЇ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 23

К.В. Клименко, Є.Р. Слюсаренко
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТЯГНЕННЯ НЕПРАЦЮЮЧИХ КРЕДИТІВ ДЕРЖАВНИХ БАНКІВ 25

В.М. Головатюк
ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ У КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ГОТОВНОСТІ ДО МАЙБУТНЬОГО ВИРОБНИЦТВА..... 28

О.О. Зеркіна
ВЗАЄМОДІЯ СФЕР РЕГЛАМЕНТОВАНОГО ТА НЕРЕГЛАМЕНТОВАНОГО ТОВАРОРУХУ НА РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ 32

М.О. Акулюшина, Є.В. Ніколаєва
МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ У ВИРОБНИЧОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ..... 36

В.М. Лисюк, Н.І. Носова
ПЕРЕДУМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД, ОБУМОВЛЕНИЙ ВТРАТАМИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ 38

М.А. Саєнсус, О.Е. Полянська, О. В. Берназ
ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ.....41

В.Ю. Філіппов, А.В. Шевченко
УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....45

Л.І. Чернишова, А.І. Заложнікова
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ.....48

Л.І. Чернишова, М.В. Грекова
РОЗРОБКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА.....51

С Е К Ц І Я 2

СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ УТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

О.В. Боднар, А.Б. Затварська
ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В РАМКАХ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ.....55

М.О. Акулюшина, О.О. Онищук
СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ «COCA-COLA» 57

В.І. Захарченко, І.А. Топалова
РОЗВИТОК АНТИКРИЗОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНОМ В УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕЗ 59

В.І. Захарченко, Д.М. Меркулов
РОЗПОДІЛ ФУНКЦІЇ В ІНТЕГРОВАНІЙ БІЗНЕС-СТРУКТУРІ У ПРОМИСЛОВОСТІ.....61

С Е К Ц І Я 3

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ

О.І. Продіус, М.І. Денкова
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВТОРИННОЇ ПЕРЕРОБКИ СИРОВИНИ ТА ВІДХОДІВ 64

Л.В. Корольчук
ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ КРАЇН СВІТУ В ПРОЦЕСІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....66

Т.І. Адирова, Д.М. Дукіна
ЕНЕРГЕТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ І ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГІЯ.....68

Н.Й. Чеботарьова
ЗЕЛЕНА РЕВОЛЮЦІЯ НА ТАРІЛЦІ: СТАРТ В «ЗЕЛЕНУ» ЕКОНОМІКУ 2.0 ДЛЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ 70

І.М. Кочешкова
ЩОДО МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗБУДОВИ РОЗПОДІЛЕНОЇ ГЕНЕРАЦІЇ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД ЗА РАХУНОК ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ 76

О.В Обнявко, М.В. Сіленко
«ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» ЯК ФАКТОР ПОЗИТИВНОГО РОЗВИТКУ ЛЮДСТВА 78

С Е К Ц І Я 4

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна
РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА: ВИБІР ПОСЕРЕДНИКІВ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ НЕПОВНОЇ ВИЗНАЧЕНОСТІ І РИЗИКУ 82

О.П. Перерва
РОЗВИТОК МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГУ-МІКС З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 84

Т.І. Адирова, Л.О. Красіловська
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ 90

О.В. Боднар, О.В. Кельнер
ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 92

С.М. Остапчук
ПЕРСПЕКТИВИ ЗБАЛАНСУВАННЯ СТРУКТУРИ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОЕТАПНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ 94

В.І. Захарченко, О.М. Лук'янчук
СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РЕГІОНУ 96

Алнуаймі Алі Джума Алі Саллам, К.Р. Бондар
РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ДОСЯГНЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА РИНКУ 98

М.О. Акулюшина, А.Є. Ісламова
РОЛЬ І ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЗАЦІЇ 100

СЕКЦІЯ 5

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ СУЧАСНОГО ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

В.І. Захарченко, І.В. Бочевар
ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ІНТЕГРОВАНИХ ПРОМИСЛОВИХ СТРУКТУР 103

С.О. Васильцова
СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЯХ 105

М.А. Саєнсус, К.Г. Васильченко, О.С. Лосєв
РОЗУМІННЯ ОСНОВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ВАРІАНТІВ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ 107

Т.К. Метіль, М.О. Акулюшина, О.М. Лук'янчук
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІДТВОРЮВАЛЬНОГО ЗАГАЛЬНОКОРИСНОГО ІНТЕРЕСУ 110

