

**Міністерство освіти і науки України**  
**Регіональний навчальний центр**  
**Всесвітньої митної організації**  
**Університет митної справи та фінансів**



**“ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО:  
ФІНАНСИ, ЕКОНОМІКА, УПРАВЛІННЯ”**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**06 листопада 2020 р.**

**Дніпро**

УДК 330.45:336:338

Цифрове суспільство: фінанси, економіка, управління: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 315 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, які включені до збірника, присвячено актуальним проблемам розвитку фінансової системи України в умовах цифрової економіки, дослідженню економіко-управлінських та комунікативних процесів у цифровому суспільстві, а також аналізу сфер національної економіки у сучасній парадигмі загальнодержавних та міжнародних інтересів.

Збірник матеріалів може зацікавити науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, а також фахівців у галузі економіки, управління, фінансів та зовнішньоекономічної діяльності.

### **Організатори конференції:**

Міністерство освіти і науки України,  
Регіональний навчальний центр  
Всесвітньої митної організації,  
Університет митної справи та фінансів

### **Склад редакційної групи:**

Бочаров Д. О., Ченцов В. В., Приймаченко Д. В.,  
Архірейська Н. В., Губа О. І., Даценко В. В.,  
Дерев'янка Т. П., Марценюк О. О., Разживін В. М.

**ISBN 978-966-328-173-5**

© Колектив авторів, 2020

© Університет митної справи та фінансів, 2020

## ЗМІСТ

### *Секція 1. Гармонізація сфер національної економіки у сучасній парадигмі загальнодержавних та міжнародних інтересів*

<b>Vink Dimitri, Kozmenko Serhii, Aldiwani Khaled.</b> Assessment of the current state of the Libyan government budget .....	13
<b>Язіна В. А., Підковалихіна А. О.</b> Сучасний стан розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19 .....	14
<b>Polyakov Maxim.</b> Features of the global information space formation in the field of knowledge economy .....	16
<b>Жеребило І. В.</b> Теоретичні засади соціальної політики держави .....	19
<b>Гордієнко В. О.</b> Чого варто чекати від іноземних інвестицій .....	21
<b>Івашова Л. М., Івашов М. Ф.</b> Гармонізація відносин між суспільством та владними державними інституціями у контексті захисту національних інтересів України .....	23
<b>Сардак С. Е.</b> Методологічні аспекти збалансування розвитку національних економік у першій половині ХХІ ст. ....	26
<b>Бойко З. В.</b> Вплив розвитку туризму на економіку країн світу .....	28
<b>Семенова Л. Ю., Чабан Л. І.</b> Концепція формування людського капіталу на порозі промислової революції 4.0 .....	30
<b>Фещенко О. М., Дрюніна Д. В.</b> Роль цифрової економіки у розвитку підприємництва України .....	32
<b>Горожанкіна Н. А.</b> Групування регіонів України за рівнем експорту товарів та послуг до країн Європи .....	34
<b>Корягіна Т. В.</b> Доходи домогосподарств України в умовах кризового стану економіки .....	37
<b>Богородицька Г. Є., Танакова Г. Д.</b> Аналіз іноземних інвестицій Китаю до України .....	39
<b>Григораш О. В., Григораш Т. Ф.</b> Цифровізація діяльності як необхідна умова ведення бізнесу в умовах COVID-19 .....	41

<b>Ватченко О. Б., Шаранов Р. С.</b> Необхідність упровадження механізму антикризового управління на підприємствах .....	43
<b>Гриненко Ю. І.</b> Наслідки імплементації плану дій BEPS щодо трансфертного ціноутворення .....	45
<b>Шнуренко Н. О., Циклаурі Н. К.</b> Оцінка платоспроможності та фінансової стійкості підприємств .....	47
<b>Ворона К. М.</b> Стратегія прийняття управлінських рішень .....	49
<b>Ільченко В. М., Кисельов В. Р.</b> Концептуальні основи соціального підприємництва у світовій економіці .....	51
<b>Пльонсак А. О.</b> Вплив глобальної фінансової кризи на розвиток національних фінансових систем .....	53
<b>Пікуліна Н. Ю., Козорог Д. С.</b> Інвестиції як основа підтримки малого та середнього бізнесу в Україні .....	55
<b>Малець Ю. Д.</b> Аналіз економічного зростання в умовах розвитку цифрових технологій .....	57
<b>Саричев В. І., Залюбовський К. М.</b> Вплив соціальних стандартів на розвиток трудового потенціалу України .....	59
<b>Кушнір А. І.</b> Оцінка фінансової стійкості місцевих бюджетів в умовах зростання бюджетної прозорості .....	62
<b>Коломоєць О. К.</b> Правові передумови створення та періодизація діяльності Державної служби фінансового моніторингу України .....	64
<b>Тараненко В. Є., Хіміч К. І.</b> Соціальний маркетинг як інструмент подолання соціальних ризиків .....	66
<b>Тимошенко М. В.</b> Щодо шляхів запобігання економічним шокам .....	68
<b>Czarnecki P., Razzhyvin V.</b> Main approaches of economically developed countries to the state incentives of the investment process .....	72
<b>Білозубенко В. С., Шаблій С. Є.</b> Основні тенденції забезпечення персоналізованого обслуговування туристів у готельній індустрії .....	73
<b>Корнєєв М. В., Аносова О. С.</b> Структура та складові системи корпоративного контролю в контексті забезпечення економічної безпеки ..	75

<b>Разінькова М. Ю., Гриценко А. В.</b> Сучасний стан туристичних потоків України .....	78
<b>Трудова М. Є., Цатурян К. А.</b> Розвиток двосторонніх торговельних відносин між Україною та Вірменією .....	80
<b>Небаба Н. О.</b> Глобальні проблеми, можливості та виклики розвитку світової економічної системи .....	82
<b>Черба В. М., Парасіч А. О.</b> Європейська соціальна модель як фактор впливу на соціальний розвиток України .....	84
<b>Бикова А. Л., Лобза А. В.</b> Людський капітал України в умовах цифрового суспільства: стан і динаміка змін .....	86
<b>Дулік Т. О., Александрюк Т. Ю.</b> Децентралізація управління у соціальній сфері України .....	88
<b>Дорина Е. Б., Буховец Т. В.</b> Основные факторы формирования цифровой экономики в Республике Беларусь .....	90
<b>Saed Khalleefah Ahmed Mohammed, Dashevskа T. S.</b> The marketing support for the enterprise' development strategy formation and implementation .....	93
<b>Аносова О. С., Шрам П. І.</b> Інституціональне регулювання і забезпечення прав та інтересів акціонерів у корпоративних відносинах в акціонерних товариствах .....	95
<b>Hladchenko A. Yu.</b> Regulation of global economic equilibrium .....	97
<b>Даценко В. В., Жихарева-Толстік Г. О.</b> Особливості арт-маркетингу і умовах цифрової економіки .....	99
<b>Дегтярьова І.</b> Політика європейської комісії щодо діджиталізації у сфері освіти і науки – перспектива 2021–2027 рр. ....	101
<b>Жадько К. С., Самойленко Д. М.</b> Автоматизовані системи бізнесу ...	104
<b><i>Секція 2. Економіко-управлінські та комунікативні процеси в цифровому суспільстві</i></b>	
<b>Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю.</b> Глобальна цифровізація як фактор змін у бізнес-середовищі та управлінні .....	107

<b>Litovchenko B. V., Tols M., Chernokalova K. O. Cognitive Proofreading In Digital Community (O. Henry’s Narrative Guideline For Contemporary Business) .....</b>	<b>109</b>
<b>Шията О. В. Цифрові технології в системі публічного управління галуззю охорони здоров’я: досвід упровадження на місцевому рівні ....</b>	<b>111</b>
<b>Єдинак Т. С., Пуха І. П. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств за умов фінансово-економічної нестабільності .....</b>	<b>113</b>
<b>Карканиця В. М. Інституціональні засади контролю за виконанням обласними та районними державними адміністраціями державних стратегічних та поточних завдань, які надходять від органів центральної виконавчої влади України .....</b>	<b>115</b>
<b>Химич І. Г., Гой В. В. Електронний цифровий підпис – захист від підробки електронного документа .....</b>	<b>117</b>
<b>Васильєва В. Г., Коновалова О. В. Проблеми розвитку цифрових технологій в Україні .....</b>	<b>119</b>
<b>Маляр Д. В. Віртуальні підприємства та офіси в умовах цифрової економіки .....</b>	<b>121</b>
<b>Горбань С. Ф. Документаційне супроводження управлінської діяльності .....</b>	<b>123</b>
<b>Денисюк Ж. З. Медіасередовище у трансформуванні стратегій інформаційної безпеки .....</b>	<b>125</b>
<b>Мельник І. В. Інформаційна безпека: зміна парадигми в умовах гібридних викликів сучасності .....</b>	<b>127</b>
<b>Горященко Ю. Г. Особливості статистичного дослідження у туризмі .....</b>	<b>129</b>
<b>Chyrychenko Yu., Dzhakheidr Emad Adburavi Ramadan. Hospitality industry in pandemic times: behavioral aspect .....</b>	<b>131</b>
<b>Хурдей В. Д. Маркетинг в митній діяльності: цифровізація .....</b>	<b>132</b>
<b>Ятчук О. М. Соціальні мережі як чинник формування крос-культурних комунікацій .....</b>	<b>134</b>

<b>Даценко В. В., Підберезня В. С.</b> Зростання ролі інтерактивного маркетингу на підприємствах .....	136
<b>Івашина С. Ю., Івашина О. Ф.</b> Цифрове суспільство в сучасній парадигмі економічного відтворення .....	138
<b>Гірман А. П.</b> Цифрова публічна дипломатія як інструмент врегулювання конфліктів .....	140
<b>Думенко А. І.</b> Застосування сучасних комунікативних технологій в управлінні закладами охорони здоров'я України в сучасних умовах ....	142
<b>Байдак Т. М., Болотова В. О.</b> Сегментування громадськості як передумова побудови комунікативної стратегії .....	144
<b>Дрешпак В. М.</b> Сучасні світові тенденції щодо цифрового розвитку на локальному рівні публічного управління .....	146
<b>Гуртова Н. В.</b> Цифровий маркетинг як сучасний інструмент управління підприємством .....	148
<b>Кодацька Н. О.</b> Виникнення і розв'язання конфліктів у сучасному онлайн-просторі .....	152
<b>Аношко А. М.</b> Упровадження цифрових технологій у процесі надання послуг у системі охорони здоров'я України як напрям державної політики .....	154
<b>Сенкевич Г. А.</b> Журналістська творчість в епоху зміни комунікативних парадигм .....	156
<b>Михальчук Л. В.</b> Брендинг як ефективний метод управління конкурентоспроможністю підприємства .....	158
<b>Коляда С. П.</b> Коучинг, що базується на партнерстві, – запорука успіху у цифровому суспільстві .....	160
<b>Кузь М. М., Грищук А. І.</b> Трансформація комунікативних процесів у розвитку цифрової економіки .....	162
<b>Зінченко Г. К., Олійник А. М.</b> Стандартизація етичної поведінки осіб, уповноважених на виконання функцій держави та місцевого самоврядування, як інституційна передумова формування управлінської та організаційної культури у сфері публічного управління .....	165

<b>Лесюк О. В.</b> Трансформація структури інформаційного споживання у контексті виникнення нових комунікаційних платформ .....	167
<b>Вакульчик О. М., Брайко В. С.</b> Автоматизовані системи обліку і фінансового аналізу .....	169
<b>Безпалій А. В.</b> Організаційно-економічний механізм управління розвитком персоналу підприємства .....	171
<b>Грибенко В. А.</b> Розширення інформаційного забезпечення ризик-аналізу інноваційних проєктів .....	173
<b>Мірошниченко А. Т.</b> Цифровізація системи управління підприємством .....	175
<b>Туболець І. І.</b> Інформаційно-комунікаційні технології як фактор активізації інноваційної діяльності підприємств .....	177
<b>Положай М. В.</b> Особливості глобальної трансформації рекламної комунікації в процесі діджиталізації та цифровізації .....	179
<b>Ватченко О. Б., Єссе О. І.</b> Організація маркетингових комунікацій у соціальних мережах .....	181
<b>Калашник М. В.</b> Удосконалення управління дебіторською та кредиторською заборгованістю на підприємстві .....	183
<b>Гудзь П. В., Гудзь М. В.</b> Цифрові пріоритети розвитку регіону в парадигмі конкурентоспроможності .....	185
<b>Мазур Є. О.</b> Фінансове планування та контроль за фінансово-господарською діяльністю на підприємстві .....	188
<b>Горб К. М.</b> Smart-елементи у розбудові туризму в містах .....	190
<b>Байрамов М. О.</b> Удосконалення методів оцінки кредитоспроможності суб'єкта господарювання .....	192
<b>Ляшевський Я. О.</b> Особливості формування доходів та розподілу прибутку суб'єкта страхового підприємництва .....	194
<b>Бабенко Л. В., Омелянова К. Д.</b> Удосконалення автоматизації обліку послуг зі страхування .....	196



<b>Пасічник Т. О.</b> Ланцюги поставок і Covid-19: нові виклики та можливості .....	198
<b>Сидоренко С. В.</b> Розвиток цифрового суспільства в умовах четвертої промислової революції .....	200
<b>Соколов А. О.</b> Податкова е-медіація як елемент розвитку електронної демократії в Україні .....	202
<b>Велієва В. О., Колісник В. О.</b> Оцінювання за методом Делфі: переваги і недоліки .....	204
<b>Олексієнко Р. Ю., Перерва І. О.</b> Виникнення конфліктів в організації через прийняття імпульсивних управлінських рішень .....	206
<b>Гуржій Н. М., Жабицька Н. С.</b> Управління якістю у проектному менеджменті в ІТ-галузі .....	208
<b>Книшек О. О., Синельник В. С.</b> Роль і місце програмного забезпечення в аудиті фінансової звітності підприємства .....	210
<b>Шевченко Н. І., Ісахаян С. Р.</b> Інституційне забезпечення регіонального розвитку .....	212
<b>Тополєнко Н. М., Гетьман А. А.</b> Принципи управління собівартістю продукції на підприємстві .....	214
<b>Антоненко А. М.</b> Окремі аспекти етичних стандартів поведінки публічних службовців .....	216
<b>Ковтун Н. С., Чернікова О. І.</b> Використання цифровізації у сфері розвитку персоналу .....	218
<b>Горєлов Є. В.</b> Формування капіталу суб'єкта страхового бізнесу та методи його оптимізації .....	219
<b>Данієлян Д. Т.</b> Управлінська еліта в сучасній Україні: стан, перспективи формування .....	221
<b>Єдинак В. Ю.</b> Зміна ролі та функцій менеджера в умовах цифрової економіки .....	223
<b>Зіх Вітольд, Крупка Я. Д.</b> Обліково-комунікаційні процеси в період всесвітньої пандемії .....	225

<b>Романченко Ю. А., Самедова М. Т.</b> Мошенничество в Интернет-торговле .....	227
<b>Kritenko O., Szabó A., Varanets O.</b> The place and role of customs risk in the national security system .....	229
<b>Ганчева З.</b> Диджиталізація торгівлі с третьюми странами .....	232
<b>Grigороva V. P.</b> Digitalization of marketing management – prerequisites and effects .....	234
<b>Шольно О., Фесенко В. В.</b> Таксономія фінансової звітності за міжнародними стандартами .....	236
<b>Скасцо О. І., Манчур І. М.</b> Розвиток цифрових технологій у сфері бухгалтерського обліку .....	238
<b>Міщенко Д. А., Міщенко Л. О.</b> Маркетингове ціноутворення на вітчизняних підприємствах у сучасних умовах .....	239
<b><i>Секція 3. Розвиток фінансової системи України в умовах цифрової економіки</i></b>	
<b>Ченцов В. В.</b> Фінансування вищої освіти в Європі .....	242
<b>Frolov S., Shukairi F. B.</b> Classification of models of Financial systems and their impact on economic processes in the country .....	244
<b>Роменська К. М.</b> Інноваційно-цифрова спрямованість бюджетного процесу України .....	246
<b>Архирейська Н. В., Щасна О. Ю.</b> Цифровізація платежів та пандемія коронавірусу .....	249
<b>Лисяк Л. В., Біневич Ю. О.</b> Реформування місцевих фінансів України в умовах євроінтеграції .....	251
<b>Баранник Л. Б., Соломка Я. А.</b> Податкове адміністрування доходів фізичних осіб в умовах цифрової економіки .....	253
<b>Рудик М. О.</b> Практичні аспекти забезпечення стабільності фінансового сектора в умовах діджиталізації економічних процесів ....	255
<b>Melnychenko O. V.</b> Audyt bezpieczeństwa informacji banku podczas pracy z pieniądzem elektronicznym .....	257

<b>Смєсова В. Л.</b> Цифрова економіка: характерні риси і тенденції розвитку .....	260
<b>Khmarskyi V., Овчаренко Є. С.</b> Дослідження фінансового стану банків України .....	262
<b>Неголюк Ю. В.</b> Цифровізація як інструмент економічного зростання ..	265
<b>Біліченко А. П.</b> Застосування інноваційних технологій у галузі оподаткування в умовах цифрової економіки .....	267
<b>Новікова Л. Ф., Манза М. М.</b> Особливості, проблеми та перспективи розвитку банківської системи України .....	269
<b>Сосєдка О. В.</b> Деякі напрямки розвитку електронної комерції .....	271
<b>Жарікова Ю. К.</b> Інновації в банківській діяльності .....	273
<b>Заруцька О. П., Волошко К. В.</b> Якість управління кредитним ризиком як чинник фінансової безпеки банку .....	275
<b>Дудчик О. Ю.</b> Роль необоротних активів підприємств у розвитку економіки України .....	277
<b>Заруцька О. П., Самуха А. В.</b> Шляхи скорочення проблемних активів банківської системи у сучасних умовах .....	279
<b>Цюп'як П. Р., Петрова Я. І.</b> Удосконалення фінансування освіти в Україні в умовах глобалізації .....	281
<b>Рудянова Т. М., Лебідь О. Ю.</b> Сучасні інформаційні технології як невід'ємна інноваційна складова банківської системи України .....	283
<b>Тополя В. І.</b> SREP як основна рейтингова система оцінки фінансової стійкості банків України .....	285
<b>Синюк А. О.</b> Визначення бізнес-моделей банків з використанням нейронних мереж .....	287
<b>Губа М. О., Губа О. І.</b> Тенденції впливу на роль управління банківськими ризиками в умовах цифровізації економіки .....	289

<b>Сметанкіна Н. С.</b> Підтримка фінансової стійкості підприємств в умовах пандемії .....	291
<b>Терещенко Т. Є.</b> Інтернет-страхування та Social Media Marketing як ефективні шляхи реалізації страхового продукту .....	294
<b>Сальникова Т. В.</b> Фінансове забезпечення туристичної сфери в Україні .....	297
<b>Барабаш Н. М.</b> Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства та заходи щодо її підвищення .....	299
<b>Фоменко В. К., Щегельська А. О.</b> Криптовалюта та особливості її застосування .....	301
<b>Дзюба В. В., Підодня Д. Г.</b> Реформування оподаткування суб'єктів господарювання як головний важіль економічної політики держави .....	304
<b>Зіненко В. В.</b> Довгострокові інвестиції в Україні .....	305
<b>Чичина А. П.</b> Організація кредитних взаємовідносин підприємства з банком .....	308
<b>Петрова Л. О., Терещенко Т. Є.</b> До питання щодо підвищення рівня ризиковості в умовах пандемії COVID-19 та відповідного розвитку страхової галузі .....	310
<b>Іменний покажчик</b> .....	312

## ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE LIBYAN GOVERNMENT BUDGET

Vink Dimitri, Kozmenko Serhii, Aldiwani Khaled

Libya's economy is very different from that of Ukraine. The same applies to their public finances and budgetary process. The main difference between the Libyan economy and the Ukrainian economy is that the former is almost entirely dependent on the production and export of oil and gas. This dependence determines the specifics of shaping the revenue side of Libya's government budget and its expenditure items [1].

In such conditions (political and economic instability, instability of oil and gas production and exports, instability of state budget revenues, high share of government budget expenditures in relation to Libya's GDP, which the government does not plan to reduce), the problem of optimizing the government budget for Libya is more urgent than ever. To identify possible ways of optimization, it is necessary to conduct a detailed analysis of macroeconomic indicators of the Libyan economy, revenues and expenditures of its government budget and the current budget deficit/surplus.

Figure 1 presents the dynamics of Libya's GDP, GDP per capita and annual GDP growth for 2007–2019.

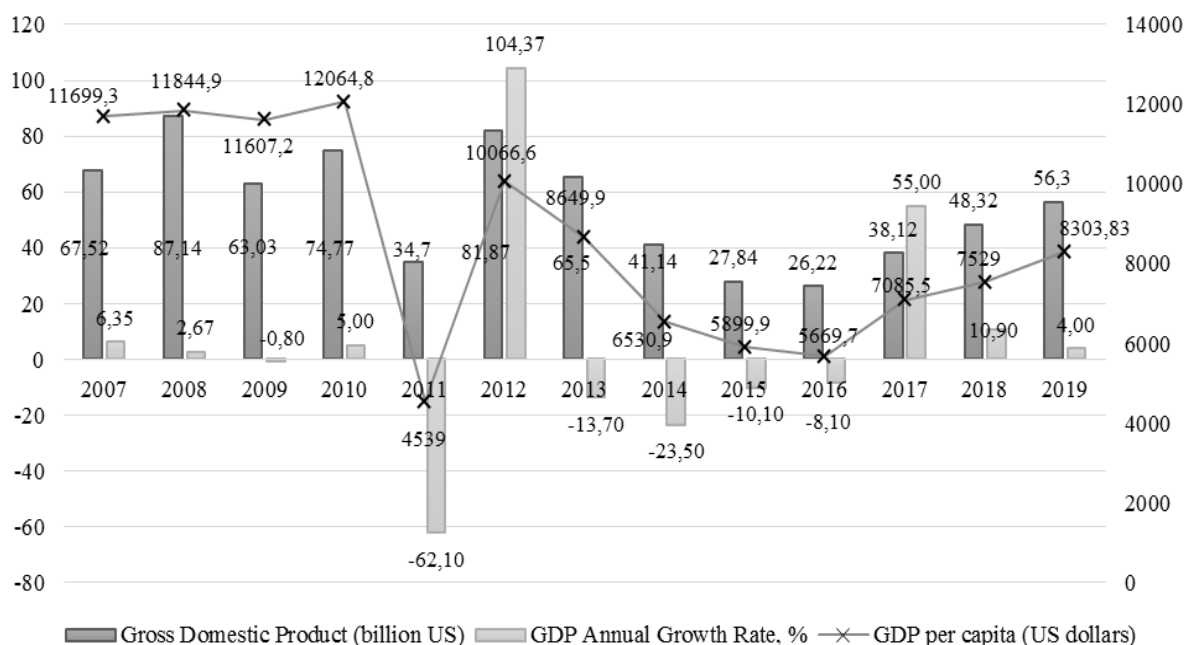


Figure 1. Dynamics of gross domestic product, GDP per capita and annual GDP growth for 2007–2019

Source: Compiled by the author based on [2].

Figure 1 shows that Libya's GDP is highly volatile. During the period under study, both a significant decline in GDP and its rapid growth were observed. For example, the most significant drop in GDP in Libya occurred in 2011, when GDP for the year decreased by USD 40.07 billion, that is, annual GDP growth was – 62.10 %. This drop in GDP was due to the events related to the Arab Spring and the overthrow of Gaddafi's regime [3], and led to a decrease in the indicator per capita by USD 7,525.8. In 2012, the Libyan government managed to ensure the recovery and even growth of GDP compared to 2010 – the volume of GDP amounted to USD 81.87 billion, which was USD 47.17 billion more than in the previous year (annual growth was 104.37 %).

To get out of the situation in Libya, firstly, it is necessary to ensure political stability in the center of the country, and, secondly, to create conditions for a number of economic reforms. One of the most important of these is the creation of a more diversified economy that can withstand shocks in the global oil and gas market. Diversification is possible only through the development of the private sector in the country (small and medium-sized businesses), which will create new jobs for young people and reduce subsidies from the government budget. Moreover, it is necessary to ensure the transformation of methods of managing oil revenues to ensure that they are used not only for current consumption, but also for the implementation of Libya's economic development programs.

#### **List of sources user:**

1. *Vyhovska N., Polchanov A., Aldiwani K., Shukairi F.* The methodological approaches development to assess the creation and use of the financial capacity of the state. *Public and Municipal Finance*, 2019. № 8 (1), 28–43. Doi:10.21511/pmf.08(1).2019.03

2. Libya GDP. Trading Economics. URL: <https://tradingeconomics.com/libya/gdp>

3. *Federica Saini Fasanotti.* Making Libya's economy work again. Brookings, october, 2016. URL: <https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2016/10/07/making-libyas-economy-work-again>

### **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Язіна В. А., Підковалихіна А. О.

Перша чверть XXI ст. ознаменувалася стрімким зростанням основних видів міжнародних послуг, серед яких найвагоміша частка припадала на сектор туризму. Так, за офіційними даними *World Bank Data* станом 01 січня 2020 р. сектор міжнародного туризму становить 12 % світового ВВП, 13 % споживчих витрат та забезпечує 261,5 тис. працюючих. Показники надходжень від міжнародного туризму у 2018 р. до глобальної економічної системи становили 1,7 трлн. дол. США, ставши рекордними за останні два десятиліття [5]. Поступове збільшення обсягів міжнародних туристичних

потоків, інтенсифікація розвитку туристичної діяльності у світі та країнах Європи, встановлення безвізового режиму між Україною та ЄС у 2017 р. – все це найголовніші здобутки нового тисячоліття в туристичній сфері.

Водночас 20 р. XXI ст. став переломним для всього світового співтовариства, яке зіткнулося з одним із найбільших випробувань відомих із часів Другої світової війни, – пандемією коронавірусу COVID-19, який у буквальному сенсі паралізував увесь світ, закриття міжнародні кордони, наніс значного удару по національним економікам та призвів до глобальної економічної кризи, наслідки якої призведуть до стрімкого падіння світового ВВП та довгострокової рецесії.

За даними UNWTO та Світового банку галузь туризму зазнала найбільш глобальних збитків внаслідок впровадження країнами світу протиепідемічних заходів, спрямованих на подолання та протидію пандемії коронавірусу COVID-19. Так, зокрема, близько 96% туристичних дестинацій у всьому світі зазнали обмежень [4]. За різними сценаріями, у 2020 р. прогнозується падіння обсягу міжнародних туристичних прибуттів на рівні 58–78 % у порівнянні із показниками 2019 р. – 1,5 млрд. [2, 6–7].

Сьогодні серед основних тенденцій розвитку сфери туризму в умовах пандемії COVID-19 можна відзначити наступні:

1. Китай, з одного боку, як країна походження світової пандемії, а з іншого, як повноцінний партнер туристичного бізнесу, вже не розглядається у ролі тренду «лідера» на ринку іноземного туризму. Через ізоляцію Китаю 73 авіакомпанії повністю призупинили авіасполучення з країною Сонця, а ще 52 – скоротили кількість авіарейсів.

2. Значних збитків зазнав круїзний туризм. Так, зокрема, під час туристичної подорожі круїзного лайнеру *Diamond Princess* було виявлено негативний досвід повної відсутності ефективних та дієвих механізмів роботи з епідемічними ситуаціями у замкненому просторі, внаслідок чого лайнер із 2 666 пасажирами-туристами та 1 045 членами екіпажу на борту примусово знаходився на карантині у п. Йокогама в Японії.

3. Закриття переважною більшістю країн світу своїх кордонів для іноземних громадян. Сьогодні відкритими для іноземних туристів (у тому числі для українців) є 38 країн, серед яких ключовими є Єгипет, Туреччина, Албанія, Польща, Болгарія тощо. Варто зазначити, що в питанні закриття кордонів для іноземців Україна не стала виключенням. Так, зокрема, у зв'язку із щорічним святкуванням Рош га-Шана у м. Умані понад 300 тис. євреями 27 серпня 2020 р. Урядом України вимушено було ухвалено Постанову КМУ № 757.

4. Значні збитки міжнародного туризму в результаті скасування та зачинень внаслідок введення протиепідемічних обмежень різних виставок, концертів, культурно-масових заходів. Наприклад, з-поміж гучних скасування можна відзначити скасування найважливішої туристичної виставки світового масштабу – ІТВ-Berlin, відміну Венеціанського карнавалу, відміну *Eurovision-2020* тощо [3]. За підрахунками експертів UNWTO, через па-

ндемію коронавірусу COVID-19 туристичний сектор ЄС втратив понад 3,5 млрд. євро, а за оцінками самих учасників туристичного ринку, втрати можуть скласти 47 млрд. дол. США.

5. Скорочення прибутку авіаперевізників та банкрутство авіакомпаній-лоукостерів. Так, зокрема, такі авіакомпанії, як *Lufthansa* і *British Airways* ще на початку пандемії попередили інвесторів про значні скорочення прибутку, лоукостер EasyJet і Ryanair відмовилися від надання деяких послуг, італійська *Alitalia* відправила 4 000 співробітників у вимушену відпустку, а лоукостери *Norwegian Air* та *Ryanair* збанкрутіли в період пандемії.

6. Значні втрати внутрішнього туризму в Україні. В цілому, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США, що зумовлено пізнім початком курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів, який негативно вплинув як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі.

Таким чином, можна дійти висновку про те, що 2020 р. став кризовим періодом для сфери туризму як на міжнародному, так і на національному рівнях. Для України на сьогодні формується зростання тенденції до розвитку внутрішнього туризму, у зв'язку із чим пріоритетним завданням для країни є розробка програми підтримки внутрішнього туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Жаліло Я. А., Ковалівська С. В., Филипенко А. О. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. Київ: НІСД, 2020. 29 с.

2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу “Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні”. Київ: ЄБРР, 2020. 28 с.

3. Impact of Covid-19 on Global Tourism Made Clear as UNWTO Counts the Cost of Standstill // UNWTO: Official web-site. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 04.10.2020).

4. UNWTO World Tourism Barometer. January 2020. Vol. 18. Issue 1.

5. World Bank Data: Official Website. URL: <http://datatopics.worldbank.org>

## **FEATURES OF THE GLOBAL INFORMATION SPACE FORMATION IN THE FIELD OF KNOWLEDGE ECONOMY**

Polyakov Maxim

At the beginning of the XXI century, a new stage in the globalization development has begun; it is related to the formation of a global information space (GIS) in the knowledge economy (KE). This process is based on the global informatization, the expansion of information exchange, the adoption of information technologies (IT) in every area of life, development and use. Despite the world asymmetry, global informatization makes KE formation possible on a global scale.



GIS is thought of as a communication environment that makes it possible to diffuse knowledge, create and maintain social ties. Institutions, infrastructure and communication tools organize the global space. Information infrastructure includes computers, network equipment, data storage centers, protocols and information transfer standards. The basis for the GIS formation is created by the Internet that has influenced on all globalization manifestations, including economic, political, social, technological, and scientific aspects. These days the Internet starts uniting not only people, but also things.

Massive opportunities of the Internet cause fundamental changes in economics and economic relations. Firstly, the Internet became a new foundation and gave impetus to the global integration of national markets, intensification of international flows and economic convergence. Secondly, the Internet minimizes information costs, reduces transaction costs. Thirdly, the Internet has created new communication channels with suppliers and consumers. A communication environment such as the Internet has promoted to the emergence of the so-called networked economy, based on appropriate forms of organization. In general, the Internet has got an infrastructural role in the modern economy, complying with the criteria of systematic use, the role of a “framework”, promoting the development of new processes and phenomena, performing functions regarding maintenance of certain types of activity. The migration of many industries to the Internet and the scale of the changes have led to the emergence of the so-called digital economy. This new economic model is initially based on involvement in globalization processes and correlates closely with the concepts of the networked economy and the information society. Besides, the Internet creates opportunities for collecting data on people’s behavior, different processes, referring to resources and organizations, using of things, and so on. This data processing makes it possible to gain new useful knowledge.