Н.Г. Метеленко, О.В. Силенко, В.С. Сумма
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ: РЕАЛІЇ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЗА ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ 112

В.П. Соловйов
ЕТИКА І ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ 115

О.В. Іваницький
ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 118

О.І. Продіус, І.М. Максімичева
ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ 120

В.Ю. Філіппов, В.О. Тоніна
ВИТОКИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-АНАЛІТИКА» 122

Т.І. Козаченко, В.П. Чорний
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСАХ 124

В.В. Сирма, О.С. Голуб
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ 126

В.Ю. Філіппов, Камара Балла Мусса, А.О. Клеймьонова
РОЛЬ ЛІДЕРСТВА У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМАНДНОЇ РОБОТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ 128

О.В. Балахонова, К.Р. Бондар
ОБГРУНТУВАННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЇ МОЛОДІ 130

М.О. Акулюшина, А.В. Драганов
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ 130

С Е К Ц І Я 6

УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Volodymyr Y. Filippov, Elvin P. Yangulov, Adel Mokhamed Abdula Sultan Al-Ali
FORMATION OF A SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY FOR UKRAINE IN THE CURRENT UNCERTAIN ENVIRONMENT 135

О.П. Косенко, М.В. Лучинський
СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 137

В.В. Храпкіна, Н.Г. Метеленко, О.О. Шапуров
ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ: ВІД ЕКОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ 140

С.О. Тупиця
ІННОВАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ПАРАДИГМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 142

О.В. Нікішина
ДОМІНАНТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 144

Я.І. Пась
ЦИФРОВІЗАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМ БАНКІВСЬКИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 148

В.І. Захарченко, К.Р. Бондар
ТЕОРІЯ СУСПІЛЬНОГО ВИБОРУ У ПРІОРИТЕТАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ 152

Т.І. Адирова, А.С. Мартинюк
ПРОБЛЕМА ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО СПОЖИВАННЯ В СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ 154

В.В. Сенченко
ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД 156

Л.А. Некрасова, Таха Мохамед Халед
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 165

С Е К Ц І Я 7

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

В.А.Студінський
ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ ОСВІТИ.....168

Т.К. Метіль, Д.М. Дукіна
СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ УКРАЇНИ 170

В.Ю. Філіппов, М.О. Половцева
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЧЕРЕЗ ТРЕНІНГ ТА РОЗВИТОК.....172

Kateryna S. Zaichenko, Yurii V. Kistruha
THE ESSENCE AND COMPONENTS OF ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS STRUCTURES 174

В.І. Захарченко, Ю.П Чечикова
ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДА ЦІЛЬОВИХ ВИТРАТ ПРИ РОЗРОБЦІ ПРОДУКТОВИХ ІННОВАЦІЙ 176

С Е К Ц І Я 8

ДОСЛІДЖЕННЯ, ГРАНТИ ТА ПРОЕКТИ

Olena Kovalova, Svitlana Filyppova, Oleksandr Malin, Kostyantyn Tkach, Jianan Lu, Alexis Stenfors, Konstantinos Vergos, Michail Filippidis, Jocelyn Zhang
PECULIARITIES OF GRANT RESEARCH REALISATION “FINTECH AS A FENCE FOR THE SHOCK AND FUEL FOR THE RECOVERY? LESSONS FROM THE WAR” 180

О. Кульчицький
ГРАНТОВІ МОЖЛИВОСТІ ПРОГРАМИ ГОРИЗОНТ ЄВРОПА ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ. 185

Ann Emerson, Volodymyr Y. Filippov, Kateryna S. Zaichenko, Elvin P. Yangulov, Mykhailo A. Yudin
RESULTS OF THE STUDY ON THE ONLINE LEARNING DURING TIMES OF CONFLICT AND THE WELFARE OF CHILDREN AND TEACHERS.....188

Diego Vazquez-Brust, Chris Simms, Svitlana Filyppova, Svitlana Cherkasova, Helena Oborska, Pavel Vugelman
RISKS OF RESEARCHING THE FORMATION OF INCLUSIVE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE INNOVATION PROCESS 190

Leah Fox, Svitlana Filyppova, Hanna Svinarova, Ganna Gramatik
IDENTIFICATION OF THE RISKS OF THE RESEARCH OF THE IMPACT OF THE MILITARY CONFLICT 2022-2023 ON WOMEN AND CHILDREN IN UKRAINE AS A CHALLENGE FOR THE BUSINESS ENVIRONMENT AND THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ITS REGIONS.....194