Digitalization complements the economy with a large number of new elements: information systems, computer networks, web applications, services, infrastructure, operations, etc. Such a holistic ecosystem as a comprehensive electronic environment unites sellers, consumers, intermediaries, infrastructure companies, and service providers. A new economy structure, a configuration of processes, models of interactions and competition are emerging. The digital economy runs the gamut: e-Shops, e-Malls, e-Procurement, e-Auctions, e-Infrastructures, e-Logistics, e-Agriculture, e-Health (eMedicine), e-Education, e-Banking etc.

The relevance of information systems in the field of knowledge is growing due to the increase in the collection of scientific and technical information, the attracted community of scientists and organizations. The problems of search and analysis become actual, which creates the need for special tools and services (search for people, patents, articles, etc.; data processing). The complex of special information systems used in the field of knowledge forms the Internet infrastructure of the KE, which is characterized by a significant diversification of services in the field of science, education and innovation. The objective process

of science development and the structure complication of the GIS causes an increase in requirements for the information infrastructure of the KE.

The main elements of the KE information infrastructure are: 1) electronic libraries, catalogues, repositories; 2) social networks for scientists; 3) databases of scientific and technical information; 4) information portals by branches of science; 5) services for the document exchange; 6) patent information systems; 7) services for managing bibliographic information; 8) social networks for innovative entrepreneurs; 9) services for searching and contacts with experts; 10) Internet marketplaces and platforms for startups and innovations; 11) services for webometrics and scientometric databases.

It should especially be pointed out the appearance of international scientometric databases, electronic publications, different social networks (Facebook, Twitter, Goggle+, etc.) as a part of GIS. Open scientific and educational resources are developing dynamically. Scientific communication becomes more diversified. For modern science, the following becomes typical: mediatization, the activation of scientometrics and the emergence of webometrics, “competition for attention”, the problem of promoting scientists and publications.

New needs arise and new horizons for their development are opened up. In particular, there is a need for the information mechanisms development for international cooperation, namely for organization of collaborative work. Furthermore, within the framework of GIS, it is necessary to improve the quality of services for the search and assessment of intellectual property objects, expertise, search for scientific and technical information and scientists (experts), as well as data processing by areas of activity.

Among the positive consequences of the information infrastructure development in the field of knowledge are the following: expansion of scientific and technical information sources and information resources; providing expanded access to knowledge as a whole; establishment of connections between scientists and entrepreneurs; securing the virtual presence of people and organizations in the information space; the emergence of new forms of communication, practices and models of work organization, alternative hierarchy lines and chains, transfer mechanisms; reducing the importance of physical barriers and remote work development; an increasing degree of public awareness of the activities of universities, business and the development of science; encouraging of transparency in science and interaction with business, which creates new opportunities for monitoring.

The main problems of using ICT in the field of knowledge are related to: integration of data obtained from various sources and having a different structure (unification); integration of information systems on data structure, legal institutions, languages, etc.; ensuring the completeness and reliability of the initial information; ensuring the interest of information sources in its timely and high-quality provision; creation of an effective assessment system, comparing and classifying scientific and technical information and scientists as carriers of knowledge. All these problems require constant and timely elimination of emerging information systems inconsistencies. One of the decisive conditions

for quality and efficiency is the flexibility of information systems with an increase of their complexity level.

Thus, a separate segment focused on the field of science, education and innovation appears on the Internet. The development of convergence and integration processes is gradually leading to the acquisition of systemic innovation infrastructure, at least in terms of scientific and technical information sources integration and functions of collaboration with them. The current level of information infrastructure development and globalization processes in the field of knowledge make it possible to talk about the global knowledge economy formation.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

Жеребило І. В.

Історично соціальні питання набули цілісного і завершеного вигляду в системі державного управління з кінця ХІХ століття, коли цивілізоване суспільство усвідомило роль людського розвитку у формуванні економічних позицій держав. Однак саме поняття соціальної політики було введено в науковий обіг лише в 70-х рр. ХХ ст. французьким вченим соціалістом-утопістом Ш. Фур'є. На основі його ідей виникла одна з ранніх теорій соціальної держави – фур'єризм, заснований на ідеї соціальної гармонії, можливої лише в суспільстві, побудованому на засадах справедливості й рівності [1, 695].

Першою країною в Європі, яка почала ефективно застосовувати соціальні гарантії для працівників та їх сімей, була Німеччина, однак соціальні заходи розглядалися виключно в контексті економічної політики. Більш активно теорії соціальної політики почали розвиватись у середині ХХ століття, причому в межах різних міждисциплінарних зв'язків. Так, у соціології та політології (теорія конфлікту, теорія еліт) згадана політика вважається інструментом реалізації спільних інтересів і вирішення соціальних конфліктів, спричинених прагненням одних груп суспільства покращити свою ситуацію разом із іншими групами [2, 50].

За ідеологічною ознакою історично виокремлюють цілі групи наукових теорій соціальної політики, зокрема ті, що розвивались в межах марксизму, соціалізму, консерватизму, лібералізму, демократизму тощо. Усі ідеологічні відмінності у трактуванні соціальних питань зводяться до ролі держави у забезпеченні добробуту населення, мірі її втручання та підходах до виконання соціальної функції (індивідуалізм, колективізм, змішані форми). Теорії різняться також за відношенням до стратифікації суспільства та вирівнювання або зменшення соціальної нерівності.

Сучасні доктрини соціальної політики базуються на ідеях побудови громадянського суспільства з високим рівнем добробуту та вільним розвитком особистості. Серед них найбільш поширеними є теорія соціальної держави і теорія держави загального добробуту, в межах яких виокремлюються окремі напрями наукової думки [3, 28].

Розвиток різних типів ідеологічного обґрунтування досліджуваних питань сприяв появі багатьох моделей соціальної політики, що відрізняються участю держави у досягненні соціальної стабільності та безпеки, застосовуваними методами і важелями впливу на соціальні процеси, а також ступенем захищеності різних категорій населення і суспільства в цілому. Класифікація моделей соціальної політики, сформована на основі досвіду зарубіжних країн, представлена у табл. 1.

Таблиця 1

### Класифікація основних моделей соціальної політики

Види моделей	Основні представники	Характеристика
Ліберальна	США (американська)	Відокремлення соціального захисту від вільного ринку й обмеження захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат. Забезпечується високий рівень і якість життя основної частини населення.
	Японія (японська)	Передбачає проведення політики вирівнювання доходів, особливу політику використання робочої сили, домінування психології колективізму, солідарності в доходах, досягнення консенсусу між різними суб'єктами у розв'язанні соціально-економічних проблем, виділення питань підвищення життєвого рівня населення в ранг національних пріоритетів
	Канада, Ірландія Великобританія, (англосаксонська, модель Беверіджа)	Для неї характерним є активніше, ніж для першої моделі, регулювання соціальних процесів з боку держави, проте нижчий, ніж в останніх двох моделях, рівень оподаткування і перерозподіл ВВП через державний бюджет (не більше 40%)
Консервативна	Німеччина, Франція, Нідерланди, Швейцарія (модель Бісмарка)	Модель відрізняється сильною роллю держави в системі соціального захисту, держава керує основними каналами перерозподілу коштів. Обов'язковим є соціальне, пенсійне, медичне страхування, виплати по безробіттю і т.д. Допустима можливість більшого втручання держави в життя суспільства, ніж за ліберального режиму.
Соціал-демократична	Швеція, Норвегія, Фінляндія, Данія (шведська модель)	Відзначається надзвичайно високою часткою ВВП, яка розподіляється через бюджет (понад 50%); соціальна політика тісно пов'язана з державним регулюванням економіки, що має чітко виражену соціальну спрямованість
Південно-Європейська	Італія, Іспанія, Греція, Португалія (рудиментарна модель)	Передбачає, що держава практично не бере участі або її роль мінімальна у вирішенні соціальних проблем суспільства. Модель характеризується сильною зосередженістю на захисті традиційної структури сім'ї та підтримці її згуртованості.

Джерело: систематизовано на основі [4]

У зв'язку з великою кількістю теорій та доктрин, які пояснюють суть та роль соціальної політики у сучасному людському розвитку, у науковій літературі досі не сформовано єдиної позиції щодо змісту поняття “соціальна політика”.

### Список використаних джерел:

1. *Фур'є Ф.* Філософський енциклопедичний словник; В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. Київ: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. 742 с.
2. *Trattner W. I.* Social Welfare or Social Control?: Some Historical Perspectives on Regulating the Poor. Knoxville: University of Tennessee Press, 1983, pp. 49–54.
3. *Маліков В. В., Дегтяр О. А.* Світовий досвід становлення і розвитку громадянського суспільства і соціальної держави. *Вісник Національного університету цивільного захисту України.* Серія: Державне управління, 2014. Вип. 1. С. 25–34.
4. *Жеребило І. В.* Соціальна політика держави як регулятор розвитку соціальної сфери: теоретико-методологічні аспекти. *Проблеми економіки.* 2020. №1. С. 283–289.

## ЧОГО ВАРТО ЧЕКАТИ ВІД ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Гордієнко В. О.

В українській спільноті у політичних і наукових колах існує думка, що соціально-економічний розвиток країни можливо забезпечити тільки у разі залучення іноземних інвестицій (ПІІ). Однак за роки незалежності держава ПІІ не дочекалася. Більшість науковців які досліджували цю проблему виділяють наступні чинники сталої ситуації:

- нестабільність: політична, правова, економічна;
- недосконала фінансова, кредитна і податкова система;
- тінізація економіки і рейдерство.

Однак слід зазначити, що більшість авторів не уявляють стану на бюджетоутворюючих підприємствах: машинобудівних, металургійних, хімічних тощо. Стосовно перерахованих підприємств слід враховувати, що історія їх започаткування це кінець 19 – початок 20 століття. Усі наступні реконструкції на підприємствах практично не змінювали логістику руху предмета труда. Це веде до суттєвого відставання продуктивності праці і в кінцевому результаті призводить до зниження прибутку. А інвестор розраховує на прибуток від виробництва. Таким чином, навіщо йому вкладати кошти в українські підприємства, коли є підприємства з передовою логістикою в інших країнах. Аналіз іноземних інвестицій доводить цю тезу. Проблему для економіки України складають не тільки малі обсяги ПІІ, але й їх галузева структура. Глибокі диспропорції існують у розподілі інвестицій за галузями (табл. 1).

## Індекс зміни ПІІ по галузям

Галузь	Індекс	Стандартне відхилення
1. Сільське, лісове та рибне господарство	Збільшення у 6,4 разу	240,8
2. Промисловість	Збільшення у 4,4 разу	6074
3. Будівництво	Збільшення у 8 раз	546
4. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів	Збільшення у 7,0 разів	2133
5. Фінансова та страхова діяльність	Збільшення у 32,6 разів (2014 рік), 9,9 разів до 2018 рік	6393
6. Операції з нерухомим майном	Збільшення у 22,5 разів	1658
7. Освіта	Збільшення у 6 разів	11
8. Охорона здоров'я та соціальна допомога	Зменшення у 3 разу	59
9. Усього ПІІ	Збільшення у 7 разів	17820

Передусім інвесторів цікавлять інвестиції в галузі, де за короткий час можливо забезпечити повернення вкладеного капіталу з отриманням найбільшого прибутку (галузі 5,6). Інвестувати у фінансову і страхову діяльність було вигідно бо ставка рефінансування у ФРС США була в аналізованій період значно нижчою (коливалась від 0,5 до 0,25 %) ніж в Україні (7–12,5 %). Тому інвестори без ризику заробляли на цій різниці. Стосовно інших галузей лідерів (з індексів зміни величини ПІІ) то це пояснюється спекулятивним попитом на послуги цих галузей і можливістю отримання готівки. Крім того перелічені галузі (3, 5, 6 табл.) не потребують великих вкладень, працюють з готівкою і мають можливості до приховування прибутків. Галузі які відносяться до економіки знань інвестувались недостатньо. Велика волатильність ПІІ по галузям економіки за період дослідження характеризує їх нестабільність, а також величину ризику при вкладенні коштів.

Інвестиційна політика повинна сприяти її економічному і соціальному розвитку. В якості основного показника що характеризує економічний розвиток України взято валовий внутрішній продукт(ВВП). Для побудови залежності ВВП від ПІІ наданих галузям економіки України було застосовано кореляційно-регресійний аналіз. За допомогою табличного процесору Excel були отримані моделі залежності ВВП від ПІІ в галузі економіки і в цілому .

Незначний вплив ПІІ на економіку України, що пояснюється їх недостатністю, волатильністю, а також неоптимальним розподілом по галузям. Так найбільший вплив на ВВП оказують такі галузі як: “сільське, лісове та рибне господарство” (56 %) і “будівництво” (49 %), хоча динаміка інвестицій була суттєво більшою в галузі які відносяться до послуг.

Тому інвесторів цікавлять ті галузі, де за короткий час можливо забезпечити повернення вкладеного капіталу з отриманням найбільшого прибутку (галузі “фінансова та страхову діяльність”, “операції з нерухомим майном”). Прибутки з цих секторів економіки вивозяться закордон і не дають бажаного соціально-економічного розвитку країні.

Для України потрібні ПІІ в реальний сектор економіки (у тому числі через спрямування їх у малий бізнес, нові та наукомісткі виробництва). Їх метою має бути створення нових робочих місць, впровадження новітніх технологій, збільшення експорту, імпортозаміщення, створення сучасної інфраструктури.

Коштів, що були вкладені у освіту і охорону здоров'я та соціальну допомогу, явно замало, щоб вони вплинули на ВВП держави. Крім того по досвіду країн світових лідерів такі вкладання коштів ефективні, але мають тривалий часовий лаг для отримання прибутку.

Вітчизняні фінансисти вважають за краще так чи інакше вивозити капітали за кордон, а не вкладати у виробництво. Таким чином інвестиції з України ідуть на Захід! Вийти із сталої ситуації можливо лише шляхом звороту заробленої всієї у країні валюти (адже валюту ми заробляємо) на інвестиції структурної перебудови країни. І структурна перебудова можлива тільки за наявності державних інвестицій. Тільки держава зацікавлена в інвестиціях в реальний сектор економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Гордієнко В. О.* Проблеми структурної перебудови економіки України: монографія. Дніпропетровськ : Дніпропетр. держ. фін. акад., 2012. 200 с.
2. Статистичний збірник “Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України”. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну. URL: <http://ua.112.ua/ekonomika/obsiahy-priamykh-inozemnykh-investytsii-v-ukrainu-za-9-misiatsiv-2016-roku-zrosly-na-62-derzhstat-352909.html>

### **ГАРМОНІЗАЦІЯ ВІДНОСИН МІЖ СУСПІЛЬСТВОМ ТА ВЛАДНИМИ ДЕРЖАВНИМИ ІНСТИТУЦІЯМИ У КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ**

Івашова Л. М., Івашов М. Ф.

У контексті сучасних проблем, що постали перед Україною як державою варто зазначити, на наш погляд, головне – держава як інститут вже не задовольняє попиту суспільства на справедливість, відкритість та прозорість. Вимоги до діяльності органів державної влади давно переросли ті пропозиції та можливості щодо надання державноуправлінських послуг, які пропонуються цими органами суспільству. Криза державного управління спровокувала кризу довіри громадян до інституту державної служби.

На жаль, сьогодні демократичні прагнення суспільства до демократичних змін на порядок вищі від можливостей бюрократичної та розбалансованої системи державного управління, яка є залежною від впливу, як внутрішніх, так і зовнішніх фінансово-економічних і політичних груп. Сучасна система державного управління виявилася не здатною ні забезпечити сталого соціально-економічного розвитку держави, ні задовольнити зростаючі потреби громадян в демократичних свободах, ні навіть сприяти виконанню передвиборчих обіцянок правлячих еліт.

У нас вже є негативний досвід інституційних криз у сфері державного управління, коли зміст переростає форму, тобто коли вимоги суспільства є більшими, ніж можливості системи державного управління. Саме це спровокувало революційні події 2004 та 2013–2014 рр. й поставило нашу державу перед новими викликами й загрозами. Сьогодні, очікування суспільства щодо інституційних змін та якості державного управління знову не справджуються. І це може стати причиною нового соціального вибуху, який наша держава в умовах війни й пандемії може не витримати. Тому критично важливим наразі є урівноважити та гармонізувати взаємовідносини між владою й громадянським суспільством, повернути довіру громадян до держави.

Наразі необхідні нагальні зміни системи державного управління на всіх рівнях та в усіх державних інституціях, що формують каркас державної служби України. Одним з найбільш критичних напрямів, що вимагає негайних управлінських рішень щодо інституційних змін є Державна митна служба України (ДМСУ), яка є одним з ключових інститутів державного управління у сфері ЗЕД, забезпечує майже половину бюджетних надходжень держави та в значній мірі відповідає за фінансову стабільність в країні. Однак за останні роки саме цей інститут зазнав найбільше деструктивних трансформацій та змін, що призвело до зменшення фінансових надходжень до бюджету, розбалансування системи митного контролю, вимивання кваліфікованих кадрів з митної системи, а також нівелювання у пересічних громадян розуміння значущості для держави цієї служби для Так, послаблення контрольної функції за фінансовими потоками з боку держави загалом, й митної служби, зокрема, призвело до недоотримання щорічно до бюджету країни близько 18–20 млрд. дол. США від частки економічної діяльності, що знаходиться в тіні. До 80 % доходів, що отримані у тіньовому секторі, а це 14–16 млрд. дол. США, виводяться за межі країни й осідають за кордоном: в офшорних зонах, банках інших країн тощо. Тобто, однією з ключових вимог у напрямі досягнення інституційної рівноваги у сфері державних фінансів є вимога щодо відродження професійної та дієвої ДМСУ, діяльність якої має бути, з однієї сторони, максимально орієнтованою на захист національних інтересів держави, а з іншої – реально відкритою та транспарентною. Цьому і має сприяти інституційна перебудова Де-



ржмитслужби, посилення її регуляторної та контрольної функцій на засадах широкомасштабного використання ризик-орієнтованого постмитного контролю та митного аудиту, а також тотальної діджиталізації митних процедур. Важливу роль у цьому процесі мають відігравати громадські та професійні організації щодо забезпечення безпосередніх та опосередкованих законних і легальних зв'язків між бізнесом та митною службою.

Водночас, саме ці організації мають стати форпостом у викоріненні таких ганебних явищ в митних органах, та й в усій структурі державної служби як корупція та хабарництво. Так, за результатами експертних оцінок міжнародних аналітичних центрів в Україні корупційні оборудки сягають 2–3 % від ВВП, що дорівнює 3–5 млрд. дол. США щорічно. Саме корупція лежить в основі втрати авторитету професії митника та державного службовця серед населення. Тому вважаю, що основними механізмами подолання корупції, що здатні забезпечити підвищення авторитету державної служби та зміцнення довіри громадян до державних службовців є: 1) формування інформаційної прозорості та відкритості державної служби на основі використання сучасних цифрових технологій; 2) забезпечення транспарентності щодо правовідносин між впливовими та зацікавленими силами на основі чітких, зрозумілих, вигідних і досяжних для усіх учасників правил і процедур, стимулів і санкцій, стримувачів і противаг; 3) формування самоповаги громадян до себе та поваги до держави на засадах розвитку громадянського суспільства та залучення представників громадськості до наглядових рад та органів громадського контролю з наданням їм реальних, а не імітаційних дорадчо-колегіальних повноважень;

І на останок, з метою припинення інституційного хаосу система державного управління й всі інститути державної служби мають керуватися у своїй діяльності принципом «управління за цілями, а оцінювання за результатами». На жаль, в Україні на протязі майже 30 років керувалися лише першою частиною даного принципу. При цьому кожного разу декларувалися привабливі для суспільства цілі й практично ніколи вони не доводилися до суспільно значущого результату. Всі захопилися процесом управління як таким і не зважали на результати для держави. На сьогодні Україна є країною перманентних хаотичних, незавершених, а інколи й безглузких, реформ за результати яких ніхто не несе відповідальності. Саме «оцінювання за результатами» передбачає активізацію інституту відповідальності перед суспільством за прийняті або не прийняті державноуправлінські рішення.

Думається, що впровадження принципу оцінювання за результатами, а також, посилення відповідальності державних службовців за діяльність чи бездіяльність органів державної влади і є ключовими вимогами суспільства до системи державного управління.

# МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗБАЛАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК У ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ ХХІ ст.

Сардак С. Е.

На відміну від минулих періодів розвитку світової цивілізації, на початку ХХІ ст. динаміка розгортання процесу глобалізації отримала певної формалізованої сформованості [1], що дозволяє ідентифікувати закономірності та розробити методологічні рекомендації для національних економік.

Використовуючи системний підхід, можна виокремити дві групи головних факторів суспільного розвитку [3]. Перша група факторів – це системні фактори (обумовлені впливом природних, біологічних, технічних, економічних, соціальних і управлінських систем). Друга група факторів – це структурні фактори (суб'єкти, тенденції, загрози, ризики, проблеми та виклики).

У першій третині ХХІ ст. можна констатувати взаємообумовленість та взаємозалежність глобальних та національних факторів, коли кожна країна інтегрована у світову економіку і не може ігнорувати вплив глобальних факторів. Більш того, національні економіки, поступово втрачають економічну незалежність, внаслідок домінування ієрархічно вищих глобальних суб'єктів (насамперед, впливових лідерів релігійних конфесій, монарших осіб та династичних родин, провідних ТНК, міжнародних організацій, регіональних об'єднань).

При використанні матричного методу, сферу збалансування національних економік (національних факторів – “Н”) з глобальними факторами (“Г”) суспільного розвитку можна візуалізувати в табл. 1.

Таблиця 1

## Сфера збалансування національних економік із глобальними факторами суспільного розвитку\*

Фактори	Суб'єкти	Тенденції	Загрози	Ризики	Проблеми	Виклики
Природні	ГПС↔НПС	ГПТ↔НПТ	ГПЗ↔НПЗ	ГПР↔НПР	ГПП↔НПП	ГПВ↔НПВ
Біологічні	ГБС↔НБС	ГБТ↔НБТ	ГБЗ↔НБЗ	ГБР↔НБР	ГБП↔НБП	ГБВ↔НБВ
Технічні	ГТС↔НТС	ГТТ↔НТТ	ГТЗ↔НТЗ	ГТР↔НТР	ГТП↔НТП	ГТВ↔НТВ
Економічні	ГЕС↔НЕС	ГЕТ↔НЕТ	ГЕЗ↔НЕЗ	ГЕР↔НЕР	ГЕП↔НЕП	ГЕВ↔НЕВ
Соціальні	ГСС↔НСС	ГСТ↔НСТ	ГСЗ↔НСЗ	ГСР↔НСР	ГСП↔НСП	ГСВ↔НСВ
Управлінські	ГУС↔НУС	ГУТ↔НУТ	ГУЗ↔НУЗ	ГУР↔НУР	ГУП↔НУП	ГУВ↔НУВ

\* розроблено автором.

Таким чином, збалансування розвитку національних економік має відбуватися адаптивно, що передбачає узгоджену гармонізацію усіх сфер національної економіки з урахуванням загальнодержавних інтересів та міжнародних імперативів. Однак, необхідно зазначити, що національні економіки у сучасному світі розвиваються асиметрично й відповідно, зміст заходів та інструменти збалансування методологічно мають бути індивідуальними і відрізнятимуться в залежності від належності країни до “центру” або “периферії”, “золотого” або “злиденного” мільярду, чи то до економічно розвинутої або трансформаційної економіки тощо.

За результатами авторських досліджень, сформована наприкінці другого десятиріччя XXI ст. динаміка розвитку суспільного розвитку може зазнати суттєвих змін у 2030 р. [1]. Прогнозується, що до кінця першої половини XXI ст. людство увійде у новий період глобальної динаміки розвитку людських ресурсів, який буде суттєво відрізнятися від попереднього, за рахунок кардинальних змін у розгортанні глобальних тенденцій, у тому числі: інтернаціоналізації, транснаціоналізації, глобалізації, інтелектуалізації, інформатизації, цифровізації, соціалізації, інтеграції, дезінтеграції, урбанізації, регіоналізації, гомогенізації, атомізації, транснаціоналізації, вертикально-інтегрованої корпоратизації, тінізації, диференціації, поляризації, конфронтації, маргіналізації населення, фрагментації, стратифікації суспільства, загострення конкуренції, активізації інноваційної та інвестиційної діяльності, поглиблення міжнародного поділу праці у напрямках спеціалізації та кооперування виробництва, концентрації управління тощо.

Прогностично, новий формат суспільного розвитку описується численними термінами та концепціями, такими як: “Постіндустріальне суспільство”, “Інформаційне суспільство”, “Суспільство знань”, “Постмодерн”, “Глобальне суспільство”, “Відкрите суспільство”, “Мережеве суспільство”, “Мегасуспільство”, “Нетократія”, “Нова економіка”, “Постбуржуазне суспільство”, “Постекономічне суспільство”, “Постмодерна доба”, “Постцивілізоване суспільство”, “Союзнницький капіталізм”, “Суспільство обслуговуючого класу”, “Суспільство персонального обслуговування”, “Суспільство постнестачі”, “Технологічна сингулярність”, “Техноторонна доба”, “Технотронне суспільство”, “Третя хвиля”, “Фазовий перехід”, “Шостий технологічний уклад” й іншими [1].

Можна передбачити, що трансформація розвитку світової економіки у цілому, та національних економік, зокрема, до кінця першої половини XXI ст. відбуватиметься у межах прогресивної, нейтральної або регресивної зміни двох головних показників суспільного розвитку – чисельності людських ресурсів та результатів їх творчої діяльності, що може бути ідентифіковано за дев’ятьма сценаріями [2].

Відповідно, методологічний апарат збалансування розвитку національних економік у першій половині XXI ст. має базуватися на системному підході й враховувати глобальноцивілізаційні та індивідуальні внутрішньоекономічні особливості країн у тактичному і стратегічному періодах.

### Список використаних джерел:

1. Сардак С. Е., Сухотеплий В. Т. Періодизація та прогноз глобальної динаміки розвитку людських ресурсів. Економічний часопис – XXI. 2013. № 3–4. С. 3–6.
2. Сардак С. Е. Перспективи соціально-економічного розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 9. С. 217–225.
3. Sardak S., Korneyev M., Simakhova A., Bilskaya O. Global factors which influence the directions of social development. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15 (3). P. 323–333.

## ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН СВІТУ

Бойко З. В.

Туризм як сфера господарської діяльності має величезне значення та ряд характерних особливостей. Туризм служить інтересам людини, суспільства в цілому і є джерелом доходів, як на мікро, так і на макроекономічному рівні. Туризм стає одним з основних факторів створення додаткових робочих місць, сприяє розвитку дорожнього та готельного господарства, стимулює виробництво всіх видів транспортних засобів, забезпечує збереження народних проблем та національної культури регіонів та країн [1].

Туризм – дуже багатогранно розвиває розбудову господарства, що створюється однією з головних складових доходів у деяких країнах, що впливає на розвиток їх економіки та світового співробітництва. Туризм показує вплив на економіку практично за всіма аспектами фундаментального визначення цієї сфери життя суспільства. В економічному відношенні туризм розглядається: 1) як визначена сукупність суспільних відносин у сфері виробництва, обміну та розподілу продукції; 2) частина народногосподарського комплексу цієї країни, що включає певні відбивні види виробництва та економічної діяльності; 3) економічна наука, вивчення туризму як галузь економіки країн або регіонів (економіка туризму); 4) загальнонаціональна наука, вивчаюча введення у сферу виробництва туристичного продукту, розподілу та обміну. Економісти аналізують процеси, що знаходяться в цих сферах, прогнозують їх результати для фізичних осіб, організацій та суспільства в цілому; 5) сучасна економічна теорія, яка вивчає господарські суб'єкти на всіх рівнях туристичної економічної системи в процесах виробництва, розподілу, обміну та використання туристичних послуг у цілях задоволення людських потреб при обмежених ресурсах сімей, фірм та суспільства в цілому [2].

Існує прямий зв'язок між тенденціями розвитку індустрії туризму та муніципальних економічних, технічних та соціальних досягнень. Зростаючий рівень життя в розвинутих промислових країнах світу веде до зростання тривалості відпочинку працівників і достатньо високого рівня пенсійного забезпечення, що також вказує на значний вплив на розвиток туризму.

Попит на подорожі та туризм визначається одночасно ринковими механізмами (витратами на туристичні, екскурсійні та інші послуги, пропозицією цих послуг та їх розповсюдженням) та екзогенними змінними, тобто факторами, не пов'язаними безпосередньо з туризмом та подорожами, але які суттєво впливають на ступінь і форму туристичної діяльності. Екзогенні фактори включають демографічні та соціальні зміни, економічні та правові досягнення, розвиток торгівлі, транспортну інфраструктуру, інформаційні технології та підвищення безпеки подорожей.

У практиці туристичної діяльності різні країни - постачальники туристів та країни, які як правило, приймають туристів. До перших можуть бути віднесені: США, Німеччина, Англія, Бельгія, Данія та ін. До других - Франція, США, Іспанія, Італія, Угорщина та ін. Статистика ВТО показує, що за останній час міжнародних подорожей та доходів від них вирости в усіх регіонах світу. Експерти ВТО вивчають те, що існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму та загальним станом економіки в країні. Динаміка подорожей дуже чутлива до цього. Аналіз туристичного ринку в кожному туристичному регіоні світу освітлює історію розвитку, поточний стан та майбутнє світового туристичного сектору, та переслідує основні цілі: ідентифікує регіони, де міжнародний туризм старіє, і те, де він знижується; оголошує причини більших відмінностей у географічному розповсюдженні числа туристів та доходів від них, та їх динаміку; ідентифікує країни, де міжнародний туризм має великий потенціал для перетворення у важливий елемент економічного розвитку [2].

Географічне зосередження міжнародних туристичних обмежень відповідає географічній концентрації торгівлі, однак має дві важливі відмінності. По-перше, країни з позитивним балансом від туризму, наприклад, США, Іспанія, Португалія, Греція, часто дають відмовні баланси в торгівлі. Країни з негативним балансом за туристичними обмеженнями мають позитивний торговий баланс, наприклад, Німеччина, Японія. По-друге, обмін туристичними послугами між індустріальними країнами з аналогічними зразками не є обов'язково обмеженим продуктом подібних типів, як у торгівлі товарами. Діючий обмін товарами між промисловими країнами це, перш за все, обмеження продуктами однієї та тієї ж категорії, наприклад, торгівля автомобілями між США та Японією або продуктами харчування між європейськими країнами. Це внутрішньогалузева торгівля. У туризмі обмін подібними продуктами існує, наприклад, у секторі культурного туризму, але в менших розмірах [3].

Економічний простір соціально-культурної сфери та туризму охоплює велику частину світової економіки. Багато розвинених країн вважають туризм і сферу послуг пріоритетним напрямком свого економічного розвитку, оскільки вони дуже привабливі в інвестиційному плані. Приклад цільових програм розвитку туризму в Україні показує прямий ефект від їх реалізації: а саме будівництво готелів, ресторанів, гірських комплексів, шляхів та ін. Реалізація цих програм вимагає вкладення в інші галузі народного

господарства: будівництво, обробну промисловість. Мультиплікативний ефект від реалізації програм передбачає залучення в цей вид різних суб'єктів підприємництва (рекламних агентств, підприємств торгівлі, громадського харчування, розвиваючих установ, транспортних фірм), що забезпечує отримання грошей у місцеві, регіональні та федеральні бюджети [2].

Таким чином, міжнародний туризм буде продовжувати свій розвиток, не відповідаючи на ризик економічного супроводу, так як туристична програма пропонує власні детермінації. Незаперечний і той факт, що міжнародна нерівність у секторі туризму значуща. Для досягнення рівнозначного успіху в світі нові підходи заохочення розвитку туризму повинні базуватися на міжнародній кооперації. Міжнародна кооперація та узгодження між ключовими компонентами туризму (готелі, транспорт, туристичні фірми) повинні гарантувати майбутній розвиток індустрії.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Александрова А. Ю.* Міжнародний туризм Підручник. М: Аспект Прес, 2002. 470 с.
2. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. К.: “Центр учбової літератури”, 2016. 554 с.
3. *Морозов М. А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов. М.: Издательский центр “Академия”, 2009. 288 с.

## **КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ПОРОЗІ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 4.0**

Семенова Л. Ю., Чабан Л. І.

Зараз ми живемо на межі завершення третьої і початку четвертої промислової революції. Інформаційні технології, комп'ютери проникли в усі сфери нашого життя, вони змінюють виробництво і давно виступають фундаментом всієї нової цифрової економіки. І чим далі відбувається розвиток, інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизація та роботизація виробничих процесів тим помітніше відчуваються зміни як у виробництві так і у суспільстві.

Цифрове суспільство в сучасній цифровій економіці найбільше ресурсів витрачає не на створення кінцевого продукту, а на те, щоб його придумати, розробити. Для інноваційного інтелектуального продукту необхідні нові концепції формування людського капіталу.

Поняття людський капітал виникло в ринковому середовищі воно відображає не лише новий підхід до аналізу ролі людини в суспільно-виробничому процесі, а й зростаюче значення інтелектуальної діяльності та неречового нагромадження для всього відтворення суспільного життя, визнання необхідності і високої ефективності вкладень у людину [1, 12].

Формування концепції розвитку людського капіталу у зарубіжному досвіді, як правило, поділяється на два етапи:

1) система формальної освіти підготовки людського капіталу; подальша фахова спеціалізація і перепідготовка кадрів через наукові та навчальні центри;

2) спеціальні курси, які фінансуються державою або організуються у фірмах.

Прикладом ефективної політики у сфері інтелектуалізації та зайнятості населення є Швеція, у якій програма підготовки людського капіталу має антициклічний характер. Один із ключових тез теорії людського капіталу полягає в тому, що в умовах інформаційного суспільства людський капітал є найважливішим чинником відтворення національного багатства і його необхідним елементом.[2, 123]

Національний людський капітал являє собою складну сукупність творчих продуктивних цінностей усіх громадян, кожна з яких окремо являє собою індивідуальний капіталізований запас знань, умінь і навичок, накопичений за допомогою взаємодії комплексу факторів і умов, пов'язаних з різними рівнями життєдіяльності суспільства й економічно реалізований у виробничому обороті, приносячись дохід своєму власникові й формуючи агрегований потік доходу як частина національного доходу країни [3].

Базуючись на такій класифікації видів людського капіталу, можна виділити основні напрямки інвестицій у людський капітал по різних рівнях.

Нанорівень (на рівні окремої людини або домогосподарства) включає інвестування у вітальний капітал, культурно-моральний капітал, трудовий капітал, інтелектуальний капітал, організаційний капітал, підприємницький капітал. Людський капітал індивіда здатний приносити дохід носієві даного капіталу, організації, на якому даний капітал використовується, а також країні в цілому.

Мікрорівень (людський капітал організації) має на увазі вкладення коштів у визнані активи індивідуального людського капіталу, фірмові нематеріальні активи, організаційний капітал, структурний капітал, бренд-капітал, соціальний капітал.

Макрорівень (на рівні держави в цілому) включає інвестування в соціальний капітал, інтелектуальний капітал, вітальний капітал, культурно-моральний капітал, організаційно-підприємницький капітал і трудовий капітал, представлені як національні інтелектуальні пріоритети, національні конкурентні переваги, природний потенціал [3].

Аналіз зарубіжного досвіду державного впливу на людський капітал показує, що розвиток людського капіталу багато в чому залежить від активізації таких напрямків державної політики, як поліпшення систем освіти та охорони здоров'я; підтримка аграрно-промислового комплексу; підвищення доходів населення; поліпшення платоспроможного попиту в країні; ліквідація бідності; вирішення демографічних проблем; оптимізація міграційної політики; вдосконалення соціальної та економічної інфра-

структури; розвиток соціального партнерства та підприємницьких ініціатив; підтримка розвитку громадянського суспільства [4].

В Україні людський капітал є найголовнішим фактором формування та розвитку інноваційної економіки тому провідна роль у формуванні та розвитку людського капіталу належить саме державі. На державному рівні необхідно:

- запроваджувати зміни в освітньому процесі, більше часу надавати вивченню комп'ютерної грамотності та новим тенденціям в інформаційно-комунікативних технологіях;
- розвивати індивідуалізацію та удосконалювати функціонування всіх основних освітніх процесів формувати інноваційні підходи в навчанні;
- створювати нові робочі місця висококваліфікованої праці;
- для збереження національного людського капіталу необхідно забезпечити відповідний рівень оплати праці за висококваліфіковану працю;
- створити умови та можливість для навчання протягом всього життя людини.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Гришнова О. А.* Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. К.: Т-во “Знання”, КОО, 2001. 254 с. ISBN 966-620-111-9
2. *Лисак В. Ю.* Сутність та основні положення концепції людського капіталу “Молодий вчений”•№3(30)•березень,2016р. С. 123–126
3. *Лех Т. А.* Ефективна економіка № 2, 2012/ URL.: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=925>
4. *Кастрюліна Ю. М.* Развитие человеческого капитала как стратегическая цель формирования инновационной экономики. URL: <http://economics.open-mechanics.com/articles/610.pdf>

## **РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ**

Фещенко О. М., Дрюніна Д. В.

Сьогодні Україна знаходиться на унікальному етапі розвитку, коли є шанс зробити так званий “цифровий стрибок” у ключових сферах економіки. Цифрові технології – одночасно величезний ринок та індустрія, що в свою чергу, потребує висококваліфікованих фахівців, конкурентоздатних на ринку праці і саме цим заходом потрібно зараз долучати всіх охочих підприємців до цифровізації, метою якої є набуття професійних компетенцій майбутніми фахівцями у сфері фінансів, менеджменту, маркетингу з використанням сучасних інноваційних.

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів про-



мисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

Цифровізація – насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір.

Основна мета цифровізації у досягненні цифрової трансформації існуючих та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні.

Цифрові технології – одночасно величезний ринок та індустрія, а також платформа ефективності конкурентоспроможності всіх інших ринків та індустрій. Високотехнологічне виробництво та модернізація промисловості, а також підприємницьких структур за допомогою інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, масштаб і темп цифрових трансформацій повинні стати пріоритетом економічного розвитку.

Цифровий розвиток передбачає виконання комплексу завдань, що позитивно вплинуть на економіку, бізнес, суспільство та життєдіяльність країни в цілому.

Основними цілями цифрового розвитку є: прискорення економічного зростання та залучення інвестицій у підприємницьку діяльність; трансформація секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні; технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високотехнологічних виробництв; доступність для підприємців переваг та можливостей цифрового світу; реалізація людського ресурсу, розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва.

Прискорений сценарій цифрового розвитку передбачає: усунення законодавчих, інституційних, фіскальних та інших перешкод, які заважають розвитку цифрової економіки; впровадження стимулів та мотивацій для заохочення бізнесу та індустрій економіки в цілому до цифровізації; створення попиту та формування потреб серед підприємців до цифровізації, насамперед, через впровадження державою масштабних проектів цифрових трансформацій, зокрема на базі сучасних моделей державно-приватного партнерства; створення та розвиток цифрових інфраструктур як основи використання переваг цифрового світу у повсякденному житті та платформи для досягнення ефективності економіки взагалі; розвиток поглиблення цифрових компетенцій підприємців для забезпечення їх готовності до використання цифрових можливостей, а також подолання супутніх ризиків; розвиток цифрового підприємництва, створення відповідних інфраструктур для підтримки та розвитку інноваційної діяльності, а також впровадження механізмів зондування, стимулювання та підтримки.

Мета впровадження стимулів та мотивацій проста: заохотити бізнес, підприємців та громадян споживати й використовувати інформаційно-комунікаційні та цифрові технології, тобто зробити так, щоб технології в

Україні були доступні, цифрові інфраструктури викликали бажання та мотивацію до них підключатися та ними користуватися, а бажання модернізувати, оптимізувати, масштабувати, прискорити та розвинути власний бізнес й життєдіяльність, змогли реалізуватися та стати основою цифрової економіки.

Цифрові інфраструктури – комплекс технологій, продуктів та процесів, що забезпечують обчислювальні, телекомунікаційні та мережеві можливості на цифровій основі. Цифрові інфраструктури є основою цифрової економіки.

Блокчейн – програмного-комп'ютерний алгоритм децентралізованого публічного або приватного реєстру чи бази даних функціонування якої забезпечують шляхом взаємодії через Інтернет однорангової мережі, або будь-яким способом, що гарантує належний криптографічний захист усіх записів, трансакцій, проведених з використанням відповідної технології.

Таким чином, у зв'язку з стрімким впровадженням цифрових технологій формування цифрових навичок підприємців набуває особливого значення. Цифровізація та багатомірність на сьогодні є головними трендами на загальному ринку праці. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій та професій, тобто наскрізним або багатоплатформним. Завдяки використанню он-лайн та інших технологій підприємці можуть більш ефективно набувати знань, вмінь та навичок у багатьох інших сферах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Кабінет Міністрів України.
2. Цифрова адженда України – 2020.
3. URL: [https://prostir.wikia.org/uk/wiki/Координаційна\\_рада\\_з\\_цифрової\\_економіки](https://prostir.wikia.org/uk/wiki/Координаційна_рада_з_цифрової_економіки)
4. План заходів щодо реалізації концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки.

### **ГРУПУВАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА РІВНЕМ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ДО КРАЇН ЄВРОПИ**

Горожанкіна Н. А.

Дослідження торговельно-економічного співробітництва України з країнами Європи є однією з найактуальніших тем сьогодення. Країни Європи є досить важливими партнерами для України. Але для повноцінного співробітництва існують негативні фактори, що пов'язані із нестабільністю курсу національної валюти, нераціональною структурою вітчизняного експорту, низькою конкурентоспроможністю українських товарів та послуг для перенасиченого ринку країн Європи, на якому спостерігається дуже висока конкуренція.

Групування за статистичними показниками дозволяє визначити проблемність відповідного регіону з того чи іншого параметру щодо інших адміністративно-територіальних одиниць.

Показники, що досліджуються, за рівнями експорту розподілено на наступні категорії: низький до 0.99 %, середній 1.0–4.99 %, високий 5.0–7.99 %, значний понад 8 % (таблиця 1).

Таблиця 1

**Групування областей України за показниками експорту відносно країн Європи станом на 2016 рік (складено автором за даними [1])**

Рівні експорту товарів	Області України	Співвідношення експорту областей відносно країн Європи, %	Експорт областей відносно країн Європи, млн. дол. США
Низький до 0.99%	Херсонська	0,591 944	102 594,6
	Чернівецька	0,586 135	101 587,9
Середній 1.0–4.99%	Кіровоградська	1,082 118	187 550,7
	Київська	4,916 957	852 197,8
	Одеська	4,759 509	824 909,2
	Полтавська	4,539 336	786 749,1
	Луганська	2,241 117	388 426,2
	Тернопільська	1,798 927	311 786,6
	Волинська	3,393 425	588 142
	Рівненська	1,616 287	280 131,8
	Сумська	2,11 989	367 415,3
	Чернігівська	1,285 447	222 791,2
	Черкаська	1,607 021	278 525,9
	Івано-Франківська	2,482 209	430 211,8
	Житомирська	2,300 037	398 638,1
	Хмельницька	1,262 692	218 847,4
	Вінницька	2,569 241	445 296
	Високий 5.0–7.99 %	Харківська	3,823 607
Запорізька		7,96 833	1 381 056
Миколаївська		6,144 862	1 065 016
Закарпатська		7,594 278	1 316 226
Значний понад 8.0 %	Львівська	7,947 576	1 377 459
	Донецька	13,87 429	2 404 666
	Дніпропетровська	13,49 476	2 338 887
	Загальна сума	100 %	17 331 812

За вищезазначеними показниками Херсонська та Чернівецька області найменш забезпечені відносно країн Європи. Наприклад у Херсонській області найбільше розвинене сільське господарство, яке належить до основних галузей економіки, адже область забезпечена значною кількістю орних земель, та займає перше місце серед інших областей України, завдяки цьо-

му розвивається експортний потенціал. При аналізі експорту з Чернівецької області, встановлено, що серед товарів переважає деревина та вироби з деревини, що є не достатнім за для випередження серед інших областей України.

До середнього рівня за експортом належать 16 областей країни. Кожна область має основну експортно-орієнтовану продукцію, яка користується попитом в країнах Європи. Наприклад, Кіровоградська область постачає до країн Європи олію та рослинні жири, продукти тваринного походження, Вінницька – продукти рослинного походження та готові харчові продукти, Харківська – машини, обладнання та механізми та електротехнічне обладнання, Київська – вироби з паперової маси, з каучуку та гуми, Івано-Франківська – продукцію харчової промисловості, механічні та електричні машини, Одеська – жири та олії тваринного або рослинного походження, зернові культури, тощо.

До високого рівня за експортом належить 4 області України: Запорізька, Миколаївська, Закарпатська та Львівська.

Запорізька область має великий науково-технічний і виробничий потенціал, є значним виробником якісної та надійної високотехнологічної продукції, яка є основним та провідним напрямком щодо постачання європейських ринків. В структурі експорту товарів з Миколаївської області переважають зернові культури, глинозем, машинобудування, насіння і плоди олійних рослин та готові харчові продукти. Головними товарами у напрямку експорту з Закарпатської області є машини, обладнання та механізми, текстильні матеріали та вироби, деревина і вироби з деревини. Завдяки позитивному географічному розташуванню області, активно розвиваються торговельно-економічні відносини з європейськими країнами. У Львівській області провідними за експортною структурою є товари, електричні машини, жири та олії, меблі, деревина і вироби з деревини, зернові культури.

До значного рівня за експортом належать 2 області України: Дніпропетровська та Донецька. У Дніпропетровській товарній структурі експорту переважають недорогocінні метали – чорні метали та вироби з них, алюміній, мідь, нікель, олово, свинець, цинк, мінеральні продукти – руди, природний газ, сіль та сірка, продукція машинобудівного комплексу – машини, електротехнічне обладнання, засоби наземного транспорту, продукція агропромислового комплексу – продукти тваринного та рослинного походження.

Донецька область входить в групу значних за рівнем експорту областей, навіть в той момент, коли на її території відбуваються воєнні дії, найбільше експортуються чорні метали, машинобудівна продукція та харчова продукція. З 2014 року кількість експорту значно зменшилась.

### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

## ДОХОДИ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗОВОГО СТАНУ ЕКОНОМІКИ

Корягіна Т. В.

Економіка країни може бути представлена як система, в якій взаємодіють різні економічні сектори. Визначальним, серед них є домогосподарства. Домогосподарство визначається економічна одиниця, що складається з однієї або більше осіб, яка володіє ресурсами, постачає ними економіку та використовує отримані за це доходи для купівлі товарів і надання послуг, які задовольняють матеріальні потреби його членів [1, 161].

Роль домогосподарств в економічному розвитку суспільства розкривається через функції, що вони виконують в економічній системі. Вирішальною функцією є постачання факторів виробництва. Найважливішим фактором виробництва, що постачають домогосподарства є робоча сила, її здатність до праці. Кожна особа, працюючи на підприємстві, в установі, а також здійснюючи індивідуальну трудову діяльність, створюючи товари та надаючи послуги, приносить суспільну користь, забезпечуючи процес виробництва ресурсом праці. Використовуючи засоби виробництва, що є в їх розпорядженні, з метою створення товарів та послуг, їх власники тим самим постачають такий фактор виробництва, як капітал.

Для суспільного виробництва домогосподарства постачають капітал у формі грошових ресурсів, здійснюючи вклади на депозити в банківських установах, купуючи акції підприємств та облігації.

В умовах України, населення також є великим власником земельного ресурсу, мова йде про землі сільськогосподарського призначення. Власники землі або самотійно її оброблюють, створюючи сільгосппродукцію, або надають цю землю в оренду великим господарствам.

В ринковій економіці використання факторів виробництва приносить їх власникам відповідні факторні доходи. Розмір цих доходів прямо пропорційно залежить від загальної ефективності суспільного виробництва і ілюструє рівень розвитку економіки країни. З метою зниження рівня соціальної напруги у суспільстві та підтримки окремих верств населення, уряди країн виплачують громадянам трансферти. Трансфертні виплати можуть бути значним джерелом доходів громадян, особливо в умовах загально низького рівня доходів населення країни.

Основні складові доходу домогосподарств можуть бути об'єднані в такі групи:

- 1) заробітна плата;
- 2) дохід від здійснення підприємницької діяльності, що залишається в користуванні власників капіталу;
- 3) дохід власника капіталу, що вкладений у основні засоби, цінні папери чи інші відповідні фонди;
- 4) доходи окремих суб'єктів за рахунок трансфертів з державного бюджету;
- 5) інші доходи (спадок, аліменти, гонорари) [2]

Окремою групою доходів домогосподарств України залишається джерело надходження від особистого підсобного господарства. Таким чином, сукупний дохід домогосподарства — це вся сума доходів, які воно отримує в грошовій чи натуральній формі з будь-яких джерел.

Оцінюючи доходи домогосподарств України зазначимо, що в 2019 р. вони склали 3699 млрд. грн., що на 13,9 % (або на 479 млн. грн.) більше за доходи 2018 р. Таке зростання заслуговує позитивної оцінки, оскільки таке підвищення випереджало інфляцію, яка того року становила 4,1 % [3].

Необхідно відмітити, що в 2018 р. річне зростання доходів становило 21,4 %, отже в 2019 році в країні було уповільнення зростання добробуту населення країни.

У структурі доходів українців в 2019 р. найбільша питома вага припадає на заробітну плату – 47,4 % (1753 млн. грн.), на соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти – 31,7 % (1173 млн. грн.), на прибуток та змішаний дохід – 18,3 % (678 млн. грн.), на доходи від власності – 2,6 % (94 млн. грн.).

За 2019 р. розмір отриманої заробітної плати збільшився на 17 %, а розмір трансфертів на 11 %, з високою динамікою у 20 % зросли прибутки та змішані доходи населення. Доходи від власності підвищились за рік на 14 %.

Позитивної оцінки заслуговує збільшення прибутків та змішаних доходів населення найвищими темпами серед усіх джерел надходжень, про те значна питома вага трансфертних платежів свідчить про неефективність всієї економіки, в якій відсутні можливості заробляння достатнього рівня факторних доходів і населення є значно залежним від соціальних трансфертів.

Доходів, що отримують домогосподарства в Україні не вистачає на гідне життя та розвиток, про що свідчить неможливість робити заощадження в останні роки. В 2019 р. відбулось зменшення заощаджень населення на 116,2 млрд грн. Отже, відбувається використання раніше створених грошових запасів на фінансування поточної життєдіяльності.

З урахуванням вищезазначеного можемо стверджувати, що складові доходів громадян номінально зростають, про те це не впливає позитивно на зростання добробуту населення. Зростання вартості товарів та послуг, зростання витрат на забезпечення життєдіяльності призводять до знецінення доходів та зменшення заощаджень домогосподарств, що погіршує їх соціально-економічний стан.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Юрій С. І., Буян І. В., Березюк Р. М. та ін.* Економічна теорія: політична економія : підручник; за заг. ред. С. І. Юрія. К. : Кондор, 2009. – 420 с.
2. *Карпенко Н. В.* Розбалансованість у сфері доходів населення: регіональний аспект // Трансформація соціально-трудової сфери: сучасні виклики, тенденції, доміанти інноваційного розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Київ : КНЕУ, 2015. С. 30–33. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/11426>.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.10.2020).

## АНАЛІЗ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ КИТАЮ ДО УКРАЇНИ

Богородицька Г. Є., Танакова Г. Д.

Досить актуальною є проблема співробітництва країн у міжнародному просторі. Країни, що співпрацюють на міжнародному рівні мають економічні та політичні зв'язки між собою. Україна, як країна, що розвивається, приділяє неабияку увагу іноземним інвестиціям, тому вони швидко зростають. Як відомо станом на 2019 рік Україна загалом отримала іноземні інвестиції у розмірі 35 809,6 млн.дол.США.[1]. Інвестиції з Китаю до України, то Китай є великомасштабним інвестором. На початку 2019 року обсяг китайських інвестицій в Україну складав 34 млн.долл.США. На кінець 2019 року загальний обсяг інвестиції з Китаю становив 40 млн.дол.США. [1]. Китай набирає все більші та більши оберти у рамках співробітництва з Україною (табл. 1).

Таблиця 1

### Прямі інвестиції в Україну з Китаю (2015–2019 рр.)

Обсяги на 1 січня, (млн.долл.США)						
	2015	2016	2017	2018	2019	на 31 грудня 2019
Усього	38356,8	32122,5	31230,3	31606,4	32905,1	35809,6
Китай	21,0	18,6	16,6	17,8	34,1	40,0

Джерело: [1]

Партнерська діяльність України та Китаю, насамперед, має економічне підґрунтя. У результаті перерозподілу міжнародного балансу сил за участі Китаю видозмінюються існуючі інтеграційні блоки, виникають додаткові можливості для створення нових конфігурацій міжнародного партнерства. Спочатку китайські інвестиції були спрямовані на торгівлю, громадське харчування та малий бізнес. Проте, за останні роки між країнами були запуснені великомасштабні сповробітництва також в автомобільній промисловості. Саме цей процес став важливим поштовхом в економічному та технологічному співробітництві. Такі марки машин як “Chery”, “Geely” продавати автомобілі в Україні, відома фірма як “FAW Group” приступили до розробки, збірки та продажу вантажівок в Україні. Автомобільна компанія “Great Wall” також підписала генеральну угоду про збирання авто в Україні. В Україні почалося виготовлення та збирання китайських автомобілів. За статистичними даними відомо що частка китайських авто на українському ринку зросла до 3,6 %. Понад 90 % реалізованих в Україні в цьому році китайських автомобілів припало на три бренди: CHERY (793 шт.), HAVAL (306 шт.) і FAW (124 шт.) [2]. Китайські підприємства підписали близько 40 договорів . Одним із таких договорів є

Миколаївський цементний завод, “Huawei” та Українські телекомунікаційні системи [3].

В останні роки відносини в інвестиційній і торгівельній сферах між Україною і Китаєм швидко розвиваються, але в той же час кількість китайських інвестицій незначна. Тому для більшого ефекту необхідно вирішувати це питання шляхом збільшення китайських інвестицій. Ринок Китаю дуже багатий та різноманітний. Зацікавити ринок Китаю дуже складно, адже потужності цієї країни вистачає на вироблення майже усіх продуктів. Однак Китай бідний на аграрну продукцію, і Україна, як одна з найбагатших сільськогосподарських країн Європи, змогла зацікавити Китай. Вона постачає чимало сільськогосподарських товарів у Китай.

Китай зацікавлений багатьма українськими проектами для співпраці такі як :

- енергетика;
- медицина;
- освіта;
- харчова промисловість;
- науково-технічне співробітництво.

Китай та Україна показують, що торгівля, інвестиції, наукова й технічна діяльність, космос, авіація, сільське господарство, інфраструктура тощо є важливими напрямками розвитку співпраці та двосторонніх відносин. Сторони будуть активно сприяти обміну та співробітництву в галузі культури, освіти, охорони здоров'я, туризму й спорту, створювати сприятливі умови та поглиблювати співпрацю. Відповідно до національного законодавства, при спільній участі у міжнародних договорах сторони будуть захищати право інтелектуальної власності, співпрацювати з міжнародними фінансовими та економічними структурами. Зміцнення співпраці між Україною та Китаєм в галузі авіабудування. Державне підприємство «Антонов» може співпрацювати з китайськими авіаційними підприємствами, наприклад, для спільної розробки великого та серед нього транспортного літака, турбореактивного транспортного літака, виробництва літаків Ан-70, Ан-148, Ан-158.

Для реалізації великої кількості проектів запропоновано відкрити в Україні філії китайських банків для надання кредитів, відповідно рекомендовано відкриття філій українських банків у Китаї. Отже, наразі, в Україні кількість інвестицій незначні, але мають не мале значення для країни. Слід розвивати інвестиційний потенціал України та долучати ще більше китайських інвестицій для покращення фінансового становища як України, так і Китаю.

#### **Список використаних джерел:**

1. Держкомстат України URL: <http://ukrstat.org.uk>
2. Укравтодор URL: <https://ukravtodor.gov.ua>
3. Міністерство фінансів України URL: <https://www.kmu.gov.ua/catalog/ministerstvo-finansiv-ukraini>



# **ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ COVID-19**

Григораш О. В., Григораш Т. Ф.

З кінця 2019 року світ охопила епідемія вірусу COVID-19. Україна поповнила перелік країн поширення COVID-19 у березні 2020 року. Безумовно, кожна країна світу у більшій або меншій мірі стикнеться не лише із викликами, пов'язаними з загрозою життя, але і з наслідками соціального та фінансово-політичного характеру, викликаними кризою.

У цих тезах зосередимо увагу на сучасному бізнесі, який відчув на собі фінансово-економічні наслідки впливу вірусу COVID-19, пов'язані із скороченням виробництва через зниження купівельної спроможності населення. На час весіннього карантину більшість підприємств були змушені згорнути свою діяльність, окремі підприємства скоротили обсяги виробництва, а деякі суб'єкти діяльності змогли адаптуватися до карантинних умов та розширити свою діяльність, удосконаливши свої бізнес-моделі.

Виділено 5 областей, в яких запроваджено зміни бізнес-моделей: системи поставок, канали, ціннісні пропозиції, партнерства і перерозподіл ресурсів, відносини з клієнтами.

## **1. Досвід компаній в оптимізації систем поставок**

– Системи доставки з цифровою підтримкою. У великих містах Китаю продукти та інші товари, придбані онлайн, можуть бути доставлені всього за 20 хв після покупки. Це в значній мірі пов'язано з впровадженням цифрових технологій.

– Під час карантину в Ухані цифрові ритейлери зіткнулися з проблемою: як розширити можливості поставки в Ухань, не переміщуючи туди співробітників? JD.com і інші ритейлери відправляли транспортні засоби, керовані на основі штучного інтелекту, на кордон м. Ухань, завантажували місцеву карту і дистанційно (з Пекіна, приблизно на відстані 750 миль) доставляли товари.

## **2. Зростання частки онлайн в каналах продажів**

– Поєднання цифрової грамотності китайських покупців і вищезгаданих систем поставок з цифровою підтримкою дозволило організувати доставку додому необхідних товарів людям, що знаходяться в режимі самоізоляції.

– У США та Європі цифровий ландшафт має менш сприятливий вигляд, ніж в Китаї. Хоча споживачі в США готові робити покупки на Amazon і інших платформах електронної комерції, тільки 16% від загального обсягу продажів в 2019 року здійснювався на платформах електронної комерції - цей рівень досягнутий в Китаї чотирма роками раніше.

– Споживачі США набагато повільніше переходять на цифровий ринок, ніж китайці, в т.ч. логістика «останньої милі» для продуктової категорії ще не досягла стандартів, які спостерігаються у великих містах Китаю. У ресторанному бізнесі Uber Eats і інші компанії сильно відстають від китайської Meituan, Ele.me і багатьох інших подібних послуг в Китаї.

### **3. Зміни в ціннісних пропозиціях**

#### **Продукти першої необхідності та послуги**

– Доставка додому перетворилася з зручності в необхідність: під час цієї кризи в Італії кількість користувачів, що займаються доставкою додому продуктів онлайн, з лютого по березень подвоїлася. У Китаї, провідна служба доставки продуктів харчування Meituan, збільшила кількість замовлень на доставку в чотири рази.

– Мережа гамбургерів Fuddruckers в умовах браку хліба в продуктових магазинах, почала випічку і продаж хліба безпосередньо споживачам.

#### **4. Нові партнерства, перерозподіл ресурсів**

– У зв'язку з тим, що споживачі, які традиційно купували багато продуктів харчування офлайн, переходили на цифрові технології практично миттєво, системи поставок електронної комерції несподівано зіткнулися з нестачею персоналу. Freshippo, дочірня компанія Alibaba, що займається продажем продуктів харчування, вирішила цю проблему, найнявши працівників закритих ресторанів і торгових точок для обслуговування своїх систем поставок.

– Таким же чином платформа доставки ресторанної їжі MTDP розширила свій сервіс до доставки товарів повсякденного попиту, уклавши договори з більш ніж 7 000 універсальними супермаркетами на обробку цифрових замовлень і доставку товарів окремим споживачами [1].

#### **5. Відносини з клієнтами, %**

– У Шеньчжені, де співробітникам було запропоновано не користуватися громадським транспортом, компанія по здачі авто в оренду сфокусувалася на моніторингу соціальних мереж і виявленні нових потреб. Компанія зробила ринку таку пропозицію: «Орендуєш п'ять днів, отримай один безкоштовний», це давало можливість оплачувати використання авто по будням для поїздок на роботу і тримати машину по суботах для безпечного виконання особистих завдань [2].

– Багато банків надали позичальникам кредитні канікули

Не менш важливим, в тому числі для клієнтів, є прояв лояльності компанії своїм співробітникам:

Наприклад, багато ресторанів перерозподіляють персонал на доставку продуктів, а не звільняють його. Sugarfish, мережа суші-ресторанів в Нью-Йорку і Лос-Анджелесі, заявила клієнтам, що буде перерозподіляти всіх тимчасових співробітників для виконання персоналізованих доставок, а не для аутсорсингу послуг доставки [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. *Ted Waldron and James Wetherbe* (2020) Ensure That Your Customer Relationships Outlast Coronavirus URL: <https://hbr.org/2020/04/ensure-that-your-customer-relationships-outlast-coronavirus>

2. *Rachel Diebner, Elizabeth Silliman and Maxence Vancauwenberghe* (2020) Adapting customer experience in the time of coronavirus URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights>

## НЕОБХІДНІСТЬ УПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Ватченко О. Б., Шаранов Р. С.

Підприємство, як бізнес-система, перебуває під впливом постійних змін як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Пандемія COVID-19 викликала безпрецедентну кризу в економіці всіх країн. Найбільше нова криза вдарила по країнах, що розвиваються. Україна, на жаль, входить до переліку цих країн. За розрахунками МВФ, з цих країн вивели близько 100 млрд дол. іноземних інвестицій – це втричі більше, ніж за аналогічний період під час економічної кризи 2008–2009 рр. [1]. Таким чином, запровадження ефективного механізму антикризового управління, дозволить підприємствам не тільки зменшити розмір можливого збитку, що виникає в кризовій ситуації, а й підвищити їх інноваційний і стратегічний потенціал, та підсилити адаптаційні можливості підприємств зі зміцненням їх конкурентних позицій.

Антикризове управління, зокрема його механізм, досліджували такі науковці, як І. Бланк, О. Василенко, Т. Гавриленко, Е. Коротков, Л. Лігоненко, О. Павлов, А. Погребняк, Т. Сак, Т. Хвелицька, А. Чернявський та інші. Проте, з огляду на теперішню ситуацію та посилення кризи, це питання потребує подальшого дослідження.

Метою даної роботи є дослідження необхідності механізму антикризового управління в умовах посилення криз на підприємствах.

За час існування України як незалежної країни стан економіки тривалий час характеризувався як кризовий. Серед найбільших кризових потрясінь в економіці України за останнє десятиліття варто виділити наслідки світової економічної кризи 2008 р. та військовий конфлікт на сході 2014 р. Крім того, пандемія COVID-19 завдала світовій економіці руйнівний удар, викликавши найглибшу рецесію з часів Другої світової війни. Світовий банк прогнозує падіння світової економіки на 5,2 % в 2020 р. В країнах з розвинутою економікою в 2020 р. очікується зниження економічної активності на 7 %. У країнах з ринком, що формується і країнах, що розвиваються в цьому році прогнозується спад на 2,5 % - перша всеосяжна рецесія в цій групі країн, як мінімум, за шістьдесят років [2]. Від введення карантину в першу чергу постраждав малий бізнес, який стрімко втрачає ринки збуту і можливість займатися господарською діяльністю.