Roza Sagitova, Lisa Jack, Volodymyr Y. Filippov, Lidiia O. Voloshchuk, Mykhailo A. Yudin, Olena M. Lukianchuk
RESULTS OF THE STUDY ON THE EVALUATION OF OPPORTUNITIES FOR PREVENTION, REDUCTION, RECYCLING, AND REUSE OF FLW IN UKRAINE 197

А.А. Балан, К.П. Лук'янчук
АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ КАДРОВОЇ СИТУАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ..... 199

К. Морріс, О. Балан, В. Мельник
ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ ЯК ЗАСІБ РЕАДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВЕТЕРАНІВ ДО СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ ……..... 201

П.В. Вугельман
УПРАВЛІНСЬКИЙ ФУНКЦІОНАЛ СТРАТЕГУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ФОРС МАЖОРУ …….. 208

Ц И Т У В А Н Н Я

− ЯК ВІРНО ЦИТУВАТИ ЗБІРНИК?

Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. 18 вересня 2023, Національний університет «Одеська політехніка». м. Одеса, Україна. 220 с. URL: https://economics.net.ua/suchasnyy_menedzhment

− ЯК ВІРНО ЦИТУВАТИ ТЕЗУ?

Філіппов В.Ю., Янгулов Е.П. Виклики та загрози сталого розвитку в Україні умовах воєнного стану. *Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку* : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 18 вересня 2023 р., Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна. С. 117-118. URL: https://economics.net.ua/suchasnyy_menedzhment (Доступно на 20.09.2023).

− ЯК ВІРНО ОФОРМИТИ REFERENCES У ФОРМАТІ APA?

Filippov V.Yu. & Yanhulov E.P. (2023). Challenges and Threats of Sustainable Development in Ukraine under Conditions of Martial Law. *Modern management of economic systems in the coordinates of the paradigm of sustainable development* : Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference, September 18, Odesa Polytechnic National University, Odessa, Ukraine. Pp. 117-118. URL: https://economics.net.ua/suchasnyy_menedzhment. [in Ukrainnian]

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

V МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку»

18 вересня 2023 р, м. Одеса, Україна

Присвячується пам'яті професора Харічкова Сергія Костянтиновича
1945–2018

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Збірник матеріалів
V Міжнародної науково-практичної конференції

«Сучасний менеджмент економічних систем в координатах
парадигми сталого розвитку»

18 вересня 2023 р.

Харічкову Сергію Костянтиновичу присвячується

Головний редактор: д.е.н, проф. В.Ю. Філіппов

Рекомендовано до публікації на засіданні кафедри менеджменту Інституту економіки та менеджменту Національного університету «Одеська політехніка» протокол № 2 від 18.09.2023

Конференція зареєстрована у Державній науковій установі «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації» Міністерства освіти і науки України (УкрІНТЕІ), посвідчення № 359 від 06 вересня 2023 р.

Макет виготовлений на замовлення в авторській редакції
Умовн.-друк. арк. 16,5.

Електроний варіант доступний на Економічному Науковому Порталі Національного університету «Одеська політехніка» за адресою:
https://www.economics.net.ua/suchasnyy_menedzhment

ODESA POLYTECHNIC NATIONAL UNIVERSITY
INSTITUTE OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT

V INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

«Modern Management of Economic Systems within the Coordinates of the Sustainable Development Paradigm»

September 18, 2023, Odesa, Ukraine

Devoted to the memory of Professor Kharichkov Serhii Kostiantynovych
1945–2018

SCIENTIFIC PUBLICATION

V International Scientific and Practical Conference

«Modern management of economic systems within the coordinates of the sustainable development paradigm»

September 18, 2023

Devoted to the memory of Professor Kharichkov Serhii Kostiantynovych

Chief Editor: Filippov V.Y., Professor, DEcon

Recommended for publication at the meeting of the Department of Management, Institute of Economics and Management, Odesa Polytechnic National University Protocol No. 2 dated September 18, 2023.

The conference is registered with the State scientific institution «Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information" of the Ministry of Education and Science of Ukraine (UkrISTEI), certificate No. 359 dated September 6, 2023.

The layout is custom-made in the author's edition
Conditional print. sheets 16,5.

The electronic version is available on the Economic Scientific Portal of the Odesa Polytechnic National University at the following address:
https://www.economics.net.ua/suchasnyy_menedzhment