Фінансовий результат господарювання підприємства, що виступає у формі прибутку або збитку, відображає ефективність його операційної, фінансової, інвестиційної діяльності. Все це негативно вплинуло на розвиток малого бізнесу, що становить 99,1 % всіх підприємств в Україні. Серед підприємств, які отримали найбільше збитку в 2018 р. можна виділити підприємства, які працюють в фінансових та страхових сферах (35,5 %), в сферах операцій з нерухомим майном (36,4 %) та в сфері мистецтва, спорту та розваг (36,5 %) [3].

Підприємництво є основним фактором розвитку сучасної економіки. Але більшість підприємств в Україні останніх років мають негативний фінансовий результат, що говорить про проблеми в діяльності підприємства, які пов'язані як з внутрішніми, так і зовнішніми факторами впливу. Отже, оборотний капітал підприємства не формується в тому обсязі, який було заплановано. У зв'язку з цим актуальності набуває запровадження механізму антикризового управління на підприємствах.

З метою забезпечення ефективної протидії кризовим явищам процес антикризового управління необхідно здійснювати поетапно з урахуванням стадій протікання кризи на підприємстві – докризовій, кризовій та посткризовій.

На докризовій стадії головна мета антикризового управління – зменшити ризики, які можуть спричинити кризу (1–3 етапи).

Друга стадія – кризова. Мета цієї стадії полягає в визначенні і стримуванні кризи та недопущення банкрутства підприємства (4–6 етапи).

Посткризова стадія настає після завершення кризи. На цій стадії проводиться оцінка дій з управління кризою та реалізація заходів недопущення повторення кризи (7–8 етапи).

Нами були сформовані загальні етапи антикризового управління:

1. Проведення діагностики з метою раннього виявлення симптомів кризової ситуації.
2. Визначення мети, завдань та складання плану антикризового управління.
3. Розробка превентивних заходів антикризового управління.
4. Формування стратегії антикризової діяльності підприємства.
5. Розробка антикризової програми, яка являє собою сукупність заходів, що мають бути вжиті для досягнення визначених цілей та задач антикризового управління.
6. Впровадження антикризової програми у господарську діяльність та контроль за її виконанням.
7. Оцінка посткризового стану підприємства.
8. Розробка і реалізація заходів щодо запобігання повторення кризи.

Таким чином, запровадження механізму антикризового управління допоможе підприємствам не тільки подолати виклики сьогодення, а й забезпечити стабільність в майбутньому.

### **Список використаних джерел:**

1. Наскільки впаде економіка та як цьому запобігти. Інформаційне Агентство 112.ua : URL: <https://ua.112.ua/mnenie/naskilky-vpade-ekonomika-ta-iak-tsomu-zapobihty-535154.html>

2. COVID-19 to Plunge Global Economy into Worst Recession since World War II. The World bank : URL: [https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii?cid=ECR\\_FB\\_worldbank\\_EN\\_EXT](https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii?cid=ECR_FB_worldbank_EN_EXT)

3. Економічна статистика діяльності підприємств. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## НАСЛІДКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПЛАНУ ДІЙ BEPS ЩОДО ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Гриненко Ю. І.

В межах боротьби з міжнародними схемами розмивання податкової бази Україна приєдналась до Плану BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) [1] – проект Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР), що має 15 кроків, 3 з яких стосуються трансфертного ціноутворення.

Пошук ефективних форм та юридичного захисту контрольованих операцій підвищує роль трансфертного ціноутворення та спрямований на забезпечення достатньо кваліфікованого рівня контролю трансфертної документації, зниження ризиків застосування фінансових санкцій за порушення умов трансфертного ціноутворення, запобігання випадків порушення трансфертного законодавства, зловживань з фінансовими ресурсами та захист інших прав учасників економічних відносин.

Метою Плану дій BEPS є ефективне запобігання міжнародному ухиленню від сплати податків. BEPS прагне за допомогою встановлення міжнародних податкових правил ускладнити (унеможливити) виток прибутків корпорацій з країн їх реальної економічної активності, країн — джерел їх створення.

Робота над Планом дій BEPS триває з 2013 р. та побудована на трьох фундаментальних принципах:

- забезпечення узгодженості локального (місцевого) регулювання в частині його впливу на транскордонну (зовнішньоекономічну) діяльність;
- посилення вимог до існуючих міжнародних стандартів з метою вирівнювання оподаткування із місцем економічної діяльності та утворення вартості;
- підвищення прозорості та визначеності для підприємств і держав.

Стандарти з питань оподаткування, які задаються в рамках виконання Плану дій BEPS, фактично мають стати загальносвітовими стандартами у сфері оподаткування та визначатимуть подальший шлях розвитку в цій сфері як мінімум на наступні десятиріччя.

Умовно 15 дій Плану дій BEPS можна розділити на три категорії [2]:

- узгодженість та повнота національних податкових правил, які впливають на міжнародну активність компаній;
- зосередження на вимогах щодо сутності угод (операцій);
- підвищення прозорості та визначеності.

Пакет заходів з Плану дій BEPS складається з 13 документів (звітів), у яких розглядаються рекомендації щодо виконання відповідних 15 дій з Плану дій BEPS (з яких два документи та чотири дії прямо стосуються питань трансфертного ціноутворення).

Удосконалено контроль за трансфертним ціноутворенням з імплементацією положень 8–10, 13 кроків Плану дій BEPS, який стосується:

- контролю за розподілом функцій, ризиків та нематеріальних активів всередині групи компаній;

– правил для операцій з сировинними товарами шляхом виключення обмеження на застосовування виключно біржових котирувань певних бірж та надання можливості використовувати котирувальні ціни на такі товари;

– запровадження трирівневої структури документації для міжнародних груп компаній, яка включає в себе документацію з трансфертного ціноутворення (локальний файл), глобальну документацію (майстер-файл) та звіт у розрізі країн (country-by-country reporting) - відповідно до визначених критеріїв компанії повинні будуть подавати 2 додаткових документа: глобальну документацію (майстер-файл) та звіт у розрізі країн (country-by-country reporting).

Планом дій BEPS визначено підходи й методологічні принципи вдосконалення податкового законодавства [3]:

1) комплексне розв'язання проблеми протидії небажаному перемищенню податкової бази, що ґрунтується на гармонізації законодавства з трансфертного ціноутворення, контрольованих іноземних компаній, резидентського статусу платника, використання фінансових інструментів тощо;

2) розкриття ланцюгів створення вартості в бізнесі платника податків, на основі чого здійснюється справедливий розподіл податкових вимог між державами;

3) пріоритет економічного змісту над юридичною формою; аналіз суттєвої діяльності платника податків, у результаті якого встановлюється відповідність доходу платника податку економічній активності, котра приносить цей дохід;

4) подальше розроблення методик протидії застосуванню низькоподаткових юрисдикцій;

5) зосередження уваги на проблемі зловживання положеннями договорів про уникнення подвійного оподаткування та ролі цих договорів у процесах виведення прибутку в низькоподатковій юрисдикції;

6) визнання пріоритету комплексного підходу до проблеми, ролі прозорості й ефективного обміну інформацією між податковими органами, взаємодії з платниками податків у частині розкриття схем агресивного податкового планування фіскальними органами.

Передбачається, що завдяки рекомендаціям, затвердженим у межах Плану дій BEPS, правила трансфертного ціноутворення стануть об'єктивнішими, а діяльність ТНК – прозорішою. До того ж наявність такого масиву даних дасть можливість податковим органам удосконалювати методики виявлення недобросовісних платників податків, а також визначати передумови до перевірок, що сприятиме підвищенню ефективності податкового контролю в цій сфері. У зв'язку зі зростанням зацікавленості фіскальних органів і платників податків у запобіганні негативним наслідкам використання трансфертного ціноутворення в останні роки постає питання важливості завчасного виявлення ризиків такого ціноутворення. Аналіз світового досвіду підтверджує ефективність цього підходу, адже за допомогою вказаного аналізу здійснюється відбір контрольованих операцій для

проведення перевірок, а також окреслюється коло питань, які повинні бути досліджені під час податкової перевірки.

#### **Список використаних джерел:**

1. OECD (2013), Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting. – OECD Publishing. – 2013. – 43 p.
2. Курілов Є., Кругляк В. Приєднання України до плану BEPS. Вісник. Офіційно про податки. 2017. № 41. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100006198-priyednannya-ukrayini-do-planu-beps?issue=5619>.
3. Міністерство фінансів України: Рекомендації з реалізації Плану дій з BEPS (мінімальні стандарти) URL: [https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/2017\\_Roadmap\\_BEPS\\_UKRAINE\\_ua.pdf](https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/2017_Roadmap_BEPS_UKRAINE_ua.pdf)
4. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 грудня 2010 року URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

### **ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Шнуренко Н. О., Циклаурі Н. К.

Радикальні соціально-економічні перетворення в економіці країни, зміна форми власності державних підприємств на приватну, нові взаємо-відносини підприємств з бюджетом, банками, іншими суб'єктами господарювання призвели до різкого погіршення фінансового стану і до втрати платоспроможності багатьох підприємств. Тому, у цій ситуації особливої актуальності набуває оцінка платоспроможності підприємств та пошук шляхів її відновлення, оскільки жодне підприємство в сучасних умовах не застраховане від становища, коли воно не зможе розрахуватися за своїми боргами і зазнає фінансового краху [1].

Про стійкий фінансовий стан підприємства свідчить його спроможність вчасно розраховуватись з поточною заборгованістю, підтримувати платоспроможність у несприятливих обставинах, збільшувати обсяги реалізації та отримувати прибуток. Фінансова стійкість забезпечує стабільну платоспроможність на перспективу, в основі якої лежить збалансованість активів і пасивів, доходів і витрат та грошових потоків.

Основними причинами неплатоспроможності можуть бути: прорахунки у вивченні міжнародних ринків продукції, яка пропонується підприємством, невиконання зовнішньоекономічних контрактів за строками поставок продукції, порушення її структури та асортименту, зниження якості, підвищення собівартості продукції, втрата каналів реалізації і постійних покупців, замовників в умовах міжнародної конкуренції, неплатоспроможність самих покупців і замовників з різних на це причин, невиконання плану прибутку і нестаток власних джерел фінансування підприємства, неврахування процесів глобалізації і, як наслідок тиску конкурентів, зміни попиту та інфляційних процесів, неврахування змін податкової політики, значне відволікання коштів у дебіторську заборгованість та надлишкові виробничі запаси, низьке обертання оборотного капіталу.

На фінансову стійкість підприємства впливають такі фактори: стан підприємства на товарному ринку, конкурентоспроможність продукції (робіт, послуг), ділова репутація підприємства, залежність підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів, наявність неплатоспроможних дебіторів, ефективність господарських і фінансових операцій [2].

Фінансова стійкість – це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у зовнішньому і внутрішньому середовищі, яке змінюється; що гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах припустимого рівня ризику.

Основними показниками, які використовуються вітчизняними та зарубіжними вченими для оцінки фінансової стійкості підприємства є: коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнти забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами, коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу (коефіцієнт фінансової стійкості), коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу (коефіцієнт фінансового ризику; фінансування, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, коефіцієнт співвідношення реальних активів і вартості майна, коефіцієнт поточних зобов'язань, коефіцієнт довгострокових зобов'язань, коефіцієнт співвідношення необоротних і власних коштів [3].

Вважаємо, що для поліпшення показників підприємству необхідно збільшити обсяг власних фінансових ресурсів, визначити найбільш оптимальне співвідношення складників капіталу, за якого підприємство зможе вільно маневрувати та ефективно використовувати гроші, забезпечуючи тим самим безперебійний процес виробництва та реалізації продукції.

Тому, в умовах складної фінансово-економічної ситуації в Україні, яка пов'язана зі зовнішніми глобальними проблемами та внутрішніми складними політично-економічними питаннями, підприємству необхідно вжити усіх можливих заходів щодо стабілізації фінансово-господарської діяльності. З цією метою необхідно проводити постійний моніторинг та оперативний аналіз показників платоспроможності. У системі антикризового управління зазначені групи показників вказують, за якими конкретними напрямками треба вести роботу, дають можливість виявити найбільш важливі аспекти і найбільш слабкі позиції у фінансовому стані на конкретному підприємстві.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Халатур С. М., Бровко Л. І., Моруга Т. О.* Методологія оцінки ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств. Економічна наука. 2017. № 19. С. 56–60.
2. *Борецька Н. П., Міщенко К. В.* Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства. Економічна наука. 2016. № 20. С. 63–66.
3. *Козлова О. С.* Методика оцінки фінансової стійкості підприємств. Економічні науки. 2017. № 10. С. 914–918.



## СТРАТЕГІЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Ворона К. М.

З розвитком світової економіки, сфери банківських послуг та фінансових інновацій вимагається від керівництва та менеджерів підприємств більшої уваги до розв'язання стратегічних проблем, обумовлених перспективами розвитку підприємства. Управління будь-яким підприємством в умовах ринкової економіки неможливе без планування господарської діяльності на всіх рівнях: стратегічному, оперативному, тактичному. Найважливішим є стратегічний рівень, на якому приймаються надзвичайно важливі для подальшого розвитку підприємства управлінські рішення.

У науковій літературі дослідженням стратегічних управлінських рішень займалися такі науковці, як: Гаркуша Н. [1], Головка Т. [2], Міщенко А. [3], Склабінська А., Шершньова З. та інші. Однак, механізм прийняття стратегічних управлінських рішень ще недостатньо розроблений і неоднозначно трактується у науковій літературі.

Будь-яке підприємство для реалізації ефективної своєї діяльності визначає цілі, досягнення яких можливе лише в результаті дій, які виконуються в певній послідовності і є способом вирішення окремих та часткових завдань. Так, плануючи діяльність суб'єкта господарювання менеджери визначають його цілі, способи їх реалізації та ресурси, необхідні для їх успішного досягнення [2].

У процесі діяльності, керівництвом приймаються рішення щодо організаційної структури, організації виробничого процесу, розподілу робіт та забезпечення їх необхідними засобами тощо. Контроль передбачає прийняття рішень щодо вибору системи контролю (періодичності, масштабів, форм контролю), аналізу отриманої інформації та здійснення корегуючих дій. Від того, наскільки обгрунтованими будуть ці рішення, залежатимуть успіх чи невдача підприємства [3].

Процес управління будь-яким підприємством складається із економічних рішень. Ці рішення з'являються у процесі руху усіх ресурсів, що забезпечують бізнес підприємства. Таким чином, під управлінським рішенням розуміють результат аналізу, прогнозування, оптимізації здійснений менеджером для досягнення поставлених цілей організації.

Стратегічні управлінські рішення стосуються вибору основних напрямків діяльності, освоєння нових ринків, технологій, продуктів, формулювання та впровадження нових стратегій, які піднімуть підприємство на конкурентний рівень діяльності, виробництва. Діапазон рішень, які приймаються на рівні підприємства, визначається масштабами виробництва, які враховують галузеві потреби, перспективи розвитку підприємства та інші фактори.

Прийняття стратегічних управлінських рішень на підприємствах, перш за все, стосується освоєння нових технологій та видів продукції, зміни форми власності, впровадження інновацій.

Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього та зовнішнього середовища, в якому знаходиться підприємство. Аналіз середовища передбачає вивчення як макрооточення, безпосереднього оточення організації, так і внутрішніх факторів її розвитку. Підприємство постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем і тим самим забезпечує можливість свого подальшого існування.

Прийняття стратегічних управлінських рішень неможна уявити без проведення стратегічного аналізу, який розглядається як виконання відповідної функції управління, орієнтованої на перспективу і такої, що має високий рівень невизначеності та як дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан.

Стратегічний аналіз – це комплексний аналіз позитивних і негативних факторів, які можуть впливати на економічне становище підприємства у майбутньому, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства. За допомогою стратегічного аналізу розробляється комплексний стратегічний план розвитку підприємства.

Загальнонаукові методи і прийоми є універсальними і можуть застосовуватися у будь-якій сфері економіки, техніки, мистецтва. До методів і прийомів цієї групи належать індукція, дедукція, аналіз, синтез, порівняння, аналогія, спостереження, моделювання, абстрагування, конкретизація, оцінка, класифікація та ін. [1].

Велике значення для успішної ліквідації проблеми має використання методів контролю за виконанням рішення. З їх допомогою можна своєчасно виявити відхилення від наміченого плану дій або помітити недоліки самого рішення і внести в нього потрібні зміни. Залежно від змісту рішення корисними можуть бути методи фінансового контролю, оперативного контролю за виробництвом, контролю якості тощо.

Отже, у сучасний період складаються об'єктивні фактори, що призводять до ускладнення завдань прийняття управлінських рішень. Сучасна соціально-економічна ситуація в Україні характеризується досить високим рівнем складності відносин, невизначеності інформації про характеристики економічних об'єктів, динаміку процесів, що відбуваються. Розширюються масштаби соціально-економічної взаємодії, більш складними й розгалуженими стають економічні, фінансові, соціальні, інформаційні, технічні, організаційні зв'язки, все це вимагає пошуку нових методів прийняття стратегічних управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Гаркуша Н. М., Цуканова О. В., Горошанська О. О.* Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навч. посібник. Київ: Знання, 2016. 591 с.
2. *Головка Т. В., Сагова С. В.* Стратегічний аналіз : навч.-метод. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 198 с.
3. *Мищенко А. П.* Стратегічне управління. навч. посібник. Дніпропетровськ : вид-во ДУЕП, 2017. 332 с.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Ільченко В. М., Кисельов В. Р.

Розвиток соціального підприємництва на сьогоднішній день виступає важливим напрямом в умовах глобалізації світової економіки, адже має на меті не отримання прибутку, а орієнтацію на підтримку уразливих соціально-економічних груп населення. Соціальне підприємництво стимулює вирішення нагальних питань суспільства на локальному рівні, що в свою чергу, допомагає урядам проводити дієву державну політику, спрямовану на соціально-економічний розвиток. Саме тому поява соціального підприємництва стає дедалі більшою в країнах світу, вирішуючи питання соціальної захищеності громадян, безробіття та є альтернативним шляхом пом'якшення гострих суспільних проблем.

Сучасні умови світового економічного розвитку дозволяють визначити декілька концептуальних ознак соціального підприємництва, до яких можна віднести інновації, соціальний вплив, масштабність, фінансову стійкість та підприємницький підхід. Відтак, саме інновації впливають на підвищення соціального впливу за рахунок застосування нових та унікальних підходів, що дозволяє вирішувати соціальні проблеми. Ознака масштабності говорить про поширення діяльності соціального підприємництва та є базисом для фінансової стійкості, яка ґрунтується на врегулюванні соціальних питань за рахунок власних доходів від діяльності. І, нарешті, підприємницький підхід являє саме ту ознаку, що дозволяє створювати та акумулювати нові ресурси та можливості, виявляти та коригувати недоліки ринку, що в своїй купі позитивно вплине на суспільство в цілому [1].

Щодо формування єдиної концептуальної основи соціального підприємництва як в Україні, так і в світі, на сьогодні існують певні розбіжності, проте на нашу думку, можна виділити три основні підходи.

Соціальне підприємництво відносять до неприбуткових недержавних організацій. І такий підхід є особливо поширеним в країнах Південної та Північної Америки через традиції самоорганізації населення. Суть в тому, що основна мета даного підходу – це поліпшення якості життя цільової групи населення за рахунок діяльності соціального підприємництва, яка спрямована на реалізацію статутних цілей. Суб'єктами концептуального підходу є, власне, неприбуткові організації, тому соціальні проблеми швидко вирішуються за рахунок фінансування від цільової групи населення.

Європейський погляд нам говорить про те, що соціальне підприємництво розвинуте ще досить слабо і виступає як форма бізнесу з соціальною місією.

Другою ознакою можна виділити те, що соціальне підприємництво має на меті зміну пріоритетів бізнес-діяльності, де найголовнішим є соціальний ефект. Дана ознака притаманна Британії, де важливою формою організації діяльності – є колективна форма власності, спрямована на вирішення питань цільової спільноти. Дана основа соціального підприємництва ґрунтується на роботі бізнес-діяльності з соціальною місією як головного суб'єкта [2].

Проаналізувавши розвиток соціального підприємництва в світі, автори вважають за необхідне виділити третій підхід, який є концептуальною основою соціального підприємництва в світовій економіці. Відтак, можна сказати про те, що соціальне підприємництво є діяльністю, що спрямована на відновлення соціальної справедливості. Це витікає, власне, зі специфіки діяльності міжнародних суспільних фондів, які й створені з метою популяризації цього напрямку. На нашу думку, роль соціального підприємця, який є певним новатором та рушійною силою в соціально-економічному колі питань, в даному підході є найважливішим. Власне, вони й виступають суб'єктами даного підходу з місією залучення нових ресурсів, обміну досвідом та пошуком соціальних інновацій [3].

Концептуальна основа соціального підприємництва Японії, Канади та США демонструє наявність регулювання на рівні звичайних підприємств благодійництва, а Великої Британії – соціальних інвестицій. При цьому, варто зазначити, що концепція Франції, Австрії та Німеччини в соціальному підприємстві визначається саме адресними соціальними допомогоюми, програмами та проектами.

Відтак, проаналізувавши концептуальні основи соціального підприємництва у світовій економіці на сьогоднішній день можна дійти висновку про те, що будь-який досвід, який був успішно втілений в одній країні, не може бути так само успішний в іншій. Потрібна певна адаптація до умов економічного та соціального розвитку держави, до державної політики, законодавства, підтримки та вмотивованості громади. На нашу думку, вироблення національних стратегій розвитку соціального підприємництва на середньостроковий період є головним аспектом розвитку соціального підприємництва, який би скоординував ресурси зацікавлених сторін – влади, громади, бізнесу. Саме скоординована робота залучених у процес людей та інститутів зі стабільним державним фінансуванням соціальних проектів сприятиме системному вирішенню суспільних та економічних проблем.

Отже, світовий досвід концептуальних основ соціального підприємництва є орієнтиром, який показує куди треба рухатися державі, підприємствам та громаді. Лише прозорі державні гарантії та сприятливий клімат в державі в змозі змусити бізнес взяти на себе частину соціального тягаря та мати соціальну орієнтованість.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Fil. Dr. Jan-U. Sandal* Institute URL : <http://www.janusandal.no/en/>
2. *Keohane Georgia Levenson*. Social Entrepreneurship for the 21st Century. Innovation Cross the Nonprofit, Private, and Public Sectors, New York: mc Graw Hill, 2019, p. 151.
3. *Березяк І. І.* Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”*. Серія “Економіка”: збірник наукових праць / ред. кол.: І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог : Видавництво Національного університету “Острозька академія”, 2018. – Випуск 25. – С. 31–36.

# ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНИХ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ

Пльонсак А. О.

Розвиток світової економіки в сучасних умовах характеризується процесами розширення економічної інтеграції та поглиблення глобалізації, які зумовлюють економічну нестабільність у більшості країн світу та наряду з позитивними тенденціями глобальних процесів, що сприяють ефективному функціонуванню світової економіки, спостерігаються й негативні явища щодо підвищення взаємозалежності фінансових, банківських систем і посилення нестабільності міжнародного фінансового ринку. Не є винятком і вітчизняна економіка. Україна надзвичайно сильно інкоригована у глобальний простір і підпадає під усі впливи як глобальної, так і національної економіки. Відповідно, дослідження основних проблем і переваг від інтеграції України у глобальний фінансовий простір, що породжує певну нестабільність у вітчизняній фінансовій економіці, є надзвичайно актуальним.

Враховуючи актуальність дослідження глобальних процесів, чимало іноземних і вітчизняних науковців присвятили свої праці цій проблематиці, серед них варто відзначити таких, як: М. Алле, О. Айвазов, Д. Гелд, Л. Григор'єв, І. Дорошенко та ін.

Світова економіка на своєму шляху переживала чимало економічних криз. Головною причиною таких явищ є глобалізація. Вона, як феномен, характеризує якісно нову фазу інтернаціоналізації економічного життя, яке супроводжується лібералізацією зовнішньоекономічних зв'язків, зменшенням абозняттям бар'єрів між країнами для трансграничного руху товарів, послуг, капіталів, робочої сили і посилення міжнародного інформаційного обміну. За таких умов зростає ступінь відкритості національних економік. Зараз глобалізація охопила всі сфери життєдіяльності людства, а її вплив стає дедалі відчутнішим. Процеси глобалізації відбуваються в економіці, політиці, соціальній сфері, освіті, науці, культурі, а отже, мають універсальний характер. Глобалізація трактує світ як зв'язаний, взаємозалежний і безмежний ринок, який постійно інтегрується [1].

Найважливішою та найдинамічнішою сферою прояву глобалізаційних процесів стала фінансова глобалізація, під якою розуміють вільний та ефективний рух капіталів між країнами і регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізацію глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків.

У найширшому сенсі фінансова глобалізація – це ідеологія, політика та практика об'єднання національних грошових систем через їх заміщення “світовими грошима” [2], що характеризується відповідними чинниками впливу (табл. 1).

**Чинники впливу фінансової глобалізації [2]**

Чинники впливу фінансової глобалізації		
Фінансові показники, які мають місце під час інтегрування країни в світовий фінансовий простір, глобальні чи міждержавні ринки та внаслідок дії яких посилюються позитивні (негативні) тенденції розвитку національної економіки		
Чинники позитивного впливу		Чинники негативного впливу
Швидке поширення фінансових інновацій	Виклики глобалізації →	Протидії з боку об'єктивних обставин або суб'єктів щодо забезпечення фінансової стабільності
Транскордонні потоки капіталу	Глобальні ризики →	Виникнення небезпечних ситуацій та/або несприятливих і небажаних наслідків з боку інших країн
Формування транскордонних фінансових конгломератів	Загрози глобалізації →	Реальні або потенційні можливі події, що виникають у результаті реалізації фінансової політики, які загрожують висхідному розвитку
Зростання міжнародних цінних паперів	Небезпеки глобалізації →	Ситуація постійно присутня в зовнішньому середовищі, що за певних умов може призвести до реалізації небажаної події

Фінансова криза – це нестабільність усередині певної країни, що походить від фінансового ринку та впливає на усі сфери людського життя. Світ бачив чимало криз і усі вони мали різні причини й різні наслідки. Фінансові кризи завжди брали свій початок з наймогутніших і найсильніших країн світу та розповсюджувалися на інші країни, залежні від них. Країною походження більшості криз є саме США. Для прикладу, криза 1929–1933 рр. має назву “Велика депресія”, саме тоді стався обвал фондового ринку на фондовій біржі, яка поклала відбиток на усю Європу. Глобальна фінансова криза 2008 р., яка значною мірою торкнулася й України, бере свій початок з банкрутства великих фінансових установ у США, що призвело до банкрутства декількох європейських банків й падіння різних біржових індексів та значного падіння вартості акцій і товарів по всьому світу.

Можна помітити, що глобальні кризи мають певну циклічність. Через це багато вчених вважають, що світ стоїть напередодні нової світової кризи. Причинами її виникнення є злам економічних відносин з початком оголошення карантину в світі, у зв'язку з пандемією, що великою мірою впливає і на Україну, так як уряд не представив своїх планів, а свою фінансову політику визначив відповідно до пропозицій МВФ [4]. Другою не менш важливою причиною є торговельна війна, яка ведеться між США та Китаєм. Кожна з цих країн значною мірою впливає на світові тенденції, так як хоче завоювати світові ринки.

Чи зачепить нова світова криза Україну? Так, адже в умовах падіння світового виробництва і споживання наша металургія, товари хімічної промисловості та інші сировинні товари впадуть в ціні не на відсотки, а в рази.

Таким чином, фінансова глобалізація як полісистемний інтегрований об'єктивний процес є результатом поглиблених фінансових зв'язків країн, лібералізації цін та інвестиційних потоків, створення глобальних транснаціональних фінансових груп і справляє подвійний вплив на розвиток світової фінансової системи. Глобалізація дедалі більше впливає на фінансові системи країн світу, зокрема фінансову систему України. Показники експорту та імпорту фінансових послуг є порівняно невеликими в усіх країнах, проте саме ця складова містить прихований резерв для розвитку і поглиблення фінансової глобалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Ayvazov O., Globalization M. Waters. London; N.Y. : Routledge, 2015. 272 p.*
2. *Alle M. The Globalization of Markets. Harvard Business Review. 2008. № 61 (3). P. 92–102.*
3. *Онищенко С. В. Фінансова глобалізація як чинник впливу на бюджетну безпеку держави. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12\\_2\\_2017ua/12.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12_2_2017ua/12.pdf) (дата звернення: 09.10.2020).*
4. *Дорошенко І. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини: монографія. К.: Освіта, 2018. URL: <http://elibrary.ivinas.gov.ua/1589/> (дата звернення: 10.10.2020).*

## **ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ОСНОВА ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Пікуліна Н. Ю., Козорог Д. С.

Однією із основних ознак рівня економічного розвитку країни є розвиток малого та середнього бізнесу (МСБ), що сприяє створенню нових робочих місць, формуванню середнього класу, зростанню добробуту та підвищенню якості життя населення.

Згідно даних Державної служби статистики [1] на початок 2018 р. в Україні всього нараховувалось 1,8 мільйона суб'єктів господарювання, в тому числі 0,338 мільйона підприємств і 1,47 мільйона фізичних осіб підприємців. 99,1 % з них відносяться до середнього, малого та мікробізнесу (як у вигляді юридичних так і фізичних осіб). Приблизно схожа ситуація і розвинутих країнах світу. Так, у США, Японії, Великій Британії, Німеччині, Італії, Франції цей показник становить близько 95 %. При цьому, у країнах Європейського Союзу суб'єкти малого підприємництва створюють до 70 % реалізованої продукції, в той час як в Україні такий показник за результатами 2017 року склав лише 7,3 % [2].

Малий бізнес має велику потребу у різних видах фінансування, але цей попит залишається незадоволеним. Фундаментальну роль у формуванні малого та середнього бізнесу в Україні відіграють саме інвестиції. Інвестиції, у тому числі іноземні, є не тільки механізмом розвитку малого та середнього бізнесу, але й способом регулювання економіки шляхом переливу капіталу. На сучасному етапі розвитку ринку іноземні інвестиції виступають основним джерелом отримання новітніх конкурентоспроможних технологій.

Згідно з методологією МВФ прямі іноземні інвестиції – це закордонні інвестиції величиною у понад як 10 % статутного капіталу, що дає зацікавленій стороні право на участь в управлінні підприємством. Науковець Геєць В. М. під прямими іноземними інвестиціями розумів інвестицію, що викликає тривалий інтерес до підприємства, яке діє за межами економіки інвестора [3, 126].

Сьогодні в Україні фактично не діє система заохочування надходжень іноземних інвестицій саме в індустріальних галузях, що визначають можливість розвитку нашої держави. Іноземні інвестиції здебільшого спрямовуються в сировинні галузі та галузі з низьким рівнем обробки. У сфері торгівлі та послуг працюють 64,7 % суб'єктів малого і середнього підприємництва, а у сфері промисловості лише – 13 %, сільського господарства – 13,1 %, будівництва – 9,2 % [2].

Структура малого підприємництва, що склалася обумовлена тим, що бізнес у сфері промисловості або сільського господарства, або будівництва потребує значних капіталовкладень. В Концепції загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 рр. виділені причини, що заважають розвитку малого бізнесу. Серед них першим пунктом зазначено нестачу внутрішніх фінансових ресурсів, складність доступу до зовнішніх джерел фінансування та залучення інвестицій [2].

Через те, що головною метою здійснення інвестиційної діяльності, в тому числі іноземної, є отримання прибутку, іноземні інвестори не поспішають вкладати свої кошти у формування та розвиток малого та середнього бізнесу України, реорганізацію, покращення механізму управління. До того ж, ризик ведення бізнесу залишається достатньо високим у зв'язку з політичною та економічною нестабільністю в Україні. Тому інвестори бажують якнайшвидше вивести свій прибуток з країни. Занадто мала частина прибутку ще раз інвестується в основний капітал.

Саме через таку ситуацію вагомий приріст іноземних інвестицій в Україні не подає надії на масові позитивні зрушення у національній економіці. Адже тільки 10 % іноземних інвестицій використано на оборотні кошти підприємств або купівлю обладнання. Інші прямі іноземні інвестиції (90 %) вкладено у галузі економіки зі швидким оборотом капіталу: фінанси, нерухомість, торгівля. Такі обставини для України є вкрай негативними, бо вони призводить до диспропорцій у розвитку сфери послуг та реального виробництва (куди через більший термін окупності інвестори вкладати свої фінансові ресурси не прагнуть).



Значним недоліком регулювання державної політики у сфері співпраці з іноземними інвесторами в Україні є те, що проведена робота складається з фрагментів і визначається своєю уривчастістю, в той час коли потрібний комплексний метод [4, 141]. Україна має потребу в покращенні політики щодо привернення іноземних інвестицій у малий та середній бізнес. До заходів поліпшення інвестиційного клімату можна віднести: вдосконалення законодавчої бази, створення системи гарантій стабільності для забезпечення довгострокового фінансування інвестиційних проєктів, стимулювання процесу формування інвестиційних умов для інноваційного розвитку, забезпечення зростання обсягів капіталовкладень у сферу впровадження інноваційних технологій тощо [5, 9]. Для цього система заходів, стосовно вдосконалення інвестиційної діяльності в Україні, повинна бути стійкою, диференційованою, з чітко визначеними пріоритетами галузей і сфер економіки, динаміки їх розвитку, що сприятиме розвитку міжнародного інвестиційного співробітництва, збільшенню припливу інвестицій з-за кордону та підвищенню ефективності їх використання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики : офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. *Дученко М. М., Павленко Т. В.* Стан та перспективирозвитку лізингової галузі в Україні. *Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”*. URL: [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua)
3. *Гесць В. М.* Нестабільність та економічні зростання. К. : Інститут економічних прогнозувань, 2006. 344 с.
4. *Гитман Л. Дж. Джонс М. Д.* Основы инвестирования; пер. с англ. М. : Дело. 1999. 427 с.
5. *Місяць Т.* Динаміка та характерні особливості інвестиційного співробітництва України та ЄС у контексті економічної кризи. *Журнал європейської економіки*. 2017. № 1. С. 3–14.

## **АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Малець Ю. Д.

Науково-технічний прогрес докорінно змінив життя людства. Завдяки розвитку технологій було вдосконалено механізми функціонування основних сфер життя суспільства, що має беззаперечний вплив на становлення людської спільноти. Варто зазначити, що поступ відбувся і в економіці. За допомогою цифрових технологій суб'єкти господарювання мають змогу вдосконалювати процес виробництва, а держава – регулювати подальший розвиток господарства країни. Науковці постійно працюють над вдосконаленням технологічної бази, аби спростити здійснення різноманітних операцій економічними суб'єктами, а також сприяти створенню нових галу-

зей, які посядуть своє місце у структурі виробництва ВВП. Однак, при наявному швидкому темпі впровадження цифрових технологій, продуктивність не характеризується пропорційним зростанням, тому й досягнення основної мети – економічного зростання ускладнюється. Саме тому дослідження економічного зростання в умовах розвитку цифрових технологій є актуальним. Цій проблемі присвятили свої праці такі українські та за-рубіжні вчені: Каргачева Т. Г., Волосович С. В., Гонзалез-Парамо Ж. та ін. Метою нашого дослідження є визначення основних переваг та загроз широкої цифровізації фінансово-економічних процесів в національній економіці.

Безумовно, цифрова трансформація економіки має безліч переваг. Уряд України приділяє особливу увагу цьому напрямку. Згідно з Законом України “Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. та затвердження плану заходів щодо її реалізації”: “Цифровізація є визнаним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, громадської та особистої діяльності” [1].

Таким чином, можемо стверджувати, що цифрові й телекомунікаційні технології значно покращують ефективність розміщення ресурсів, що позитивно впливає на розвиток економіки країни. Згідно з доповіддю Українського інституту майбутнього “Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою”: Цифровізація стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України – збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030Е, та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі” [2].

Як вже було зазначено вище, технології можуть стати основною рушійною силою розвитку економіки. Зокрема, їхнє застосування у банківській сфері дає можливість створювати нові програми, які суттєво покращують обслуговування клієнтів. Таким чином виникають сприятливі умови для інвестування. На думку Гонзалез-Парамо Ж., поступ цифрових технологій може допомогти банкам пережити тиск низького темпу зростання обсягів діяльності, все меншої прибутковості, та жорсткого регулювання, а також відновити довіру та репутацію перед споживачами та суспільством [3]. Значні переваги прослідковуються і на фінансовому ринку: покращується якість обслуговування клієнтів, вдосконалюється механізм ведення фінансових розрахунків, з’являються нові компанії, стартапи, відповідно збільшуються можливості залучення інвестицій [4].

Окрім переваг, які виникають внаслідок становлення цифрової економіки, є ряд недоліків. Наприклад, у країнах Африки та Латинської Америки цифровізація економіки відбувається значно повільнішими темпами, ніж у розвинених країнах. Передусім це пов’язано із особливостями менталітету жителів та іншою властивою моделлю поведінки. Така ситуація може спричинити негативні наслідки для гармонійного функціонування форм міжнародних економічних відносин. Також варто зазначити, що сус-

пільство стурбоване тим, що технології можуть становити реальну загрозу у вигляді контролю, обмеження свободи думки, вільного доступу до особистої інформації користувачів. Відомо, що подібний досвід був запроваджений у Китаї і отримав назву «цифрова диктатура». Як наслідок, довіра до уряду буде знижуватися, що негативно впливає на загальний добробут суспільства. До суттєвих недоліків можна віднести також підвищення рівня безробіття через запровадження цифрових технологій. Ці фактори матимуть негативний вплив на економічне зростання країни.

Отже, підсумувавши все сказане вище, ми можемо дійти висновку, що впровадження цифрових технологій, з одного боку, створює можливості для економічного зростання, але водночас створює чималу кількість викликів для урядівкраїн та міжнародного співтовариства, які необхідно подолати задля забезпечення бажаних темпів розвитку економіки. З цих міркувань доцільною буде розробка стратегії впровадження цифрових технологій, яка передбачатиме вирішення вищезгаданих проблем, допомагатиме оперативнозапобігати негативному впливуцифровізації на національне та світове економічне зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: розпорядження. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>.
2. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>.
3. González-Páramo J. M. (2017). Financia linnova tionin the digital age: challenges for regulation and supervision. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Financial-innovation-in-the-digitalage%3A-challengesGonzálezPáramo/380982873caa34f525b3985b24204ffa5cdd5179>
4. *Волосович С. В.* Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері. 33/1. – 2017. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=ecvu\\_2017\\_33%281%29\\_\\_4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ecvu_2017_33%281%29__4).

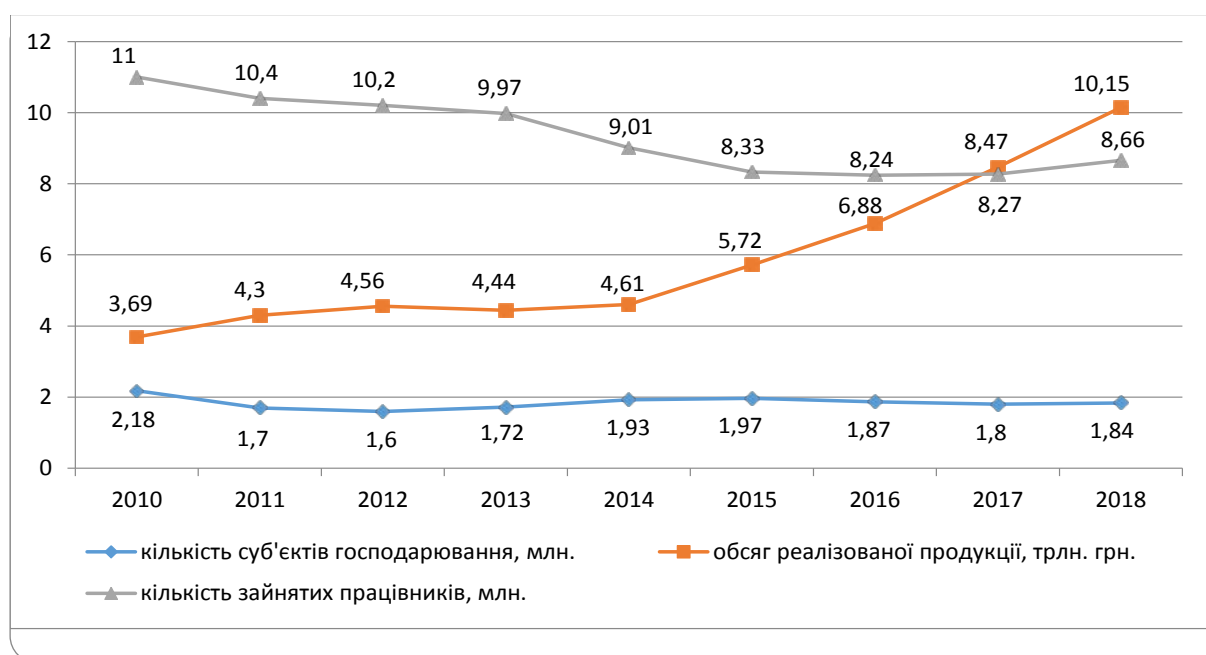
## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ НА РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ**

Саричев В. І., Залюбовський К. М.

Виклад основного матеріалу. Людський фактор, як провідний на сьогодні чинник розвитку суспільства, вже давно визнаний науковою та експертною спільнотою на всіх рівнях. З метою впорядкування та обрахування його впливу на економічний стан держав і світу взагалі широко застосовується система соціальних стандартів, яка має національні особливості.

В Україні такі стандарти формуються в умовах інтеграції в розвинений сектор світового господарства з урахуванням таких чинників: реформування національної економіки з метою забезпечити консолідацію суспільства та його стабільний розвиток на основі оновленої регламентації соціально-трудових відносин суб'єктів господарювання й найманої робочої сили; розв'язання проблем безробіття та неповної зайнятості; захисту довкілля; забезпечення технологічної трансформації усіх складових соціальної інфраструктури; формування потужних мотивів для високопродуктивної праці економічно активного населення; створення надійної системи соціального захисту тощо.

Економічні підстави для реалізації такої соціальної стратегії на сьогодні існують. Так, (див. рис. 1) при більш-менш стабільній кількості суб'єктів господарювання та незначному зниженні кількості працюючих обсяги реалізованої продукції в Україні з 2010 по 2018 рр. зросли на 275 % (з 3,69 трлн. грн. до 10,15).[1] Це свідчить про наявність фінансових можливостей щодо втілення у практику діяльності підприємств та організацій принципів ведення соціально відповідального бізнесу.



Джерело: розроблено автором на основі даних Держслужби статистики

Рис. 1. Порівняльна характеристика кількості суб'єктів господарювання та зайнятих працівників з обсягами реалізованої продукції в Україні у 2010–2018 рр.

Натомість, найбільш економічно потужні великі та середні підприємства, які у структурі суб'єктів господарювання займають невелику частку у 5,2 % (0,1 та 5,2 відповідно), за обсягами реалізованої продукції у 2018 р. сумарно посідають передові місця, отримавши 7469,8 млрд. грн. від реалізації продукції, що складає 73,6 % від загального обсягу (3515,8 та 3954,0 млрд. грн. відповідно) (див. табл. 1).[1]

**Частка відрахувань на соціальні заходи суб'єктів підприємництва в обсягах реалізованої продукції (ОРП) в Україні у 2013–2018 рр.**

	Великі підприємства			Середні підприємства		
	Обсяги реалізованої продукції, млрд. грн.	Відрахування на соціальні заходи		Обсяги реалізованої продукції, млрд. грн.	Відрахування на соціальні заходи	
		млрд. грн.	у % до ОРП		млрд. грн.	у % до ОРП
2013	1717,4	47,5	2,8	1683,3	37,1	2,2
2014	1742,5	40,9	2,3	1735,9	38,2	2,2
2015	2053,2	39,9	1,9	2184,4	40,9	1,9
2016	2391,5	29,1	1,2	2683,3	32,6	1,2
2017	2929,5	35,8	1,2	3315,0	43,5	1,3
2018	3515,8	47,2	1,3	3954,0	55,2	1,4

Джерело: розроблено автором на основі даних Держслужби статистики

При цьому, ця група підприємств починаючи з 2013 р. має стійку негативну динаміку щодо частки відрахувань на соціальні заходи із загального обсягу реалізованої продукції, зменшивши її протягом 2013–2018 рр. у 2.2 рази великими та у 1,6 рази середніми підприємствами.

Для порівняння з передовими підходами країн з розвиненими економіками, за даними відомого HR TrendInstitute (Нідерланди), впровадження у життя корпорацій концепції благополуччя (Well-being) як обов'язкового елементу дозволяє: на 42 % збільшити задоволення працею, на 30 % підняти лояльність до організації, на 36 % покращити ставлення до роботи; на 59 % знизити бажання шукати іншу роботу; на 30 % зменшити пропуски роботи та у 2 рази – лікарняних днів [2].

Отже, впровадження соціальних стандартів в діяльність суб'єктів господарювання є сучасним перевіреним світовим трендом, що має значний економічний ефект через підвищення продуктивності праці та зменшення матеріальних втрат через нехтування людського чинника.

Подібна практика в Україні не знайшла широкого розповсюдження, що, поряд з іншими чинниками, невідворотно веде до погіршення економічної ситуації на тлі наявності кризових явищ та значного відтоку трудових ресурсів.

**Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. HRTrendsUkraine 2020 / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 24 вересня 2020 р., м. Київ. URL: <http://hrtrends.com.ua>

## ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПРОЗОРОСТІ

Кушнір А. І.

Розвиток України як сучасної держави з європейськими цінностями вимагає формування ефективного та прозорого бюджетного процесу на місцевому рівні.

Дем'янюк А. В. у своїй праці зазначає, що забезпечення прозорості бюджетного процесу та участь громадськості у його організації передбачає своєчасне, достовірне і повне оприлюднення інформації щодо функціонування бюджету, а також можливість суспільства безпосередньо приймати участь у формуванні та виконанні бюджету, що є беззаперечною ознакою демократичності та досягненням багатьох розвинутих країн світу.

На думку Малишко В. В., прозорість бюджету дозволяє громадськості, й особливо її соціально активній частині, яка представляє інтереси різних верств населення, мати уяву про складність та альтернативи бюджетних рішень і впливати на органи влади, активно захищаючи свої громадянські права.

Таким чином, прозорість місцевих бюджетів: 1) дозволяє кожному громадянину розуміти мову і дані бюджету, а також бачити послуги, виконані за рахунок зібраних податків; 2) дає можливість представникам влади керуватись громадською думкою при прийнятті остаточних бюджетних рішень; 3) дозволяє відслідковувати якість бюджетних рішень на стадії прийняття та слідкувати за їх виконанням; 4) підсилює довіру населення до місцевих органів влади; 5) сприяє поліпшенню соціальної політики і розподілу коштів бюджету.

В міжнародній практиці правові підвалини до забезпечення бюджетної прозорості закладаються такими фундаментальними документами, як Загальна декларація прав людини і Хартія Європейського союзу з прав людини. Відповідно до цих документів, громадянам гарантується право отримувати інформацію про державний та місцеві бюджети та брати участь у їх формуванні (що передбачає управління своєю країною). В свою чергу, реалізація зазначених базових прав та прозорості бюджетних процедур гарантується дотриманням основних міжнародних стандартів та нормативних документів щодо бюджетної та фіскальної прозорості. В даний перелік входять такі стандарти та документи: Принципи високого рівня щодо фіскальної прозорості, участі та підзвітності; Глобальної ініціативи з фіскальної прозорості (GIFT); Стандарти і норми (МВФ, ОЕСР, МСБОДС тощо).

Незважаючи на наявність багатьох стандартів оцінки прозорості бюджету та велике різноманіття досліджень в різних країнах, міжнародні стандарти прозорості використовуються переважно для зведеного державного бюджету, який включає державний та місцеві бюджети. Наразі не використовуються окремі стандарти для оцінки прозорості місцевих бюджетів, що пов'язано зі складністю розробки у зв'язку з різними системами взаємодії державних та місцевих органів влади, реалізованими у різних країнах. Оцінка прозорості місцевих бюджетів зазвичай проводиться у формі кейсів

для окремих країн, які використовують методики міжнародних організацій та індексу відкритості бюджету.

На даному етапі розвитку України, на державному та місцевому рівні активно провадяться заходи щодо зростання прозорості місцевих бюджетів. Так, в 2018 р. в 47 громадах було проведено дослідження прозорості бюджетного процесу. За результатами оцінювання експерти сформували аналітичний звіт та рекомендації, які служили «дорожньої картою» для вирішення проблемних питань. Дана практика показала позитивні результати щодо підвищення прозорості місцевих бюджетів. Це яскраво ілюструє той факт, що порівняно з 2018 р. у 2019 р. середній рівень бюджетної прозорості зріс на 17,7 % по всіх 47 громадах, у яких було проведено повторне оцінювання. Так, у 2018 р. середній рівень складав 21,3, а у 2019 – вже 39 балів.

На думку вчених, на шляху до посилення прозорості бюджетного процесу на місцевому рівні, однією з значних перепон є складність та незрозумілість певних показників та індикаторів фінансового стану місцевого бюджету для пересічного громадянина. Це, на жаль, дуже часто є причиною маніпулювання свідомістю людей і нав'язування їм неправдивих уявлень про результати діяльності влади як на центральному, так і на місцевому рівні.

Відповідно до вище сказаного, виникає необхідність розробки повного та зрозумілого звіту щодо діяльності органів місцевого самоврядування та фінансового стану адміністративно-територіальної одиниці. Міжнародний досвід також підтверджує необхідність аналізу фінансового стану місцевих бюджетів, результати якого використовуються для потреб парламенту, суспільства, уряду та надання рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування. В даному контексті, оцінювання фінансової стійкості місцевих бюджетів буде слугувати повноцінним джерелом інформації щодо реального стану місцевих бюджетів та дозволить краще виявити проблеми в бюджетному процесі на місцевому рівні, а також обґрунтувати вибір напрямку розвитку бюджету. Потрібно зауважити, що методологія та результати даного дослідження мають бути розроблені та подані у доступній та простій формі для громадян.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дем'янюк А. В. Прозорість бюджету та участь громадськості у бюджетному процесі. *Економіка та суспільство*. 2016. Вип. 6. С. 317-320.
2. Зростання прозорості місцевих бюджетів: що для цього зробили об'єднані громади? URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12053> (дата звернення: 03.10.2020).
3. Костирко Л. А. Методичні засади комплексного аналізу фінансової стійкості місцевих бюджетів. *Фінансовий простір*. 2016. № 1. С. 83–90.
4. Малишко В. В. Публічність та прозорість бюджетного процесу в Україні. *The 8th International scientific and practical conference «Perspective of worlds science and education» (April 22–24, 2020)*. Osaka, Japan : CPN Publishing Group, 2020. P. 662–671.
5. Методологія оцінки прозорості місцевих бюджетів. URL: [https://tlb.in.ua/Методологія\\_оцінки.pdf](https://tlb.in.ua/Методологія_оцінки.pdf) (дата звернення: 05.10.2020).

## **ПРАВОВІ ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ТА ПЕРІОДИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ УКРАЇНИ**

Коломоєць О. К.

Юридичний позитивізм породжує реалізацію суб'єктами правовідносин закріплених у законодавчих актах прав та обов'язків, наслідком чого передбачається певна міра відповідальності у випадку прояву правового нігілізму. Під час виконання закріплених норм права необхідним є створення та функціонування органів державної влади, які забезпечуватимуть підтримання правопорядку та контролю за дотриманням норм законодавства у певній сфері діяльності.

Одним з таких органів є Державна служба фінансового моніторингу України (далі – Держфінмоніторинг). Актуальність дослідження полягає у тому, що правові передумови створення вітчизняного органу фінансової розвідки впливають на результативність та подальший вибір направленості його діяльності. У зв'язку з чим, основною метою наукових пошуків у цій площині питання є проаналізувати правові передумови заснування Держфінмоніторингу з визначенням періодизації його діяльності. З точки зору інституційного та системного підходів фінансовий моніторинг досліджували вітчизняні науковці, серед яких: С. А. Буткевич, А. Г. Бухтіарова, Е. Дмитренко та інші [1–2]. Однак попри приділення значної уваги щодо визначення місця й ролі цього органу питання правових передумов його створення не досліджено в повному обсязі.

Сучасний Держфінмоніторинг було створено у 2002 р., у формі Державного департаменту фінансового моніторингу України з підпорядкуванням Міністерству фінансів України (далі – Мінфін) та надалі в межах адміністративної реформи у 2010 р. було реорганізовано. Правовими передумовами створення цього органу стала низка нормативно-правових актів міжнародного та національного законодавства, що з огляду на історичну періодизацію відображається в певних етапах: перший – утворення, другий – становлення, третій – функціонування. На першому етапі правовими передумовами створення Держфінмоніторингу стали 40 Рекомендацій Групи з розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (далі – Рекомендації) прийняті у лютому 1996 р., а також Конвенція Ради Європи про відмивання, пошук, арешт та конфіскацію доходів одержаних злочинним шляхом, та про фінансування тероризму (далі – Конвенція), яка ратифікована Україною 17.11.2010 р. Відповідно до 29-ої Рекомендації та ст. 12 Конвенції для забезпечення вжиття заходів щодо запобігання відмиванню доходів одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та зброї масового знищення необхідним є створення підрозділу фінансової розвідки (далі – ПФР) [3]. Будучи членом Ради Європи Україна взяла на себе зобов'язання щодо створення такого підрозділу, тому відповідно до п. 3 Указу Президента України (далі – Указ) № 1199 від 10.12.2001 р. у складі Мінфіну



було створено Державний департамент фінансового моніторингу. На виконання цього нормативно-правового акта було прийнято Положення про Держфінмоніторинг, відповідно до постанови Кабінету міністрів України (далі– Кабмін) № 35 від 10.01.2002 р. Другий етап (становлення) характеризується прийняттям у 2003 році Закону України “Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню доходів) одержаних злочинним шляхом” та закріплення у 2010 р. статусу центрального органу виконавчої влади, згідно Указу Президента України № 1085 від 09.12.2010 р. Третій етап (функціонування) ознаменувався виданням Указу Президента № 466 від 13.04.2011 р. відповідно до якого було затверджено Положення Держфінмоніторингу, яке у подальшому (в межах вже існуючого органу) було видозмінено постановами Кабміну № 455 від 17.09.2014 р. та № 537 від 29.07.2015 р., оскільки 14.10.2014 р. Верховною Радою України було прийнято Закон України “Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення” (втратив чинність на підставі прийнятого Закону України № 361-IX від 06.12.2019 р.) [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що основними правовими передумовами для створення, становлення та функціонування Держфінмоніторингу стало членство України в Раді Європи та інших міжнародних організаціях, імплементація міжнародних стандартів Групи з розробки фінансових заходів по боротьбі з відмиванням грошей у вітчизняне законодавство та закріплення національного підрозділу фінансової розвідки, як суб’єкта фінансового моніторингу на державному рівні.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Бухтіарова А. Г.* Національна система фінансового моніторингу України. Економіка і суспільство. 2019. Вип. № 20. С. 610–619. URL : [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/20\\_ukr/79.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/20_ukr/79.pdf) (дата звернення : 13.10.2020).

2. *Дмитренко Е.* Роль фінансового моніторингу у мінімізації латентності злочинів передбачених ст. 209 та 209-1 Кримінального кодексу України. Науковий часопис Національної академії прокуратури України. 2014. Вип. № 1. С. 43–50. URL : <http://www.chasopysnapu.gp.gov.ua/ua/pdf/1-2014/43-dmytrenko.pdf> (дата звернення : 14.10.2020).

3. Конвенція Ради Європи про відмивання, пошук, арешт та конфіскацію доходів, одержаних злочинним шляхом, та про фінансування тероризму. Відомості Верховної Ради України. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_948#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_948#Text) (дата звернення: 15.10.2020).

4. Про Держфінмоніторинг. Державна служба фінансового моніторингу України. Загальні відомості: веб-сайт. URL : <https://fiu.gov.ua/pages/pro-sluzhbu/zagalni-vidomosti/pro-derzhfinmonitoring.html> (дата звернення : 15.10.2020)

# СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНИХ РИЗИКІВ

Тараненко В. Є., Хіміч К. І.

Поняття соціального ризику можна трактувати як втрату соціального блага, іншими словами – добробуту [1]. У контексті збереження добробуту розглядається створення умов для реалізації індивідом своїх потреб, одною з яких є безпека. Охорона здоров'я, екологічна безпека, зовнішня та внутрішньодержавна безпека – все це необхідно для створення сприятливого середовища існування людини, тобто є соціальним благом.

Зважаючи, що соціальний маркетинг – це просування ідей [2], на перший план виходить необхідність застосування соціального маркетингу як інструменту у забезпеченні соціальних благ, зокрема таких, як безпека людини.

Соціальний маркетинг, за визначенням Ф. Котлера [3], є маркетингом певного способу життя. Тому такий маркетинг може відповідати критеріям соціально-етичного маркетингу, соціально-орієнтованого маркетингу, соціально-відповідального маркетингу. Проте головною відмінністю соціального маркетингу є просування ідей, змін, способу життя для створення добробуту, поліпшення якості життя.

На сьогодні звичним є визначення соціальних ризиків, пов'язаних із втратою засобів існування (втрата працездатності, безробіття, старість тощо). Однак до соціальних ризиків відноситься також унеможливлення отримання доступу до освіти, охорони здоров'я, підвищення культурного рівня людини. Крім того, соціальним ризиком слід вважати екологічні ризики, які становлять безпосередню загрозу життю людини у даний конкретний час або можуть вплинути на майбутні покоління.

Використання соціального маркетингу для недопущення виникнення соціального ризику є актуальним на сьогодні. При цьому традиційні методи і канали маркетингу не можуть бути використані у соціальному маркетингу через різні цілі і завдання, що й різнить їх. Втім, стратегія соціального маркетингу містить ті ж етапи, що й комерційний маркетинг, зокрема, аналіз ситуації в галузі (що саме становить загрозу виникнення соціального ризику); формулювання цілей маркетингової стратегії (що саме має змінитися, щоб соціальний ризик не виник або був зменшений); визначення суб'єктів маркетингової стратегії (хто саме має змінюватися); сегментування (розподіл на групи за методами впливу, наприклад, за віком, статтю, рівнем доходу тощо); розробка стратегії в цілому; реалізація маркетингової стратегії; контроль заходів соціального маркетингу для оцінки і коригування.

Реалізація соціального маркетингу може відбуватися кількома схемами взаємодії. По-перше, через відносини «держава-громадянин», коли держава через відповідні інституції призвичає людей до певного порядку дій. В цьому випадку є можливість використання обмежувальних заходів, прямих вказівок, створення відповідної інфраструктури. У такій ситуації завданням соціального маркетингу має бути створення позитивного іміджу змін. Наприклад, медична реформа, яка реалізовується в Україні з 2018 р., мала б менший супротив, якби зміни, що запроваджуються, були популяр-

ризовані серед населення різних вікових категорій з використанням відповідних преференцій та описом уникнення ризиків неотримання послуг.

По-друге, можливе стимулювання суб'єктів господарювання до змін у населення споживчих уподобань, звичок. З огляду на те, що такі заходи проводяться для поліпшення життя всіх громадян, державою можуть бути використані тиск або обмеження. Зокрема, заборона продажу певних товарів або їх підвищене оподаткування; обмеження сфери діяльності, віку споживачів, часу продажу тощо. У цій ситуації завдання соціального маркетингу полягає у оприлюдненні загроз для людини, її безпеки. Так, для обмеження споживання алкогольних напоїв в Україні одночасно діють підвищений розмір акцизного податку на відповідну продукцію, обмеження продажу такої продукції особам, які не досягли вісімнадцятирічного віку, у окремих регіонах – заборона продажу алкогольних напоїв уночі. При цьому завданням соціального маркетингу має стати наочне зображення результатів зловживання алкогольними напоями, прямий заклик до збереження здоров'я майбутніх поколінь.

По-третє, реалізація стратегії соціального маркетингу може відбуватися через некомерційні організації, засновником яких не є держава. В цьому випадку можливе об'єднання кількох країн для подолання загрози соціальних ризиків саме через некомерційні організації – благодійні фонди, громадські об'єднання тощо.

Отже, зазначимо, що соціальний маркетинг використовується у найрізноманітніших сферах, від формування здорового способу життя до формування екосвідомого споживання, та оперує такими поняттями, відмінними від комерційного маркетингу, як переконання, соціальна практика та соціальний продукт. Він стає засобом вирішення соціально значущих проблем, формування соціальних настроїв, спрямованих на поліпшення якості життя кожного індивіда та суспільства в цілому. Взаємозв'язок його з різними сферами діяльності, галузями стає очевидним, бо соціальний маркетинг ґрунтується на дослідженнях, рекламі, просуванні ідеї та придбанні репутації.

Тож соціальний маркетинг, як інструмент впливу на суспільство, має бути задіяний для подолання соціальних ризиків та створення соціальної гармонії.

### **Список використаних джерел:**

1. *Тараненко В. Є.* Соціальне забезпечення як елемент соціальної політики. Соціально-орієнтована економіка: теорія та практика соціального забезпечення: збірник тез наукових робіт учасників II Всеукраїнської науково-практичної конференції з соціального забезпечення (м. Черкаси, 2–4 червня 2020 р.). – Черкаси: видавець ФОП Гордієнко Є. І., 2020. 120 с. С. 6–8.

2. *Котлер Ф.* Основи маркетингу. М., Спб., Київ. ВД “Вільямс”, 2007. – 646 с.

3. *Шинкаренко І.* Мантри и смертныя грехи маркетинга: интервью с Ф. Котлером // Эксперт. – 2006. – № 34. – С. 34–38.

## ЩОДО ШЛЯХІВ ЗАПОБІГАННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ШОКАМ

Тимошенко М. В.

В теперішній час у вітчизняній економіці склалася важка ситуація – налідок поглиблення кризових явищ. Динаміка процесу надзвичайно загострюється через величезні геополітичні виклики, пандемію коронавірусу та високий ступень невизначеності стосовно відновлення економічного зростання.

За даними Держстату [1] зниження ВВП України в 2 кварталі 2020 р. становило 11,4 % , зниження промислового виробництва за січень–липень – 7,7 % , індекс цін виробників промислової продукції в липні знизився на – 7,7 % у порівнянні з відповідним періодом минулого року.

Інвестори ліквідують свої активи в країні та трансформують їх в найбільш безпечні. За підсумками 7 місяців поточного року (з січня 2020 р.) відбулося вилучення ПІІ в обсязі майже 3,2 млрд. дол. США.

Нині найактуальнішим завданням є розробка оптимальних, за внутрішніх конкретно-історичних обставин, пакетів заходів з урахуванням внутрішніх резервів країни та адекватного використання міжнародного досвіду та економічної допомоги.

В червневому економічному прогнозі Організації економічного співробітництва та розвитку [2], наголошується, що пандемія COVID-19 – це безпрецедентна глобальна криза часів Великої депресії.

Проте у відносно короткостроковій ретроспективі (10–15 років) ще в період до COVID-19 деякі країни перманентно перебувають в стані економічних криз і/або рецесії.

Дослідницька група J. P. Morganу аналітичному звіті щодо ймовірності нових економічних шоків попереджувала, що світові фінансові ринки уразливі для нової кризи ще в більшій мірі, ніж у 2008 р. [3].

Криза – специфічна фаза розвитку, яка характеризується глибоким розладом, різким переломом звичного устрою системи, порушенням її рівноваги та збалансованості внаслідок динамічної безповоротної трансформації її елементів та має негативні наслідки [4].

На нашу думку узагальненим визначенням кризи є неспроможність забезпечення економічного зростання за значним накопиченням державного боргу та викривленням інституціональної матриці, яке згодом генерує чисельні руйнівні процеси у соціально-економічній сфері. Для країн, що розвиваються негативні трансформації інститутів здебільшого здійснюються через корупцію.

Для розробки антикризових заходів мають бути виділено основні потенційні кризові точки.

1. Неадекватне регулювання фінансових ринків.

Без адекватного регулювання приватні стимули до ризику не є оптимальними з соціальної точки зору. Багатий історичний досвід і економетричні дані [5], передбачають, що 1) ринки, як правило, не є самокорегую-

чими системами; 2) фінансові ринки, зокрема, зазвичай характеризуються «ринковими збоями»; і 3) збої на фінансових ринках мають системні наслідки для економіки.

## 2. Тіньова економіка.

Навіть в Євросоні використовуються правові механізми, які дозволяють приховувати прибуток до оподаткування. Щорічні збитки з податкових надходжень, оцінюються в межах від 100 до 240 млрд. дол. США та еквівалентні від 4 до 10 % світових доходів від корпоративного прибуткового податку [6].

3. Динаміка боргу, що справляє враження схеми Понці.

4. Мильні бульбашки фондових ринків.

5. Зростання нових форм боргів на багатьох ринках, що розвиваються.

6. Розгортання зовнішньополітичних криз.

До початку пандемії нобелівський лауреат Норіель Рубіні зазначив потенційні ризики щодо зниження економічного зростання, які можуть спровокувати рецесію в 2020 р. [7]. Виокремлено торгові війни США з Китаєм. Наголошується щодо обмежень на міграцію, прямі іноземні інвестиції та передачу технологій. Ці фактори справляють негативний вплив щодо глобальних ланцюгів постачань і підвищують загрозу стагфляції.

Аналітики DeutscheBank вважають, що в найближче десятиліття світ буде жити в новому вимірі [8]. Еру глобалізації має замінити «Ера безпорядку» (The Age of Disorder).

Зростання економіки Китаю, та його прагнення щодо домінування стане основною рисою нової епохи. Економічна сфера перетвориться на арену протистояння Китаю та США. Це матиме негативні наслідки для світової торгівлі та економіки в цілому. Китай, як завжди, буде спиратися на свої власні цінності - натомість західного лібералізму.

Інші фактори, що становлять ризики стосовно росту: зростання суверенних боргів, «гелікоптерні гроші», загострення соціальної нерівності.

На думку окремих науковців джерелом кризи є колосальний розрив між вартісним виразом світового фінансового ринку (так званої віртуальної економіки) і вартісним вираженням реального сектора економіки [9].

Збиток, який наносять кризи, сильно різняться; Багато що залежить від масштабу і доцільності втручання уряду та міжнародних інституцій [10].

Масштаби порятунків величезні. Під час азіатської фінансової кризи 1997–1998 рр. Південна Корея отримала пакет допомоги МВФ в розмірі 10 млрд доларів і цей обсяг в той час вважався дуже великим. В умовах сьогодні загальна бюджетна відповідь ЄС на коронакризу становить 2,364 трлн євро [11].

На рис. 1 перебіг кризових явищ в Україні проілюстровано через динаміку ВВП [12]. Для порівняння надано ілюстрації щодо Білорусі та світового ВВП.

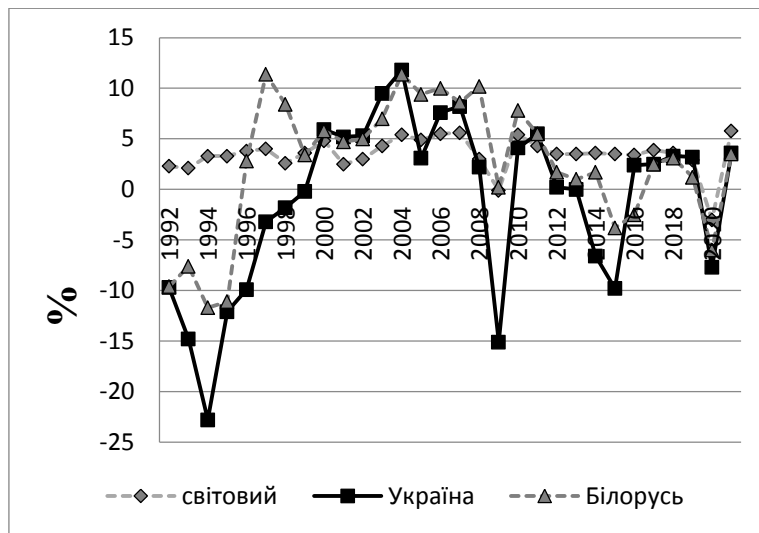


Рис. 1. Динаміка ВВП (%) [2,11-12]

З рисунку видно, що піки падіння та зростання економік України та Білорусі вищі ніж у світовій економіці. При цьому глибина падіння економіки України в кризових точках більша ніж у Білорусі. Темпи зростання економіки Білорусів основному перевищують українські, не зважаючи на занадто жорстке державне регулювання.

Економічне падіння в Україні після 2014 р. є не тільки наслідком політико-економічного шоку та російської агресії, а здебільшого результатом економічної політики в попередні роки. Якщо не створено підґрунтя щодо стійкого розвитку існує дуже висока вірогідність повторення кризових шоків.

Взагалі рис. 1 ілюструє, що практика реалізації грошово-кредитної та бюджетної політики не вивела Україну на траєкторію сталого розвитку. Сама по собі прихильність щодо ліберальної парадигми розвитку не є гарантією економічних успіхів.

Основні проблеми, які мають бути розв'язано: впровадження системи середньострокового бюджетного планування, що відповідає стратегії розвитку, підвищення якості державної політики у законодавчій сфері, активний моніторинг фінансової стійкості.

Мають бути виокремлено наступні напрями подолання системної кризи в Україні :

- Боротьба з тіньовою економікою, корупцією та призупинення виводу коштів за кордон за сірими схемами.
- Запровадження адекватного державного регулювання в контексті прискорення економічного зростання. Пошук точок зростання.
- Налагодження адекватного міжнародного співробітництва.
- Реструктуризація державного боргу.
- Розвиток промислового виробництва та залучення інвестицій.
- Проведення високотехнологічної неоіндустріалізації на підставі проривних наукових досліджень.
- Розвиток експорту та розширення зовнішньоекономічних зв'язків.
- Активний моніторинг фінансової стійкості.

### Список використаних джерел:

1. Данилишин Б. М. Украинская экономика: текущее состояние и перспективы до конца года. Капитал: веб сайт. URL:<https://www.capital.ua/ru/publication/145508-ukrainskaya-ekonomika-tekushee-sostoyanie-i-perspektivy-do-kontsa-goda> (дата звернення: 14.10.2020).
2. World Economic Outlook Update, June 2020 “A Crisis Like No Other, An Uncertain Recovery” *International Monetary Fund*: website. URL: [https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP\\_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR](https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR) (дата звернення: 10.10.2020).
3. Morgan J. P. (2018), “10 years after the financial crisis”, available at: <https://www.jpmorgan.com/global/research/10-years-after-crisis> (дата звернення: 10.10.2020)..
4. Хаустова В. Є., Проноза П. В. Теоретичні аспекти виникнення та розвитку кризових явищ в економіці. *Проблеми економіки*. 2011. № 4. С. 13–23.
5. Joseph E. Stiglitz and Members of a UN Commission of Financial Experts. (2010), *Reforming the International Monetary and Financial Systems in the Wake of the Global Crisis*, New York London, The New Press.
6. OECD Policy Brief (2015), “Taxing Multinational Enterprises: Base Erosion and Profit Shifting”, available at: <https://www.oecd.org/ctp/policy-brief-beps-2015.pdf> (дата звернення: 10.10.2020).
7. The Guardian (2019), Roubini, N. “The risk of a 2020 recession and crisis is growing”, available at: <http://www.theguardian.com/business/2019/jun/14/the-risk-of-a-2020-recession-and-crisis-is-growing> (дата звернення: 10.10.2020).
8. Deutsche Bank (2020), “The Age of Disorder – the new era for economics, politics and our way of life” available at: [https://www.db.com/newsroom\\_news/2020/the-age-of-disorder-the-new-era-for-economics-politics-and-our-way-of-life-en-11670.htm](https://www.db.com/newsroom_news/2020/the-age-of-disorder-the-new-era-for-economics-politics-and-our-way-of-life-en-11670.htm) (дата звернення: 10.10.2020).
9. Бекетова Н. В., Яковлева Н. И. Мировой финансовый кризис в отображении процессов экономической цикличности. *Мировая экономика*. 2010. № 6 (30). С. 29–36.
10. Roubini, N. and Mihm, St. (2010), *Crisis economics: a crash course in the future of finance*, New York, The Penguin Press.
11. Real GDP growth (Annual percent change). *International Monetary Fund*: website. URL: [https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP\\_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR](https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR) (дата звернення: 10.10.2020).
12. World Economic Outlook, April 2020 “The Great Lockdown” *International Monetary Fund*: website. URL: [https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP\\_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR](https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/UKR) (дата звернення: 10.10.2020).

## **MAIN APPROACHES OF ECONOMICALLY DEVELOPED COUNTRIES TO THE STATE INCENTIVES OF THE INVESTMENT PROCESS**

Czarnecki P., Razzhyvin V.

The use of the positive experience of the world's leading countries in the regulation of investment and innovation is one of the main prerequisites for building an effective model of sustainable economic development of Ukraine. Until now, due to the insufficiently favorable investment climate, the national economy lacks investment [1] to reliably ensure its functioning and development. Theoretical and applied researches of such authors as B. Arthur, Ermoliev and Kanyovsky, N. Kaldor, G. Silberger, G. Dosi, L. Orsenigo, M. Tugan-Baranovsky, R Solow [2] and other.

State regulation of investment processes has two forms - direct and indirect regulation. The analysis shows that all economically developed countries use both direct and indirect methods of state regulation of investment activities. Both direct state regulation of investment activity and indirect regulation in different countries has its own specifics, but everywhere it plays a significant role in ensuring investment activity and development. Comparison of national investments of innovative models allows to find advantages and problem places of these or those approaches in the state regulation of investment activity. The set of instruments of state influence on investment processes in countries is quite wide. In particular, it is the stimulation of business investment activity; improvement of tax, patent and license legislation, the procedure for depreciation; regulation of technology transfer; system of contractual relations; removal of certain restrictions on environmental protection, antitrust law; various forms of support for inter-organizational cooperation and small innovative business.

Based on the analysis of the experience of economically developed countries, it is advisable to pay attention to the following structural elements of the main principles of state scientific and technical policy of the innovation sphere:

- technology. An appropriate system of priorities of scientific and technical development, scientific and technical policy for the improvement of technologies is being formed. Usually, the directions in which the national economy already has some successes are chosen;

- finance. The financial and resource provision for the creation and implementation of technologies is outlined;

- infrastructure and management support.

State stimulation of investment processes requires the use of effective monetary policy instruments to ensure the necessary balance of monetary and macroeconomic indicators. The most common financial mechanisms of direct state regulation of investment activity in industry in economically developed countries are:

- government loans or government guarantees provided to commercial banks, which, in turn, provide access to credit resources to businesses;



- state order for the development, production and supply of strategically important science-intensive products;
- equity participation in the financing of research commissioned by industrial enterprises.

Non-financial mechanisms of direct state regulation also include export-import quotas, which are used to ensure the required level of competition in domestic markets for science-intensive products [3].

An important issue of investment activity is the formation of appropriate sources of funding. In economically developed countries, investment in innovation comes from many sources, which can be divided as follows:

- state investment in innovative development (state and municipal budgets);
- private investment – financing of innovations, mainly at the expense of companies;
- universities and other higher education institutions;
- non-profit organizations;
- foreign investments.

The analysis shows that all economically developed countries of the world actively use indirect methods of state regulation of investment innovation, especially the mechanisms of tax and depreciation policy.

#### **List of sources used:**

1. Capital foreign investment by type of economic activity for 2010-2019. State Statistics Service. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. *Solow R. M.* A Contribution to the Theory of Economic Growth. The Quarterly Journal of Economics. 1956, Vol. 70, No. 1. P. 65–94.
3. *Chichkalo-Kondratska I. B.* Innovative development of regional research and production systems. Poltava: Poltava writer, 2011, 392 p.

## **ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРСОНІФІКОВАНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**

Білозубенко В. С., Шаблій С. Є.

На сучасному етапі, в туризмі на перше місце виходить забезпечення надання швидкого персоніфікованого обслуговування туристів та отримання ними унікальних вражень, які відповідають їх вимогам.

Готельна індустрія – це набагато більше, ніж просто проживання подорожуючих в номерах та їх обслуговування. Вони повинні отримати загальні інноваційні враження шляхом забезпечення визначення їх потреб і очікувань.

Розглянемо основні тенденції, які є зараз актуальними та широко використовуваними в готельній індустрії [1].

По-перше, забезпечення безпеки клієнтів (інформаційна безпека, фінансова безпека, пожежна безпека, дотримання вимог гігієни та санітарних норм, використання сучасного обладнання, вміння зберігати спокій у надзвичайній ситуації).

По-друге, використання чат-ботів, які спілкуються з відвідувачами сайту в режимі реального часу, що може допомогти в збільшенні кількості бронювань. В майбутньому очікується, що всі запити, пов'язані з бронюванням, готельними номерами, знижками і акціями, реєстрацією заїзду/відїзду і багатьом іншим, будуть оброблятися за допомогою чат-бота. Згідно з даними, наведеними IBM, чат-боти можуть прискорити час відповіді на запити клієнтів та відповідати на 80% звичайних питань [2]. Таким чином, персонал готелю може зосередитися на персоналізованому обслуговуванні гостей.

По-третє, застосування додатків, оптимізованих для мобільних пристроїв для заохочення потенційних клієнтів, щоб вони через нього здійснювали мобільні операції (наприклад, бронювання номерів, перевірка наявності вільних номерів, читання відгуків, перегляд переліку послуг готелю, перегляд зображень готелю та багато іншого). Окрім того, в даному додатку клієнти готелю можуть перевіряти наявність діючих спеціальних пропозицій та акцій.

По-четверте, самостійна реєстрація клієнтів за допомогою спеціальних терміналів та мобільних порталів (отримання інформації щодо готовності номера, здійснення запиту на надання послуг, перевірка власного рахунку в готелі тощо). Це дозволить зменшити час очікування клієнтів під час реєстрації у готелі. Окрім того, розпізнавання обличчя – новітня технологія, яку починають впроваджувати в готелях з метою надання можливості клієнтам здійснити реєстрацію самостійно.

По-п'яте, застосування голосових віртуальних помічників дозволить клієнтам здійснювати запити на обслуговування в номерах, чисті рушники, управління освітленням, охолодження, опалення, замовлення їжі та багато іншого. За допомогою голосових команд відбувається скорочення часу відгуку, оптимізація декількох операцій і багато іншого.

По-шосте, застосування соціальних медіа, де клієнти діляться всіма своїми враженнями про подорожі та пункти призначення (фотографії подорожей, готельних номерів і т.д.) онлайн. Дані пости в соціальних мережах служать довідковою інформацією для інших людей, які планують поїхати у відпустку.

По-сьоме, створення відеороликів, що є потужною платформою для реклами готелів та ресторанів. Відео використовується для надання клієнтам попереднього огляду готельних послуг та з метою привертання уваги.

По-восьме, навчання персоналу новим технологіям, завдяки яким буде легше взаємодіяти з гостями, задовольняти їхні запити і забезпечувати більш персоналізований підхід до кожного клієнта.

По-дев'яте, репутація, рекомендації та онлайн-огляди готелів, а саме: пошук і порівняння готелів на основі рейтингів і відгуків, пропозицій та надання якісних готельних послуг.

Отже, з визначених тенденцій вбачається, що готельний бізнес стає цифровим, відповідає всім сучасним технологічним трендам та активно

впроваджує новітні технології у свою повсякденну діяльність. Також на перший план виходить персоналізований підхід до клієнтів, на покращення якого саме і направлені всі технологічні нововведення. Підхід до якості готельного продукту заснований на визначенні процесів, які мають вирішальне значення для його реалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Successinthe Hotel Industry: 8 ThingsThatKeepYouonTop. Social Tables. URL: <https://www.socialtables.com/blog/hotel-sales/hotel-industry-success/> (дата звернення: 16.10.2020).

2. Reddy T. How chatbots can help reduce customer service costs by 30 %. IBM, 2017. URL: <https://www.ibm.com/blogs/watson/2017/10/how-chatbots-reduce-customer-service-costs-by-30-percent/> (дата звернення: 16.10.2020).

### **СТРУКТУРА ТА СКЛАДОВІ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Корнєєв М. В., Аносова О. С.

Одноосібний вплив певного акціонера або групи акціонерів на процес та результат прийняття стратегічних рішень створює бар'єри щодо виникнення можливості впливу інших учасників, але з другого боку – створює умови щодо виникнення дисбалансу інтересів в процесі управлінської діяльності в акціонерному товаристві (АТ). Дисбаланс інтересів учасників корпоративних відносин (КВ) може виникати безпосередньо в процесі управлінської діяльності, навіть при умові конвергенції інтересів на стадії формування корпоративних взаємовідносин, що створює загрози для збереження економічної безпеки корпорації. Це пояснюється відсутністю або недостатньою довірою між учасниками, або наявністю випадків відкритого порушення прав певної групи учасників КВ. Об'єктивною причиною виникнення суперечності інтересів є недосконалість механізму забезпечення розвитку корпоративних відносин, однією з важливіших складових якого є механізм корпоративного контролю. Головною метою механізму корпоративного контролю є формування такого співвідношення впливу учасників, що буде максимально забезпечувати інтереси учасників при мінімальних витратах, що пов'язані з врегулюванням корпоративних конфліктів як загрози для збереження економічної безпеки корпорації [1–5].

Механізм корпоративного контролю представляє собою сукупність принципів та форм КВ, інструментів, методів та засобів досягнення цілей, що визначаються на основі досягнення компромісу між інтересами та очікуваннями учасників з врахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Вихідним елементом формування механізму корпоративного контролю є інтереси учасників корпоративних відносин. Ступінь узгодженості інтересів учасників визначає характер корпоративних відносин та є основою щодо подальшої реалізації всіх наступних етапів стратегічної діяльності АТ. До суб'єктів корпоративного контролю нале-

жать ті учасники корпоративних відносин, що володіють певними правами участі в управлінському процесі або процесі прийняття стратегічних рішень, а також визначеними інструментами впливу на поведінку інших учасників. Отримання корпоративного контролю окремими учасниками корпоративних відносин здійснюється або за рахунок найбільшої частки акцій в акціонерному капіталі в порівнянні з іншими акціонерами, або за рахунок інших майнових прав у вигляді права вимоги боргу. Можливість отримання певного ступеню корпоративного контролю можливо також за рахунок немайнових цінностей. Наявність суб'єкту корпоративного контролю на стадії формування КВ визначає засоби забезпечення інтересів певною групою учасників та методи погодження інтересів всіх учасників. Тому на даному етапі формування корпоративного контролю важливим є уточнення, обговорення та фіксування повноважень та обов'язків учасників КВ, планових результатів управлінської діяльності у відповідних внутрішніх документах АТ [1–6].

Першочерговим завданням є відокремлення груп учасників за інтересами. Таке відокремлення приділяє увагу засобам забезпечення власних інтересів певною групою учасників та дозволяє своєчасно попередити імовірні корпоративні конфлікти, які є наслідком зіткнення дій різних груп учасників. Домінування інтересів певної групи учасників визначає пріоритетні методи погодження інтересів учасників. Характер таких методів полягає у ступені колективності вибору загальної цілі АТ. В процесі вибору методів погодження інтересів учасників відбувається розподіл ролей між акціонерами, органами вищого управління та існуючими релевантними зовнішніми учасниками. Результативність погодження інтересів залежить від наявності локальних цілей учасників та відкритості характеру процесу вибору загальної мети АТ. Методи погодження інтересів учасників характеризують неформальну сторону КВ, тому визначають вибір пріоритетних принципів корпоративних контролю. Ступінь узгодженості інтересів учасників КВ створює умови щодо вибору загальної мети АТ. Сукупність намірів, цілей та завдань, що визначають стратегічні пріоритети КВ та цілі їх учасників, загальні принципи та механізми з'ясування інтересів учасників КВ, правила та методи прийняття управлінських рішень стосовно досягнення стратегічних цілей представляють собою стратегію корпоративного розвитку АТ. В процесі формування та реалізації стратегії корпоративного розвитку корпоративний контроль знаходить своє проявлення на стадії визначення загальної суми необхідних для реалізації стратегічних рішень фінансових ресурсів та джерел їх покриття. Вибір джерел фінансування, попередній розподіл повноважень визначає релевантні групи учасників КВ, забезпечення очікувань яких впливають на подальший розвиток КВ та стратегічний розвиток діяльності АТ. Узгодженість очікувань релевантних груп та менш значних за впливом груп учасників знаходить своє відображення на стратегії корпоративного контролю, емісійній та дивідендній політиці АТ [1–6].

Стратегія корпоративного контролю спрямована на забезпечення відповідності результатів організації управлінської діяльності вимогам учас-

ників КВ. Реалізацією стратегії корпоративного контролю є розподіл повноважень між органами вищого керівництва, основним завданням чого є досягнення такого співвідношення незалежності управління та контролю над діями виконавчих органів, що відповідає умовам співробітництва учасників КВ, які було прийнято на стадії формування КВ. Ефективність від такого співвідношення залежить від якості комунікативного зв'язку між органами вищого керівництва та полягає у мінімальному рівні витрат, що пов'язано з виникненням корпоративних конфліктів не тільки між акціонерами та вищим керівництвом, а серед органів вищого керівництва та окремих їх членів. Удосконалювання взаємовідносин між членами АТ полягає в приведенні у відповідність можливостей АТ щодо забезпечення загальної цілі АТ, у розробці методичних підходів до процесу прийняття стратегічних рішень та повинно здійснюватися з урахуванням інтересів всіх груп учасників КВ [1–6].

Забезпечення взаємозв'язку між органами управління потребує формування та дотримання принципів корпоративного контролю, що створює умови щодо забезпечення ефективності корпоративного управління в умовах різних факторів впливу. Вплив певних факторів обумовлює характер корпоративного контролю, тому формальність прийнятих норм та правил поведінки значно знижує гнучкість та адаптивність існуючої системи управління зовнішньої середовища підприємства. На особливу увагу в процесі забезпечення дотримання принципів корпоративного управління у АТ заслуговують процедури формування стратегії корпоративного контролю та формування системи моніторингу корпоративного контролю. На етапі формування стратегії корпоративного контролю основним завданням корпоративного управління є складання плану дій щодо подолання розривів між потенціальним характером корпоративних відносин, що сприяє знаходженню балансу інтересів учасників, та фактичним станом, який характеризується суперечністю дій учасників, існуванням певних корпоративних конфліктів. Система моніторингу корпоративного контролю, є засобом контролю результатів управлінської діяльності та результатів впливу учасників корпоративних відносин. Оцінка типу та характеру корпоративного контролю сприяє прозорості взаємовідносин між учасниками КВ та стимулює їх щодо досягнення відповідності інтересів релевантних груп учасників інтересам інших учасників.

### **Список використаних джерел:**

1. *Бусыгина И. С.* Теоретико-методологические основы исследования психолого-акмеологических оснований корпоративной безопасности организации : монография. Екатеринбург: Изд-во “Лишка”, 2003. 316 с.
2. *Горняк О. В., Салюк-Кравченко О. О.* Шляхи вдосконалення корпоративної безпеки суб'єктів господарювання. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2016. № 3. С. 55–59.
3. *Попов О. Є., Пилипенко А. А.* Формування фінансової стратегії в системі економічної безпеки корпоративного підприємства. Науковий

вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №7. С. 165–169.

4. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: монографія. Київ: Книжкове видавництво НАУ. 2007. 436 с.

5. Штангрет А. М. Управління економічною безпекою підприємств авіаційної галузі : монографія. Львів. : Укр. акад. друкарства. 2011. 251 с.

6. Stachowiak Z. Teoria i praktyka mechanizmu bezpieczeństwa ekonomicznego państwa. Akademia Obrony Narodowej, 2012. 220 с.

7. Shaw J. C. Corporate Governance and Risk: A Systems Approach. Wiley. 2003. 212 p.

## СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ УКРАЇНИ

Разінькова М. Ю., Гриценко А. В.

Туристичні потоки всіх категорій туристів зростали у 2000–2003 рр., 2006–2008 рр., 2012–2013 рр., 2016–2018 рр. Спад цих потоків стався у 2004–2005 рр., 2009–2011 рр., 2014–2015 рр. та був обумовлений політичними та економічними кризами. Для більш наочної демонстрації результатів булорозраховано сальдо туристичних потоків, яке зображено на рис. 1.

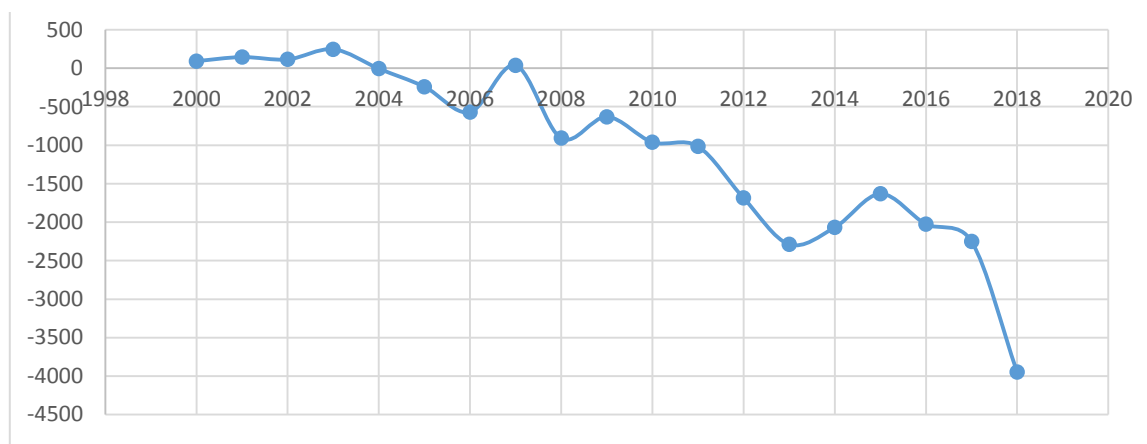


Рис. 1. Сальдо туристичних потоків у 2000-2018 рр.[1]

Аналізуючи рис.1, бачимо, що сальдо туристичних потоків мало позитивні значення у 2000 р. – 92,52 тис. осіб, у 2001 р. – 144,9 тис. осіб, у 2002 р. – 115,09 тис. осіб, у 2003 р. – 246,31 тис. осіб та у 2007 р. – 36,41 тис. осіб. Це означає, що в ці роки кількість іноземних громадян, котрі відвідали Україну перевищувало кількість українських громадян, котрі виїжджали за кордон. При чому, у 2000–2003 рр. відбувався зріст потоків як відвідувачів України, так і виїзду українців за кордон, а ось в 2007 р. – потік відвідування іноземців зростав, а потік виїзду українців за кордон зменшився, деяка частина подорожуючих осіб утримались від поїздок за кордон, основною причиною стала фінансово-економічна криза. Отже, бачимо на рис. 1, що крива туристичних потоків має різке падіння, по-перше, це зумовлено ростом подорожуючих українців за кордон з 2010 р., по-друге, падінням подорожуючих іноземців з 232,31 тис. осіб у 2013 р. до 17,07 тис. осіб у

2014 р. (це зумовлено, перш за все, політичною кризою). Найбільший спад в'їзду іноземних туристів відбувся у 2014 р. через політичну кризу, а найбільший зріст у 2016 р. Найменший темп росту внутрішнього туризму було зафіксовано у 2014 р. також через політичну кризу.

Темпи приросту в'їзду іноземних туристів, виїзду українських туристів за кордон та внутрішнього туризму зображено на рис.2, рис.3, рис.4 відповідно. Найбільший темп приросту відбувся з 2015 по 2016 рік, а найбільше падіння майже до значення мінус одиниці з 2013 по 2014 рік. Графік має зигзагоподібне коливання.

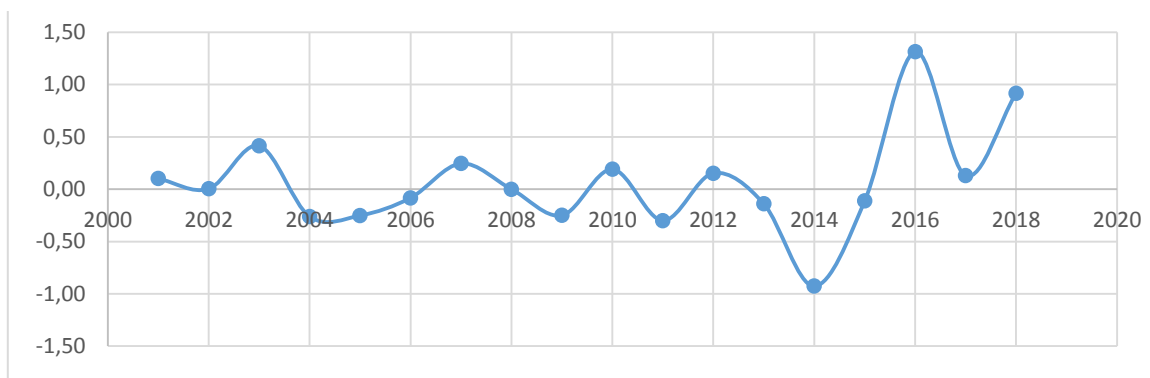


Рис. 2. Темпи приросту в'їзду іноземних туристів у 2001–2018 рр. [1]

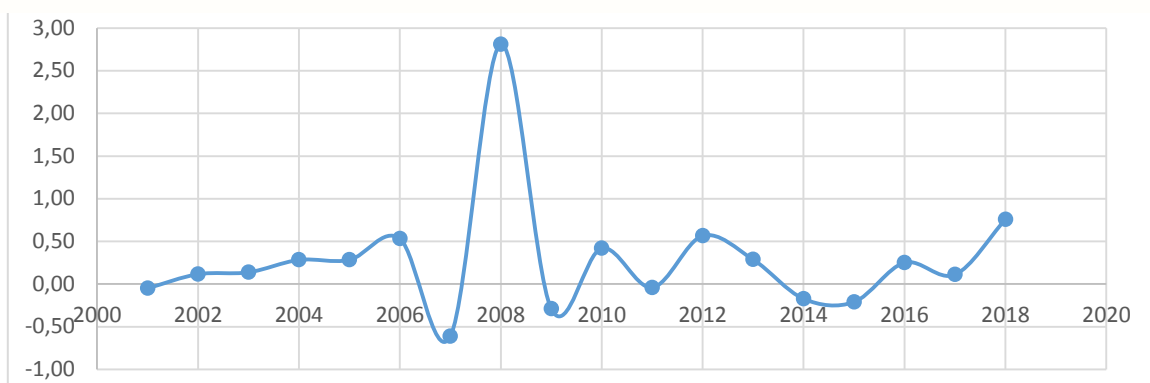


Рис. 3. Темпи приросту виїзду за кордон у 2001–2018 рр. [1]

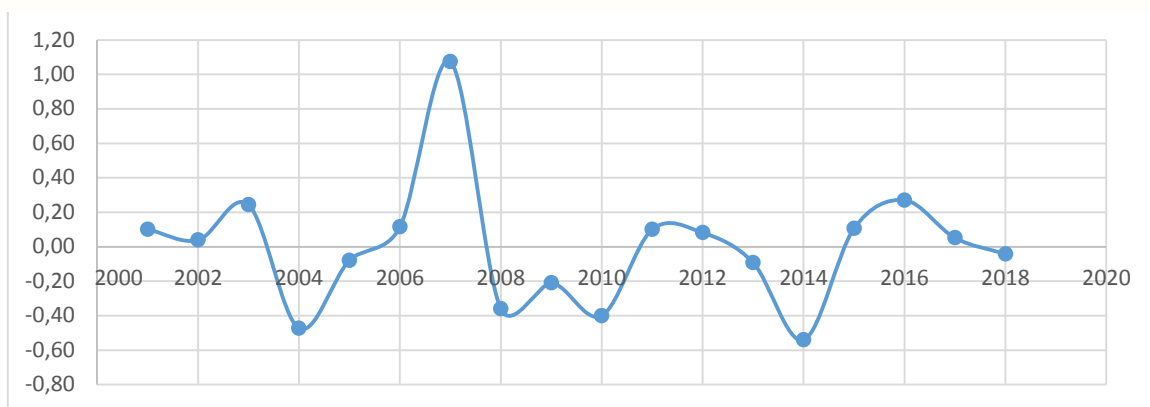


Рис. 4. Темпи приросту внутрішнього туризму у 2001–2018 рр.[1]

Найбільше падіння темпу приросту було зафіксовано з 2006 по 2007 рік, а слідом з 2007 по 2008 рік зафіксовано найбільший темп приросту. Крива має повільний зріст у 2001–2004 рр., найбільше коливання показників у 2006–2010 рр. та коливання з 2010 по 2018 рр. Падіння приросту внутрішнього туризму зафіксовані у 2004 р., 2008 р., 2010 р. та 2014 р. через політичні та економічні кризи. Найбільший приріст був зафіксований у 2007 р.

Проведений аналіз туристичних потоків підкреслює доволі нестабільний їх характер, що ускладнює прогнозування стану розвитку вітчизняної туристичної сфери.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

### **РОЗВИТОК ДВОСТОРОННІХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ВІРМЕНІЄЮ**

Трудова М. Є., Цатурян К. А.

Стан і перспективи торговельно-економічного співробітництва країн визначаються Угодою між Україною і Республікою Вірменія про економічне співробітництво. Довгострокова програма торговельно-економічного співробітництва передбачає активізацію відносин між країнами [3].

Україно-вірменські відносини, історія яких налічує не одну сотню років, з отриманням країнами незалежності отримали нового звучання, а їх основою стала економіка. У структурі економіки Вірменії основну частку займає сектор послуг (65,9 %), частки сільськогосподарського і промислового секторів складають відповідно 15,0 і 19,1 % [2]. Найважливішими галузями економіки є виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів, гірничодобувна промисловість, електроенергетичний комплекс. Традиційними для Вірменії є підприємства з виробництва коньяків і вин, овочевих і фруктових консервів, мінеральних вод [2].

Економічне зростання у Вірменії в 2018–2019 рр. обумовлене, головним чином, збільшенням обсягів послуг, торгівлі, виробництва продукції переробної промисловості, і будівництва. У той же час знизився обсяг сільськогосподарського виробництва, виробництва продукції гірничодобувної промисловості. Обсяг зовнішньої торгівлі товарами Вірменії в 2018 р. склав 7,4 млрд дол. США (збільшився на 16,4 %), експорт – 2,4 млрд дол. США (зріс на 7,8 %), імпорт – 5,0 млрд дол. США (збільшився на 21,1 %). Негативне зовнішньоторговельне сальдо склало – 2,6 млрд дол. США [2]. У структурі товарообігу Вірменії в 2018 р на країни СНД припадало 30,0 %, країни ЄС – 24,8 %, Китай, США, Іран, Туреччину та інші країни – 45,2 % [2].

Основним торговельним партнером Вірменії була Російська Федерація, на яку припадало більш ніж чверть товарообігу. Частка України становила лише 2,1 %, тож потенціал торговельних зв'язків між Україною та



Вірменією досить значний, проте використовується неповністю. Основні групи імпорту Вірменії: машини, обладнання та механізми (18,8 %); мінеральні продукти, в основному, газ і нафтопродукти (14,5 %); продукти харчування (8,1 %); продукти хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості (8,0 %); недорогочінні метали та вироби з них (6,9 %) [2]. Позиції імпорту з Вірменії: міцні спиртні напої; специфічні товари; лікарські засоби [2].

У 2018 р з Вірменії в економіку України надійшло 7,6 млн. дол. США інвестицій, в тому числі прямих – 7,5 млн. дол. США, прямих на чистій основі – 2,9 млн. дол. США. У Вірменії сформовано товаропровідна мережа понад 80 українських підприємств [2].

Треба відзначити ще одну надзвичайно важливу складову торгово-економічних відносин, а саме забезпечення транспортного сполучення з зовнішнім світом. В силу визначених геополітичних обставин Вірменія виявилася фактично в транспортній блокаді [1].

Існують, на жаль, факти, які завдають шкоди торговим відносинам. Перш за все, це підробки на вірменському продовольчому ринку української горілки, а на Україні – вірменських коньяків. Крім того, існує різниця в оподаткуванні тютюнової та горілкової продукції, принаймні щодо місцевого виробника і імпортера цієї продукції. Всі наведені факти відрізняються за змістом і формою, проте у них є одне спільне: в таких ситуаціях необхідно більш активно втручання відповідно до норм і правил СОТ держав [1; 3].

Велике значення в стратегічному економічному партнерстві України і Вірменії належить сполученню європейської інтеграції та реалізації концепції багатовекторного співтовариства. І в Україні, і в Вірменії визнають необхідність взаємної врахування інтересів у вирішенні питань стратегічної співпраці в економічній сфері [1; 3].

Одним з важливих напрямків розвитку співробітництва України та Республіки Вірменія в економічній сфері є створення спільних виробничих структур, що сприяють відновленню та розвитку коопераційних і технологічних зв'язків підприємств і галузей, зберіганню і більш ефективному використанню сформованої раніше спеціалізації підприємств в галузі машинобудування, хімії, паливно-енергетичного і військово-промислового комплексів, мобілізації фінансових і інвестиційних ресурсів за допомогою створення фінансово-промислових груп, торгових домів. Правова основа для організації і діяльності таких структур у законодавчих актах України і Республіки Вірменія поки що істотно відрізняється, що створює певні перешкоди на шляху їхнього створення [1; 3].

Отже, можна зробити висновки, що економічне співробітництво України з Вірменією за обсягами досить незначне, якщо порівнювати з іншими країнами. Частка України становить лише два відсотки, що вимагає пошуку напрямів поєднання економічних інтересів як в торговельній, так і інвестиційній сфері та сфері послуг.

### **Список використаних джерел:**

1. Міністерство економіки Республіки Вірменія. URL: <http://www.mineconomy.am/arm/43/gortsaruyt.html>
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Договір між Україною та Республікою Вірменія про економічне співробітництво на 2001–2010 роки. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/051\\_017#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/051_017#Text)

## **ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

Небаба Н. О.

Характерною особливістю сучасного етапу цивілізаційного розвитку стає неухильне зростання залежності національного господарства окремих держав від стану, форм зв'язку та тісноти інтеграції до глобалізованої світової економічної системи. Розширення масштабів міжнародних господарських операцій на національних і світовому ринках, розвиток і поширення діяльності наднаціональних інтеграційних бізнесових об'єднань, зростання обсягів міждержавного торгівельного обміну, збільшення обсягів міграції капіталу, розбудова надзвичайно складних об'єктів інфраструктурного обслуговування світової господарської активності (протяжні мережі транспорту, зв'язку, енергетичного постачання) та інші прояви та наслідки глобалізації створюють надзвичайно сприятливі умови щодо прискорення переходу процесу інтернаціоналізації економічних відносин на більш високий рівень, на якому відбувається утворення справжньої загальносвітової системи взаємозв'язків у єдиному господарському просторі з активним залученням до участі в ньому не тільки основної маси підприємців, але й широкого кола громадян більшості країн світу. Глобальний характер сучасних цивілізаційних змін обумовлює взаємопроникнення окремих національних господарств, а також вимагає узгодження дій урядів у виробленні економічної політики, що відповідає б інтересам усіх суб'єктів, які беруть участь в певному інтеграційному процесі розвитку міжнародного економічного співробітництва, а також щодо третіх країн. Особливого значення необхідність вироблення такого роду узгодженої політики (що виступала би основою не тільки для здійснення цілеспрямованих дій національних урядів, але й для координації та налаштування міждержавного співробітництва) набуває в сфері вирішення глобальних проблем та викликів, а також при використанні новітніх можливостей прискорення суспільного розвитку.

Проблеми суспільного розвитку (глобальні проблеми) являють собою найбільш суттєві протиріччя суспільного розвитку, які породжуються критичною неузгодженістю та незадовільним станом (тенденціями та темпами змін) ключових параметрів системи життєдіяльності людського суспільства та які потребують невідкладного розв'язання. Ознаками належності пе-

вної проблемної ситуації у стані функціонування та розвитку суспільства до складу глобальних суперечностей слід віднести такі властивості: по-перше, надзвичайна широта розповсюдження, через яку така проблема стосується людства у цілому; по-друге, загострення протиріч, які знаходяться в основі виникнення проблеми здатне призвести до суттєвого скорочення чисельності та навіть зникнення людства; по-третє, розв'язання таких проблем потребує обов'язкового залучення спільних зусиль більшості людства, тобто такі проблеми не можуть бути ефективно вирішені в межах окремої держави, регіону, території. До складу ключових глобальних протиріч, пов'язаних із інтернаціоналізацією господарських відносин, належать такі проблеми: екологічна криза та незворотні негативні антропогенні зміни умов природного середовища (глобальне потепління, звуження озонового шару); вичерпання ресурсної бази життєдіяльності людства та ресурсного забезпечення суспільного розвитку; загострення паливно-енергетичної та продовольчої криз; порушення демографічних пропорцій вікової структури населення у економічно розвинених країнах та країнах, які розвиваються; збереження високого рівня бідності, голоду та безграмотності населення в країнах, які розвиваються; зростання обсягів нелегальної економічної активності та зайнятості у «тіньовому секторі економіки», підвищення рівня корупції та обмеження продуктивності державного регулювання господарських відносин; збільшення обсягів зовнішніх та внутрішніх боргових зобов'язань національних економік; поширення проявів культурної та морально-етичної криз, у тому числі – в сфері господарських відносин, послаблення довіри між економічними суб'єктами.

З іншого боку, процеси економічної глобалізації призводять до виникнення принципово нових можливостей для суспільного розвитку, тобто сукупності передумов трансформації наявного стану існування суспільства (виникнення іншого стану речей, іншої дійсності), що породжується єдністю буття людей та нерозривністю взаємозв'язків між різними перетвореннями дійсності (об'єктивно існуючого комплексу явищ і процесів). Такого роду можливості стають відображенням певного етапу розвитку, в рамках якого нові явища, здатні змінити тенденції розвитку людства або перетворити дійсність, існують ще тільки у вигляді ймовірних альтернатив майбутнього, зокрема, в таких ймовірних для сьогодення напрямках: відкриття нових, економічних, потужних та відносно екологічно безпечних джерел палива та енергопостачання; розвиток біологічних та медичних технологій, використання яких дозволить досягти подовження тривалості продуктивного життя людини; відкриття нових матеріалів, використання нанотехнологічних рішень; скорочення штучних бар'єрів для здійснення економічних відносин між суб'єктами господарювання в різних регіонах та країнах світу, розвиток глобальних ланцюжків доданої вартості посилення інтеграції географічно віддалених стадій розробки, виробництва, продажу товарів та послуг; демілітаризація економіки та конверсія військово-промислового комплексу; надзвичайне посилення потужності інформаційних систем, заснованих на використанні біоінформаційних технологій. Реалізація можливостей (перехід

їх у стан дійсності) відбувається або через необхідність (єдина можливість перетворюється на безальтернативну дійсність), або випадково (зі складу доступних альтернатив реалізацію знаходить єдина можливість).

Сукупний вплив глобальних проблем та можливостей призводить до формування викликів суспільного розвитку (глобальні виклики), що являють собою загальнопланетарні явища сучасного світу, виникнення яких обумовлене сукупною дією декількох проблем та (або) можливостей, що визначається гостротою та значною (критичною) амплітудою відхилення від певного нормативного стану дійсності. Звичайно виникнення глобальних викликів пов'язано із впливом розмаїтого комплексу факторів і причин природного та (переважно) антропогенного походження, реагування на які вимагає консолідації зусиль усього людства.

## **ЄВРОПЕЙСЬКА СОЦІАЛЬНА МОДЕЛЬ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ**

Черба В. М., Парасіч А. О.

Зародження і розбудова соціальної державності в Європі є результатом тривалого історичного процесу [1]. Вагомими закономірностями цього розвитку являється доповнення традиційного переліку прав соціально-економічними й культурними правами, а саме збільшення кола і змісту функцій держави за рахунок доповнення їх традиційного переліку соціальними функціями, а також покрокове формування структури соціального законодавства. В свою чергу такий процес відбувався і в Україні з часів проголошення Декларації про державний суверенітет, концепція соціальної держави стала складовою частиною української державницької ідеології, а після проголошення в Конституції України соціальною правовою державою посприяло розвитку її конституційної моделі.

Проте, проаналізувавши так би мовити “досягнення” 29 років незалежності з боку простого громадянина можна стверджувати, що в Україні так і не вдалося побудувати бездоганну конкурентоспроможну модель господарювання, яка могла б втілити ринкові свободи господарювання з принципами соціальної справедливості, свободи та стабільності.

Що безпосередньо ж таке європейська соціальна модель? Європейська соціальна модель в її базовому сенсі – загальноєвропейське розуміння політичної цінності захисту від соціальних та інших ризиків на різних рівнях, що базується на понятті “соціального сталого розвитку” [2]. На сьогодні світ знає декілька моделей розвитку соціальної сфери, серед яких найбільш привабливою вважається європейська соціальна модель, основні положення якої покликані забезпечити ефективне функціонування економіки та розвиток європейського суспільства. Вона гарантує гідний рівень життя діяльності суспільства за рахунок встановлення мінімальних соціальних норм до яких належать такі показники, як: [3]

1) показник очікуваної тривалості життя при народженні (від мінімального показника 25 років до максимальних 85 років);

- 2) показник грамотності дорослого населення (на рівні 100 %);
- 3) середня тривалість навчання (неменше 15 років);
- 4) реальний ВВП на душу населення за ПКС (від мінімальних 200 дол. до максимального рівня 40 тис. дол. США)

Неодмінно, ця модель представляє собою не просто механізм вирішення соціальних проблем, вона є вагомим стартом по забезпеченню розвитку удосконалення всього суспільства, який базується на принципах соціальної держави, серед яких лідерами виступають саме: економічна свобода, пріоритет прав людини, соціальна справедливість та, звичайно, соціальна відповідальність, неухильне визнання регулюючої ролі ринку, відповідальність держави за створення, забезпечення і підтримку умов, що регулюють економічні та соціальні відносини.

Вагомим прикладом правильності і дієздатності даної моделі є існування численного середнього класу, що нараховує близько 2/3 громадян Європейського союзу, до якого, належать: люди, які лікують, вчать, керують процесами виробництва, програмують, себто працюють, творячи і зміцнюючи суспільство, опікуючись тими, від кого залежить суспільний розвиток і добробут, що досить важливо. Думка давньогрецького філософа Плутарха, саме середній клас є опорою нації і держави [4] не втрачає своєї актуальності і в сьогоденні.

На противагу Європі в Україні ситуація і стан середнього класу є невтішним тому що, на думку багатьох соціологів він майже відсутній, адже рівень доходу однієї частини населення наближається до полюсу багатства, а в інших – є занадто низьким і співвідноситься до рівня доходів бідних, що свідчить про значний рівень диференціації доходів. Тому в нашій країні досить низький рівень доходу працівників медицини, освіти і інших працівників бюджетної сфери їх потрібно визнати біднякам, хоча це є несправедливо. Саме тому в суспільстві виникає такий конфлікт, що звичайний офісний працівник чи консультант без вищої освіти отримує набагато більше ніж, наприклад лікар чи вчитель.

В нашій державі за рівнем грошових доходів середнім класом являються високопоставлені чиновники, заробітна плата яких є значно вищою ніж тих, хто працює в реальній економіці. Заданими Укрстату середньомісячною номінальною заробітною платою штатних працівників за 2019 рік склала 9299 грн. де найвищу заробітну плату мають працівники фінансової та страхової діяльності вона складає 13189 грн., а найнижчу працівники сфери мистецтва, спорту, розваг та відпочинку в розмірі 5425 грн., тоді як реальний дохід правлячої верхівки в сотні разів вищий [5]. Тому ця соціальна ситуація, в котрій знаходиться Україна в результаті ряду довгострокових структурних реформ, результатом яких є не тільки відсутність стратегічних планів соціального і економічного розвитку, але й відсутність власної соціальної моделі розвитку, побудованої на традиціях, віруваннях та цінностях українського суспільства, відображає критичний стан соціальної сфери, проявом чого стає загострення протистояння, міжусобиць в середині суспільства.

**Висновок.** Безумовно європейська соціальна модель є прикладом , еталоном розвитку соціальної сфери для України. Адже Україні, в першу чергу, потрібно запозичити і головне зрозуміти досить прості поняття, як: повага людської гідності, соціальної справедливості та стабільності, соціальної підтримки та захисту населення, яке так потребує український народ, лише тоді можливо побудувати систему соціальної орієнтації країни і створення стійкої конкурентоспроможної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Яковюк І. Виникнення та розвиток концепції соціальної держави. *Вісник Акад. правових наук України*. 2001. № 2 (25). С. 25–43.
2. Європейська соціальна хартія (переглянута) від 3/5/1996. European Social Charter (revised) CETS No. 163. URL : <http://www.conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=163&CM=7&DF=26/10/2008&CL=ENG>
3. Черленяк І. І. Про методу дослідження ідентифікації європейських соціальних стандартів. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 4 (9). С. 121–128.
4. Аверинцева С., Лосева А., Столярова А. Плутарх. Сравнительные-жизнеописания. Трактаты и діалоги. М.: “РИПОЛ КЛАССИК”, 1998. 672 с.
5. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності у 2010–2019 роках. URL: <https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/6439--2010-2017.html>

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА: СТАН І ДИНАМІКА ЗМІН**

Бикова А. Л., Лобза А. В.

Прискорення темпів науково-технічного прогресу призводить до скорочення зміни технологічних укладів, поколінь і моделей техніки. Змінюється і роль людини та суспільства в цілому в управлінні модернізацією економіки в умовах глобалізації. Аналіз кількісних і якісних характеристик людського капіталу дозволяє оцінити зміни, що відбуваються у сфері праці, чинники, що впливають на людський капітал та перешкоди для його ефективного розвитку.

Проаналізуємо найважливіші складові стану людського капіталу держави.

1. **Чисельність населення, тривалість життя, міграція.** За період з 2011 по 2019 рр. чисельність населення продовжує скорочуватися (7,92 %). Станом на 01.01.2020 р. чисельність постійного населення в Україні склала 41902,4 тис. ос. (з 2014 р. без урахування окупованих територій), що на 3876,1 тис.ос. менше, ніж у 2011 р. Незначна позитивна динаміка простежується щодо середньої очікуваної тривалості життя при народжуваності в Україні: з 71,02 р. у 2011 р. до 72,01 у 2019 р. (тривалість життя жінок вище за тривалість життя чоловіків). Негативними є й зростаючі показники смертності – найвищий показник 2497,3 тис.ос. зафіксовано у 2014 р. – 14,7 % на

1000 осіб наявного населення [1]. За даними ВООЗ, за рівнем смертності Україна посідає перші місця серед 51 країни Європи. На першому місці в рейтингу смертність від серцево-судинних захворювань (Україна має рівень смертності у 2016 р. – 38,2 %), що є найвищим показником у Східній Європі і четвертим серед усіх досліджених країн [2]. Нині ситуація погіршується через пандемію COVID-2019. Суттєвою причиною скорочення населення України залишається міграційний рух, за останні три роки, кількість вибулих становить від 430,3 тис. ос. у 2017 р. до 554,5 тис. ос. у 2019 р. Найвищим цей показник був у 2018 р. (610,7 тис. ос.) [1]. Основними причинами міграції є низький рівень оплати праці та пошук кращого життя.

**2. ВВП на душу населення.** Економічною основою відтворення людського капіталу є ВВП і його структурні складові. У період з 2011 по 2013 рр. наявна позитивна тенденція підвищення ВВП на душу населення. Різке падіння спостерігаємо у 2014–2015 рр. – 25,2 % та 29,8 % відповідно, що пояснюється політичною нестабільністю, інфляцією у 2014 р. – 124,9 % [3]. Позитивна тенденція почалася з 2016 р. – 2,4 %, у 2019 р. – 3,3 %, але це фактично показник відставання (показником економічного зростання є рівень 10 %).

**3. Зайнятість та безробіття населення.** Чисельність зайнятого населення в Україні мала суттєве скорочення у 2013–2016 рр. (3157,8 тис. ос.), що пов'язано із соціально-економічною кризою, агресією і торговельно-економічними санкціями Росії. Ситуація покращилася протягом останніх трьох років з 161 360,9 тис. ос. у 2018 р. до 16 578,3 тис. ос. у 2019 р., рівень зайнятості збільшився із 56,1 до 56,8 %. Але сучасний стан ринку праці демонструє значний обсяг зайнятих у неформальному секторі економіки: від 22,9 % (3695,6 тис. ос.) у 2017 р. до 20,9 % (3460,4 тис. ос.) у 2019 р., що пояснюється відсутністю офіційної реєстрації зайнятості та відсутністю правового і соціального захисту [1]. Рівень безробіття є високим – від 9,5 % у 2017 р. (1698 тис. ос.) до 8,2 % у 2019 р. (1488 тис. ос.), тоді як у країнах ЄС близько 7,5 %.

**4. Рівень освіти.** Кількість населення з вищою освітою на душу населення в Україні є вищою, ніж на середньоєвропейському рівні (від 15,1 р. у 2011 р. до 15,3 р. у 2019 р.) [1]. Нині цінність для роботодавців представляють працівники, що мають декілька професій, причому найбільш затребуваними є фахівці, які досконало володіють інформаційними і комунікаційними технологіями. Залишається гострим надання якісних освітніх послуг в умовах коронавірусної пандемії. Частка домогосподарств, що мають доступ до Інтернету у 2017 р. складала 59,8 %, у 2018 р. – 61,5 %, у т. ч. мешканці міст – 71,6 %, та сіл – 40,6 %. Найнижчий рівень серед регіонів у сільській місцевості мали Житомирська обл. – 16,6 % та Хмельницька обл. – 20,7 %. У містах – Житомирська обл. – 54,4 % і Волинська обл. – 56,4 %. Для порівняння, у країнах Європи у 2017 р. найнижчі показники склали – 63,7 % у Болгарії, найвищі – у Данії, Норвегії – 97% [5].

Оцінка рівня людського розвитку у світі здійснюється за рейтинговим списком Індекс людського розвитку (ІЛР) за Програмою розвитку ООН (ПРООН). Їх основними показниками є: середня тривалість життя та навчання, ВВП на душу населення, рівень соціальної захищеності, здоров'я, культурного розвитку населення, стану злочинності, охорони навколишнього середовища. У 2017–2018 рр. Україна посідала 88 місце у списку країн з високим рівнем розвитку (ІЛР – 0,751 та 0,75, зміна в рейтингу з 2012 по 2017рр. – 8) зі 189 країн світу.

Отже, оцінка стану людського капіталу в Україні показала, що відбувається поліпшення окремих характеристик, але є й несприятливі процеси: негативний природний приріст населення, темпи трудової міграції, рівень безробіття, низький рівень доступу освіти до інформаційних технологій, погіршуються показники здоров'я населення, його доходів. Подолання означених проблем забезпечить підвищення якості людського капіталу.

### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Вчені пояснили, чому Україна перша у рейтингу смертності від серцевосудинних захворювань URL: [https://zik.ua/news/2019/01/16/vcheni\\_royasnyly\\_chomu\\_ukraina\\_persha\\_u\\_reytingu\\_smertnosti\\_vid\\_1489199](https://zik.ua/news/2019/01/16/vcheni_royasnyly_chomu_ukraina_persha_u_reytingu_smertnosti_vid_1489199)
3. Валовий внутрішній продукт: Фінансовий портал Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>
4. Доступ домогосподарств України до Інтернету у 2018 році URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/07/zb\\_Internet\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_Internet_2018.pdf)
5. Доповідь про стан людського розвитку за 2019 рік URL: [https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic\\_governance/human-development-report-2019.html](https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/human-development-report-2019.html)

## **ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ**

Дулік Т. О., Александрюк Т. Ю.

За сучасних умов розвитку в соціальній сфері національних економік процесу децентралізації управління, що є однією з найважливіших сфер суспільного життя й охоплює галузі нематеріального виробництва та зачіпає інтереси всіх верств населення, дуже важливе значення набуває питання уніфікації підходів до організації системи соціального захисту громадян та надання їм якісних соціальних послуг.

У термінологічному словнику з правознавства поняття “соціальний захист (забезпечення)” трактується як форма розподілу матеріальних благ з метою задоволення життєво необхідних індивідуальних потреб громадян при настанні соціального ризику (непрацездатності, безробіття, втраті годувальника, малозабезпеченості) коштом спеціальних соціальних фондів



або державного та місцевих бюджетів у випадках та на умовах, встановлених у законі. І далі зазначається відповідний перелік засобів, що поєднує система соціального захисту в Україні, а саме: пенсії, допомоги працюючим (під час тимчасової непрацездатності; у зв'язку з вагітністю й пологами та ін.), багатодітним і одиноким матерям, малозабезпеченим сім'ям, у яких є діти; утримання й забезпечення осіб похилого віку та інвалідів у будинках-інтернатах, протезування; професійне навчання та працевлаштування інвалідів; пільги інвалідам та багатодітним матерям [1, 525]. Отже, таке визначення змісту “соціальний захист (забезпечення)” по суті ототожнюється з процесом отримання соціальних благ та послуг, спрямованих на забезпечення гідних умов життя та добробуту громадян України.

Проте в останні роки в Україні через трансформаційні процеси у соціально-економічній сфері, політичні конфлікти, військові дії, спалах коронавірусу надзвичайно загострилися соціальні проблеми й призвели до збідніння та суттєвого зниження матеріального добробуту населення, його розшарування за рівнем життя. У міжнародній статистиці саме цей показник застосовується для виміру ефективності та результативності засобів соціальної політики держави.

На сьогодні до пріоритетних напрямів внутрішньої соціальної політики європейських країн та України віднесено: підвищення рівня та якості життя населення, зменшення соціальної напруги, масштабів бідності, подолання хронічних захворювань та боротьба з інфекційними хворобами, створення сприятливих умов для отримання якісної освіти, всебічного та гармонійного розвитку молоді, захист демократичних прав і свобод громадян, забезпечення соціальних гарантій та зведення до мінімуму небажаних соціально-економічних ризиків тощо. Ефективність дій за цими напрямками залежить, насамперед, від процесу децентралізації управління у соціальній сфері, що є дієвим інструментом поліпшення життя в об'єднаних територіальних громадах (далі – ОТГ). При цьому слід враховувати, що успіх і ефективність процесу децентралізації управління у соціальній сфері залежать від динамічного розвитку соціальної економіки та її інфраструктурних елементів, а також якості функціонування бюджетно-податкової та банківсько-кредитної системи у межах відповідного правового середовища.

Децентралізація – (від лат. *de* – заперечення, *centrum* – основний центр) – 1) процес передачі частини функцій та повноважень вищими рівнями управління нижчим (від центральних органів виконавчої влади до місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування); 2) у широкому розумінні – ослаблення або скасування централізації [2, 166].

Правовою основою проведення процесів децентралізації управління у соціальній сфері України є Конституція України, Європейська хартія місцевого самоврядування, Європейська соціальна хартія, Закон України від 17.01.2019 р. №2671-VIII “Про соціальні послуги”, інші нормативно-правові документи, а також Концепція реформування органів місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (2014 рік).

Ці нормативні документи забезпечили реструктуризацію та реорганізацію органів влади в Україні в контексті так званого принципу соціальної організації та формування взаємодії всіх рівнів влади – “принципу субсидіарності” (від лат. *subsidium, subsidiarius, subsidia* – допоміжний, допомагати, допомога, сприяння), згідно з яким здійснюється чіткий розподіл повноважень між центральними та місцевими органами влади й одночасно передбачається спільна відповідальність щодо порядку встановлення системи соціальних послуг, їх надання (планування, організація, фінансування) для тієї категорії громадян (осіб, домашніх господарств), що опинилися й перебувають у скрутних життєвих обставинах та потребують сторонньої підтримки. Крім того, кожна ОТГ отримала повноваження надавати лише ті базові соціальні послуги, що відповідатимуть певним соціальним стандартам, які затверджує Міністерство соціальної політики України. Однак, як виявляється “*de jure*” – на законодавчому рівні відбулося проведення децентралізації управління, тобто розмежування повноважень між органами влади, але “*de facto*” – процеси адміністрування соціальних послуг та перерозподілу бюджетних коштів потребують подальшого удосконалення.

Отже, питання оцінювання глибини впровадження децентралізації управління у соціальній сфері України має стати предметом подальших наукових пошуків, що своєю чергою слугуватиме основою реформування державної та регіональної соціальної політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гончаренко В. Г., Астрова Л. М., Бірюкова А. М., Бояров В. І., Булгакова І. В. Правознавство. Словник термінів : навч. посіб.; за ред. В. Г. Гончаренка. Київ: Юрисконсульт КНТ, 2007. 636 с.

2. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. Енциклопедичний словник з державного управління; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.

## **ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Дорина Е. Б., Буховец Т. В.

Беларусь, как и другие страны постсоветского пространства, стоит перед необходимостью качественных преобразований в экономике. Страны, не ориентированные на выпуск наукоемкой продукции, бесспорно, будут оставаться в роли поставщиков сырья и, некоторое время, интеллектуальных ресурсов. Для определения достойного места Республики Беларусь в мирохозяйственных связях необходимо более подробно рассмотреть тенденции, формирующие развитие цифровой экономики, и наметить направления встраивания в этот информационно-инновационный поток.

Цифровая экономика (сетевая, электронная, виртуальная экономика; англ. Network, Digital, Electronic economy (e-Economy); Virtual economy) –

хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций). Технологически сетевая экономика представляет собой среду, в которой юридические и физические лица могут контактировать между собой по поводу совместной деятельности.

Информационная экономика - экономика, в которой большая часть валового внутреннего продукта обеспечивается деятельностью по производству, обработке, хранению и распространению информации и знаний.

Одним из перспективных направлений в информационной экономике является сетевая экономика. Развитие информационных и телекоммуникационных технологий сформировали среду для экономической деятельности в Интернет, а развитие инфраструктуры глобальной сети Интернет и коммерциализация Интернета привели к изменениям способов ведения бизнеса и появлению электронного рынка, основанного на принципах сетевой экономики. Технологически сетевая экономика представляет собой среду, в которой юридические и физические лица могут контактировать между собой по поводу совместной деятельности.

Сетевая экономика может существовать только в компьютерных сетях. Она является базисом для электронного бизнеса, основной составляющей которого является электронная коммерция. В отличие от индустриальной экономики, которая является национальной по своему масштабу, сетевая экономика носит глобальный характер, что существенно расширяет число поставщиков, заказчиков, партнеров и конкурентов. Сегодня коммерческая деятельность в Интернет стала доступной всем.

В условиях сетевой экономики операции осуществляются в электронном виде, что приводит к созданию виртуальных взаимоотношений между бизнес-партнерами и другими субъектами виртуального рынка.

Стратегия экономического развития Республики Беларусь базируется на высокотехнологичной экономике, использующей знания. Действия правительства, предпринимаемые в этом направлении, имеют целью создать эффективную систему научной деятельности и обеспечить превращение научно-технологической политики из комплекса мер по управлению наукой и технологиями, как отдельно взятой отраслью экономики, в один из стержневых элементов всей системы государственного регулирования. Необходимым условием для этого является развитие образования.

Место любой страны в современном мире определяется качеством человеческого капитала, состоянием образования и степенью использования науки и техники в производстве. Построение в Республике Беларусь общества знаний и ее вхождение в глобальное экономическое пространство возможно при наличии ряда условий, одним из которых является обеспечение эффективного развития интеллектуального потенциала государства. Именно образование, как основа фундаментальных знаний и источник производства человеческого капитала, способно обеспечить Республике Беларусь новый технологический прорыв. Интеграция образования и науки будет способствовать переходу к новой инновационной экономике.

Для того, чтобы цепочка “образование – фундаментальная наука – прикладная наука – инновационная экономика” заработала, необходимо создание интегрированных научных центров, обеспечивающих совместное участие деятелей науки, высшего образования и инновационных структур в подготовке высококвалифицированных кадров и проведении научных исследований.

Разумное развитие белорусской экономики видится в переносе центра тяжести на технологическую информационную промышленность как на отрасль с наиболее емким мировым рынком и максимальной производительностью труда. Именно эта отрасль может стать тем локомотивом, который вытаскивает страну из застоя, поставит ее в условия стабильности и экономической независимости и стимулирует модернизацию всей “старой” экономики.

Особое место в системе прямых мер воздействия государства на бизнес в области высоких технологий должно занимать стимулирование развития технопарковых структур: различных форм научно-производственных комплексов, технологических центров, научных и технических парков. Их главная задача — оказание разного рода услуг по ускорению инновационных процессов, практической реализации перспективных научных идей и открытий. Это достигается путем объединения усилий высших учебных заведений, научно-исследовательских центров и новых наукоемких предприятий. Многие подобные комплексы, как показывает мировой опыт, возникают вокруг университетов и научных центров и возглавляются ими. Новые предприятия часто создаются самими учеными и специалистами при помощи университетов, финансовых учреждений, торгово-промышленных палат и частного бизнеса. В некоторых случаях университеты через контролируемые ими фонды вкладывают средства в венчурные предприятия с целью эксплуатации технологий, разработанных в их лабораториях. В таких фондах участвуют и ученые. В течение 3–5 лет технополисы и технопарки “выращивают” 10 и более небольших научно-технологических структур, предоставляя им на условиях лизинга электронно-вычислительное оборудование, помещения, оказывая консалтинговые услуги, помощь в проведении совместных НИОКР, подготовке кадров, в создании совместных венчурных фирм.

Развитие информационной индустрии в каждой стране зависит от многих факторов, но основными показателями являются: объем инвестиций в телекоммуникации, а также количество и качество использования компьютеров в информационной индустрии, и количество пользователей, имеющих доступ к Интернету.

В качестве одного из факторов конкурентоспособности современной экономики рассматриваются распространение и внедрение в общественной жизни информационно-коммуникационных технологий, т. е. готовность страны к информационному обществу. Исследования подтверждают позитивное влияние ИКТ на эффективность экономического роста развитых

стран. Развитые государства занимают на протяжении ряда последних лет ведущие позиции в потреблении ИКТ-товаров и услуг. Для развивающихся стран такое воздействие является неоднозначным и распределенным во времени, поскольку в мировой экономической системе они чаще выступают в роли производителей и поставщиков ИКТ для развитых стран. Это в свою очередь способствует росту добавленной стоимости ИКТ-сектора, экспорта ИКТ-товаров и услуг и повышению качества информационной среды и коммуникационной инфраструктуры.

Республике Беларусь необходимо устранять диспропорции рынка трудовых ресурсов, поскольку, несмотря на существенный уровень подготовки кадров в области точных наук (26 % всех выпускников вузов), сохраняется низкий удельный вес (0,2 % занятого населения) и дефицит занятых в ИТ-секторе страны.

Республике Беларусь по-прежнему следует развивать отрасль телекоммуникаций за счет расширения услуг доступа в сеть интернет, в частности требуется развитие услуг ШПД на основе стационарных технологий. Для изучения механизма влияния фактора EIU соответствующий индекс конкурентоспособности ИТ-сектора был представлен в виде шести суб-индексов: общая деловая среда, ИТ-инфраструктура, человеческий капитал, правовая среда, условия для проведения исследований и разработок, государственная поддержка ИТ-сектора. На основе расчета парных коэффициентов корреляции между ними и показателем удельного веса ИКТ-затрат в ВВП подтвержден вывод о том, что развитие сектора ИКТ в большей степени определяется качеством телекоммуникационной инфраструктуры. Поскольку данный фактор является одним из основных критериев рейтингового анализа готовности стран к электронному правительству и информационному обществу, создание благоприятной ИКТ-инфраструктуры позволит Республике Беларусь усилить позиции в международных рейтингах и улучшить имидж страны в мировом экономическом сообществе.

## **THE MARKETING SUPPORT FOR THE ENTERPRISE' DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION AND IMPLEMENTATION**

Saed Khalleefah Ahmed Mohammed, Dashevskaya T. S.

Suppose the company craves to benefit from the market requirements changing. In that case, it should actively and consistently improve the production organization and management, accelerate the renewal of product range, reduce unproductive costs and try to find new ways to mobilize existing reserves to improve efficiency. An economic entity's competitiveness under such conditions will be colossally determined by its ability to detect significant environmental changes on time. It may also be necessary to consciously and systematically direct (preferably – advanced) accommodation of all enterprise components' internal environment to these transformations. Therefore, one of the de-

fining problems of enterprise management in such conditions is the marketing and economic justification for choosing the best ways to use existing production capacity and existing resource base. Given the market reform of the economy, such an approach may be further complicated by the limited financial and investment opportunities of domestic industrialists, increased competition (including by non-residents), complicating consumer desires, etc.

Marketing parameters of the enterprise largely determine not only the state of its potential but also possible strategic alternatives to economic development. Here we can specify several groups of marketing parameters, such as market parameters (market capacity, type and conditions of competition), commodity parameters (consumer properties of products and services), resource management parameters (the state of sales channels, the level of organization of commercial and sales operations, marketing communications, etc.). However, it should be noted that building a marketing basis for effective implementation of potential and achieving sustainable competitiveness of the enterprise require usage not only tools for target markets studying and segmentation, as well as tools for selective communication and passive interaction with consumers. On the contrary, the enterprise's potential formation and realization have to consider the probable occurrence of unpredictable economic environment changes. In such conditions, the primary role should play the measures intensification (first of all, marketing direction) for forming the target markets' for implementing the selected options for enterprise development (alternatives to achieving a wide range of strategic and current goals).

Considering that listed innovations aimed at accelerating the accommodation of the enterprise to change the conditions of its work, we have to consider the prominent role of marketing strategy within the marketing plans hierarchy. From this point of view, the strategic aspect of marketing activities should only complement or precede the formation of a "marketing mix" complex. This strategic aspect is primarily focused on studying the patterns of target segments transformation, as well as on establishing the promising market composition or identifying hidden demand. It is also believed that the planning of a holistic marketing complex is determined mainly by the current (tactical) nature and content of the relevant procedures. In this case, researchers considered the marketing-complex forming process as a set of plans and policies developing.

Realization of marketing potential, formed under the guidelines defined in strategic planning, allows not only to obtain the expected amount of entrepreneurial income but also to create the preconditions for further growth of marketing activity. Evaluation and control of marketing strategy development logically complete the process of strategic planning. It allows us to form a set of sustainable feedback between the marketing goals and the chosen methods for achieving these goals. At the final stage, we also considering the interconnection between the strategy prerequisites and the results of available opportunities usage. The assessment of the marketing strategy adequacy and success involves the implementation of marketing control. The marketing control consists of testing assumptions about the influence of internal and external factors of capacity build-

ing, assessing the levels of achievement of selected strategic goals, modelling options for the development of marketing activity, etc. Three types of control procedures can be used to check the effectiveness and quality of marketing plans. The same techniques can also be used to assess the marketing organization's level and plan the marketing process in general. First, it is the control over the time parameters of the implementation of plans (of course, the inspection timing should correspond to the parameters of the selected planning horizon). Secondly, it is control of efficiency (most often – through indicators of profitability and profit). Third, it is a strategic control, which determines the degree of achievement of marketing goals.

Identification and comprehensive analysis of the main factors in forming competitive advantages become the basis for significant marketing strategy development and enterprise development potential implementation.

The generalization of these factors' combined influence allows not only to form a set of strategic alternatives for development (within these alternatives, a marketing strategy will be selected) and to develop organizational, economic and scientific-methodological approaches to the implementation of possible options of this kind. Within the described approaches, the company can form a set of competencies and identify the necessary marketing resources and marketing opportunities, access to which must be provided. The company must also identify marketing activities' results, which is necessary for the maximum realization of marketing potential.

Determining the main factors of competitive advantage and developing an effective strategy for the formation and implementation of marketing potential to predict likely changes in market conditions and competition is the highest priority analytical task. An essential step in analyzing competition within individual target markets (segments) is to study the industry's general situation and formulate conclusions about the existing patterns of a competitive game. We have also to make conclusions about the industry's relative attractiveness for marketing and sales operations in both short-term and long-term aspects.

## **ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ТА ІНТЕРЕСІВ АКЦІОНЕРІВ У КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИНАХ В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ**

Аносова О. С., Шрам П. І.

Належний захист прав та забезпечення інтересів акціонерів є однією з найбільш складних проблем у корпоративних відносинах. Інтереси певних груп акціонерів (наприклад, власників) неминуче входитимуть до протиріччя з правами інших (міноритарних акціонерів), права акціонерів з інтересами товариства та ін. Тому захист прав акціонерів належить до центральних питань правового регулювання діяльності акціонерного товариства (АТ). Забезпечення прав акціонерів тільки через створення належних правових норм вимагатиме також формування відповідних дійових механізмів і структур судового захисту корпоративних прав. Іншим досить ефектив-

ним механізмом забезпечення інтересів акціонерів є представництво у органах управління товариства та здійснення контролю за діями керівництва.

Проте в правовому регулюванні слід також враховувати економічну та соціальну природу тих корпоративних відносин, які виникли та набули розвитку у вітчизняних акціонерних товариствах. Корпоративні відносини в Україні на цей час мають ряд особливостей, що можуть суттєво утруднювати практичне використання навіть цілком довершених правових норм врегулювання цих відносин.

По-перше, в більшості АТ виникнення корпоративних відносин було зумовлено не майновим чи грошовим внеском акціонерів до діяльності товариства, а виконанням державою певних обов'язків перед громадянами України щодо справедливого розподілу майна приватизованих підприємств. Тому частка, яку отримали громадяни - міноритарні власники – в акціонерних товариствах, аж ніяк не була пов'язана із значенням цих акціонерів, тобто їхнього внеску як власників, для корпоративних відносин. Проте впливовість акціонерів-аутсайдерів, які не приймали та не приймають активної участі у діяльності товариства, з точки зору інсайдерів може здаватися сумнівною та в більшості випадків не стане переконливою підставою для перейняття корпоративного контролю (мова йде суто про психологічне сприйняття суспільством тих корпоративних відносин, що склалися на цей час). Для виправлення становища недостатньо тільки створення належних правових норм або навіть дійових механізмів їхнього дотримання, для цього усі (або більшість) учасники корпоративних відносин мають вважати права акціонерів справедливими та гідними захисту. Виникнення позитивного ставлення до прав акціонерів можливо лише за умови вторинного (третинного і т. ін.) переділу власності або формування відповідної культури корпоративних відносин. Останнє ствердження набуває особливого значення з точки зору подолання наслідків повного заперечення приватної власності за радянські часи. Тому вирішення проблеми забезпечення прав акціонерів не останньою мірою залежить від послідовності виконання та обґрунтованості усього корпоративного законодавства.

По-друге, нехтування правами відбувається не лише стосовно інтересів акціонерів, оскільки права інших учасників корпоративних відносин (насамперед – персоналу у сфері оплати та умов праці) також дуже слабо захищені. В умовах масового порушення інсайдерами прав учасників корпоративних відносин малоімовірним здається можливість окремого ефективного захисту інтересів акціонерів. Тому створення дійового правового забезпечення корпоративних прав майже неможливе без формування відповідних механізмів захисту прав інших учасників корпоративних відносин від дискримінаційних дій інсайдерів або будь-яких інших осіб (в тому числі державних органів). Крім того, досягнення прийнятних результатів діяльності неможливе без поєднання зусиль усіх учасників корпоративних відносин. В разі переважання гарантій прав та інтересів акціонерів над правами інших учасників, корпоративні права навряд чи будуть належно забезпечені діяльністю товариства.

По-третє, можливості реальної участі міноритарних акціонерів в



управлінні АТ більшою мірою залишаються обмеженими (через малі частки акціонерного капіталу, територіальне відокремлення товариства від його власників, через неможливість здійснення додаткових інвестицій та належного управління і т.ін.). Зовсім інакшим є становище акціонерів – власників досить великих пакетів акцій, які (через розмір належної ним частки власності АТ та наявність певних фінансових ресурсів), здатні претендувати на корпоративний контроль. З економічної точки зору, саме між цими групами – інсайдерів та претендентів на інсайдерський контроль – на цей час відбуваються “справжні” корпоративні відносини. Виправлення ситуації нехтування правами міноритарних акціонерів можливе лише за умови стрімкого збільшення заощаджень населення та приватних інвестицій, для чого у найближчі часи майже не має підстав.

Змагання щодо перейняття корпоративного контролю за такі умови відбуватиметься між власниками великих пакетів акцій та вищим керівництвом товариств, оскільки тільки ці групи здатні змінити економічне становище АТ. Тому регулювання корпоративних відносин у сфері захисту прав акціонерів має бути спрямовано на забезпечення впливу міноритарних акціонерів на змагання щодо перейняття корпоративного контролю між інсайдерами та претендентами на інсайдерський контроль. Саме від результатів цього змагання (в якому має перемогти той учасник, який здатний ефективно управляти товариством) в подальшому залежатиме реалізація інтересів усіх без винятку власників. Тому найбільш дієвим способом захисту прав акціонерів здається вдосконалення правового забезпечення впливу акціонерів на результати змагання щодо перейняття корпоративного контролю.

В цілому, вдосконалення нормативно-правових засад організації діяльності акціонерних товариств залишається найважливішим завданням, від вирішення якого величезною мірою залежить можливість формування в Україні належної системи корпоративного управління.

## **REGULATION OF GLOBAL ECONOMIC EQUILIBRIUM**

**Hladchenko A. Yu.**

Today, the problem of integrating the public administration system of Ukraine needs more than ever a solution, given the events that have opened new horizons and prospects for the development of a more effective economic model. In the past two years, the state management of the economy as a whole and its individual links are constantly being transformed in accordance with European and general world standards, however, along with this, the standards themselves and the international organizations that regulate the activities of countries at the supranational and global level are constantly changing, and therefore the priorities in the integration of state policy on integration into international organizations, which by their nature perform stabilization functions, have exceptional interest [1].

The first scenario for the development of the global rebalancing of the UN economic balance is based on the strengthening role of the United Nations and

other institutions that are derivatives of the UN. The fact is that the modern system of coordination of economic equilibrium is founded, financed and managed by a small number of countries that have global power in the financial markets and the realm. However, the author's analysis suggests that the UN system is currently in decline, as conflicts provoked in Ukraine, Georgia, Libya, Syria and other countries cannot be resolved using such a tool as the United Nations. The essence of this scenario is that the UN will be reformatted and additions by new members that able coordinate the situation on a regional scale.

So, in our opinion, the UN's weakness is that, for example, countries such as China, India, Brazil, Kazakhstan do not have an adequate share of power and competencies in the system of World Bank Organizations, the International Monetary Fund of their currency, despite striking GDP indicators, is partially convertible, i. e. the object of these countries is underestimated by the existing global institutions for the coordination of economic equilibrium, and therefore the new system is not able to work effectively without these countries [2]. The second scenario, which is no less probable, is called "Institutional transnationalism". The essence of this scenario is that over the past twenty years' transnational corporations have become the main subject both in national commercial relations and in international markets.

The accumulated incredible transnational capital that is not controlled by one of the existing international institutions today forms an extensive system of international legal, research and other institutions, is a union or informal association and is controlled only by the totality of corporations that formed. In the future, this process will intensify. Corporations will begin to play a much more important role than the national governments and international organizations based on the construction of entire research cities, in which employee will live and work simultaneously.

A more precise organization and effectiveness of raising funds will allow corporations to penetrate into new areas of public life, for example, outsourcing of law enforcement, fiscal and other functions will be implemented by future corporations legally as the territories of their presence will become full property of these corporations. Already today, some corporations are buying up island territories in which their own rules and laws apply, which may differ from national ones. The main drivers of this process will be the development of liberal territories that will become centers of a new formation of correlations, which will be much more effective than the actions of national governments in their qualitative characteristics [3; 4].

The third basic scenario "Global Regionalism" based on the negative development of the global economy will develop according to the scenario of local wars and economic depressions. In such circumstances, countries today have members of integration agreements that will localize both international trade and migration flows, which will erase the framework of national economies. In turn, it will close access to trade at the bilateral level. The drivers of this scenario are geoeconomic instability between the Asian region, Europe, the United States and Latin America. Russia, India, China, having united a new regional integration group, however, will work the countries of the Triad (USA, Japan, Europe).

The world will again become bipolar, however, the advantage will be on the side of Asia, having formed its own currency that will be distributed throughout the territory of the regional association similar to the Soviet Union, the world will plunge into a new cold war where the confrontation will just be in the territories of countries for some reason joined this or that side. In such circumstances, the further development of the author's problems is extremely important for the orientation of state management of the economic balance in Ukraine.

#### **List of sources user:**

1. *Chiteka K., Enweremadu C. C.* (2016). Prediction of global horizontal solar irradiance in Zimbabwe using artificial neural networks. *Journal of Cleaner Production*, 135, 701–711.
2. A report from the Economist Intelligence Unit sponsored by Cisco Systems. (2014), "Foresight 2020: Economic, industry and corporate trends", available at: [http://graphics.eiu.com/files/ad\\_pdfs/eiuForesight2020\\_WP.pdf](http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/eiuForesight2020_WP.pdf) (Accessed 30 August 2014)
3. The official site. (2014), "The International Monetary Fund", available at: <http://www.imf.org/external/country/index.htm> (Accessed 21 September 2014)
4. *Yang Q.* (2019). Prediction of global value chain based on cognitive neural network-take Chinese automobile industry as an example. *Translational neuroscience*, 10(1), 81–86.
5. *Arkolakis C., Ramondo N., Rodríguez-Clare A., Yeaple S.* (2018). Innovation and production in the global economy. *American Economic Review*, 108 (8), 2128-73.
6. *Alam M.* (2016). *Poverty from the Wealth of Nations: Integration and Polarization in the Global Economy since 1760.* Springer

### **ОСОБЛИВОСТІ АРТ-МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Даценко В. В., Жихарева-Толстік Г. О.

Унікальність арт-маркетингу полягає в тому, що принципи маркетингу можливо застосовувати і в галузі мистецтва і культури. Вперше про застосування маркетингу в мистецтві заговорив Ф. Котлер в 1967 р. [4].

Основне завдання маркетолога в цій сфері, це створення єдиного майданчика для художників і споживачів художнього продукту, а вірніше створення оптимальних умов для їх зустрічі.

Ф. Колбер виділяє два основні сегменти ринку в мистецтві. Перший сегмент орієнтований на некомерційний сегмент (художній продукт), а саме виконання соціальної місії. Другий сегмент орієнтований на комерційний сегмент (ринок), і головне в ньому це отримання прибутку [1].

Головна перевага художнього продукту – його реальна унікальність, задоволення художньо-естетичної потреби вишуканого споживчого смаку. І, тут діє один закон – художній продукт формує публіку.

Арт-маркетинг – це технологія досягнення конкретних цільових аудиторій, які зацікавлені в даноу товарі, адаптуючи його до продукту, ціни, місця і просування.

Ф. Колбер посилається на принципи сегментування ринку культури, певні Е. С. Хиршманна. Суть цього підходу полягає в тому, що сегментування на ринку культурних послуг будується за принципом “три в одному”. Перший сегмент – творчість заради творчості; цільова аудиторія – автор. Основна мета – самовираження і самореалізація. Перший сегмент гранично мінімізований, він не включає найближче оточення художника, який не намагається шукати ніяких однодумців. Він творить заради процесу, заради власного задоволення.

Другий сегмент – творчість, орієнтована на обмежене коло професіоналів. Основна мета – визнання в співтоваристві професіоналів. В даному випадку творчість орієнтована на гранично вузький сегмент.

Третій сегмент – комерційно успішна творчість; основна аудиторія – масова аудиторія. Основна мета – отримання прибутку.

Арт-маркетинг об’єднує такі дії: з одного боку, бренд інтегрують в арт-проект, з іншого – арт-проект формується під бренд. Творчість “оброс-тає” маркетинговими завданнями, залучаючи аудиторію і виділяючи бренд на тлі конкурентів. В Україні на хвилі нових віянь і розвитку арт- і дизайнерської індустрії арт-маркетинг розвивається досить жваво. Основними каналами просування стають журнали, онлайн-проекти і соціальні мережі (за ступенем зростаючої популярності слід виділити Instagram) [2].

Онлайн-проекти арт- і дизайн індустрії, які просувають мистецтво в маси за допомогою залучення інтернет-аудиторії, також формують свою нішу в арт-маркетингу. Такі проекти представлені як на локальному рівні, так і на міжнародному. У Дагестані це молодий проект “Pavilion”, в Росії вже великим гравцем є “Myhome”, а якщо говорити про західні онлайн-проекти, то це звичайно “Homebeautiful”.

Останнім часом арт-ринок змінився, а разом з ним і види споживання мистецтва. Відмінності між комерційними та некомерційними заходами повністю стерті. Найчастіше завдяки важелям маркетингу.

Таким чином, потрібно завжди враховувати той фактор, що арт-ринок під собою не має матеріального початку. Сучасний ринок мистецтва оперує символічної продукцією, на ньому здійснюється символічний обмін всередині системи, яка побудована на споживанні символічних благ.

Сьогодні система мистецтва - це структурований комплекс соціальних акторів, інституцій і механізмів, які мають владу в відповідному сегменті соціального простору. У цьому сегменті переважно комунікація визначає параметри ринкової взаємодії. Відмова у визнанні арт-об’єкту предметом мистецтва означає позбавлення його легітимності на цьому ринку, що, фактично, трактується мистецьким середовищем як висновок за межі ринку або підвищення бар’єрів для входу на ринок.

Ринок для мистецького середовища – це спосіб актуалізації творів мистецтва і інструмент для розвитку мистецтва, його напрямків, технологій, систем виразності в конкурентному середовищі. Дослідження шляхів реалізації системи маркетингу на арт-ринку дозволить виявити найбільш сприятливі механізми інвестування і найбільш привабливі з точки зору прибутковості предмети мистецтва. Крім того, вивчення маркетингу на даному ринку дозволило б сформулювати систему просування для нестандартних товарів, або товарів культурного наповнення [3].

У широкому сенсі таке дослідження, на мій погляд, буде сприяти активізації культурного життя країни, підвищенню інтересу до мистецтва з боку населення, збільшенню числа контактів мистецького середовища і суспільства, зростанню престижу внутрішніх акторів на внутрішній і міжнародній арені, а також зміцненню національної культурної бренду, який розглядається в якості одного з активних інструментів комунікацій на глобальному ринку об'єктів мистецтва.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Колбер Ф.* Маркетинг культуры и искусства. - М.: Букинист, 2004.
2. Маркетинг-микс // Записки маркетолога URL: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/m/marketing\\_miks/index.php](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/m/marketing_miks/index.php)
3. Искусство как объект инвестирования // URL: [http://repnoe.net/upload/iblock/3fd/d\\_belkevich\\_iskusstvo\\_kak\\_obekt\\_investirovaniya.pdf](http://repnoe.net/upload/iblock/3fd/d_belkevich_iskusstvo_kak_obekt_investirovaniya.pdf)
4. *Котлер Ф., Шефф Дж.* Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств.-М.: Класика – XXI, 2004

### **ПОЛІТИКА ЄРОПЕЙСЬКОЇ КОМІСІЇ ЩОДО ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У СФЕРІ ОСВІТИ І НАУКИ – ПЕРСПЕКТИВА 2021–2027 pp.**

Дегтярьова І.

Наступна декада розвитку Європейського Союзу буде періодом активної діджиталізації і характеризується як Європейська Цифрова Декада [1]. Стратегія розвитку та політичні пріоритети Європейського Союзу у бюджетній перспективі 2021–2027, узгоджені у багаторівневому процесі консультацій та дискусій і викладені у керівних принципах програми Президента Європейської Комісії Урсули фон дер Ляєн для нового складу Європейської Комісії [5], фокусуються на широкому впровадженні цифрових технологій у всі сфери функціонування ЄС, відповідно до сучасних тенденцій цифрової ери, зокрема й у сферу освіти і науки. Ключовим пріоритетом має бути підвищення якості життя людей, реалізація їх потенціалу, соціальне згуртування, забезпечення економічного зростання, “зеленої” трансформації та інноваційного розвитку. І саме сфера освіти і науки відіграє тут провідну роль і у найближчі роки концентруватиметься на використанні потенціалу цифрових технологій для підвищення якості та інклюзивності освіти і створенні Європейського освітнього простору до 2025 р., фор-

муванні цифрової грамотності й розвитку цифрових навичок усіх громадян, розвитку дослідницького та інноваційного простору на засадах досконалості та відкритої науки, згідно з новим баченням Європейського дослідницького простору.

Пандемія COVID-19 та кризи, із нею пов'язані, зокрема термінове впровадження кризового навчання за допомогою цифрових технологій, обумовила усвідомлення потреби імплементації та удосконалення дистанційного навчання, розбудови цифрової інфраструктури, необхідності перепідготовки та навчання цифрових навичок усіх учасників, управління цим процесом і забезпечення належної якості освіти. Стратегічні документи Європейської Комісії також мають на меті використати та переосмислити досвід, накопичений у 2020 р.

Реалізуючи пріоритети, визначені Президентом, Європейська Комісія, під керівництвом Єврокомісара з питань інновацій, наукових досліджень, культури, освіти та молоді Марії Габріель підготувала та 30 вересня 2020 р. опублікувала три ключові документи: Комюніке Європейської Комісії до Європейського Парламенту, Ради, Європейського економічного та соціального комітету та Комітету регіонів щодо досягнення Європейського освітнього простору до 2025 р. [2], Комюніке Європейської Комісії до Європейського Парламенту, Ради, Європейського економічного та соціального комітету регіонів – Новий Європейський дослідницький простір для досліджень та інновацій [1], План дій щодо цифрової освіти на 2021–2027 рр. Перезавантаження освіти та професійної підготовки до цифрової ери [3]. Ці три документи визначають також перспективу фінансування відповідних дій у рамках інструментів ЄС, зокрема у рамках програми Еразмус+, Горизонт Європа, Європейського плану відновлення та інших програм структурного фінансування.

Політика у сфері розвитку Європейського освітнього простору [2] базується на шести вимірах, кожен з яких містить цифрові компоненти:

- якість освіти і професійної підготовки, що включає також засвоєння базових навичок, зокрема й цифрові компетенції, які є передумовою досягнення успіху у житті, у професійній діяльності та працевлаштуванні, а також формування активних громадян;
- інклюзивність та гендерна рівність, зокрема також соціальна інклюзивність та гендерний баланс на керівних посадах у сфері вищої освіти;
- зелена та цифрова трансформація в та за допомогою освіти та професійного навчання: у світі постпандемії цифрова грамотність і навички, цифрова освіта на всіх рівнях стає надважливою (План дій з цифрової освіти, майбутня програма Цифрова Європа)
- вчителі, викладачі та освітні працівники у центрі освітньої системи, потреба постійного професійного розвитку, зокрема у сфері використання цифрових технологій в освітньому процесі;

- вища освіта має розвивати спеціалізовані освітні програми з підготовки фахівців з прогресивними цифровими компетенціями, зокрема таких, як штучний інтелект, кібербезпека, високопродуктивні обчислення (управління великими масивами даних) - розробка нових навчальних програм з інженерних наук та інформаційних технологій. Єврокомісія ініціює створення Плану трансформації вищої освіти, що також буде спрямований на цифрову трансформацію університетів, створення, розвитку та зміцнення їх цифрового та “зеленого” потенціалу;

- геополітичний вимір та досягнення Цілей Сталого розвитку 2030, де освітні системи Європи відіграватимуть провідну роль; Європейська Комісія забезпечить цифрову підтримку інтернаціоналізації освітніх провайдерів, зокрема шляхом удосконалення можливостей онлайн-освіти, інтенсифікації міжнародної співпраці та обміну досвідом.

План дій щодо цифрової освіти на 2021–2027 рр. [3] закликає до інтенсифікації співпраці між державами-членами на європейському рівні, а також із відповідними стейкхолдерами та пропонує низку заходів та ініціатив щодо якісної, інклюзивної та доступної цифрової освіти в Європі відповідно до двох стратегічних пріоритетів: сприяння розвитку високоефективної екосистеми цифрової освіти та підвищення цифрових навичок і компетенцій для цифрової трансформації. Цифрові компетенції є одним із важливих пріоритетів Європейського плану з розвитку компетенцій [4].

Третій документ [1] визначає розвиток Європейського дослідницького простору протягом Європейської Цифрової Декади у чотирьох напрямках: пріоритет інвестицій та реформ у напрямку “зеленої” та цифрової трансформації; удосконалення доступу до досконалості; трансфер результатів досліджень і розробок у сектор економіки; поглиблення Європейського дослідницького простору. Безперечно, ключовим аспектом трансформації в науці є концепція відкритої науки.

Для України та національного освітньо-наукового простору ці 3 ключові документи мають велике значення. По-перше, українські виші та наукові установи беруть участь у міжнародних консорціумах і проектах, а учні, студенти, аспіранти, викладачі та дослідники активно беруть участь у європейських освітньо-наукових програмах, по-друге, порядок денний реформ у сфері освіти завжди брав до уваги європейський контекст та загальні тренди, по-третє, проблематика діджиталізації публічної сфери в Україні, впровадження інноваційних технологій у процес навчання, викладання, наукових досліджень, на нашу думку, є однією з найбільш актуальною та потребує стратегічного підходу й серйозних фінансових інвестицій.

### **Список використаних джерел:**

1. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee of the Regions – A new ERA for Research and Innovation, Brussels, 30.9.2020, access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020 DC0628&from=EN>

2. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on achieving the European Education Area by 2025, Brussels, 30.9.2020, access: [https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/document-library-docs/eea-communication-sept2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/document-library-docs/eea-communication-sept2020_en.pdf)

3. Digital Action Plan 2021–2027. Resetting education and training for the digital age, access: [https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/document-library-docs/deap-communication-sept2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/document-library-docs/deap-communication-sept2020_en.pdf)

4. European Skills Agenda, access: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1223&langId=en>

5. Von der Leyen U. (2019). A Union that strives for more. My agenda for Europe. Political guidelines for the next European Commission 2019–2024, access: [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/political-guidelines-next-commission\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/political-guidelines-next-commission_en.pdf)

## **АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ БІЗНЕСУ**

Жадько К. С., Самойленко Д. М.

В сучасній економіці підприємств, які застосовують цифрові технології з кожним роком збільшуються інформаційні комунікації, це забезпечує економіку цифровим ресурсом. Якщо на початку ХХ ст. основними рушійними силами світової економіки були великі нафтові, металургійні, машинобудівні і гірничодобувні підприємства, то в даний час найбільшими підприємствами є представники сектора цифрової економіки. Згідно з даними дослідження аналітиків International Data Corporation, опублікованого в 2016 р, загальні світові витрати на цифрові технології щорічно зростають на 16,8 % і сягають 2,1 трлн дол. США. Згідно з даними Світового банку збільшення числа користувачів високошвидкісного Інтернету на 10% може підвищити щорічний приріст ВВП від 0,4 до 1,4 % [1,2]. Якщо розглядати рейтинг найбільших компаній світу 2017–2018 рр. ринкова капіталізація в млрд дол. США: 1) 618 – Apple – виробництво електроніки та інформаційних технологій; 2) 532 – Alphabet (Google) – інтернет-сервіси, додатки, відеохостинг; 3) 483 – Microsoft Розробка програмного забезпечення; 4) 402 – Berkshire Hathaway – Страхування, фінанси, залізничний транспорт, комунальні послуги, виробництво продовольчих і непродовольчих товарів; 5) 347 – Amazon Рітейл - компанія: продаж і постачання різних товарів через Інтернет; 6) 356 – Exxon Mobil – Видобуток і переробка нафти, 7) 332 – Facebook – Інтернет; 8) 313 – Johnson & Johnson – Фармацевтична промисловість; 9) 309 – JPMorgan Chase – Банківська справа; 10) 280 – General Electric – Виробництво електротехнічного, енергетичного, медичного обладнання, побутової техніки, транспортне машинобудування.



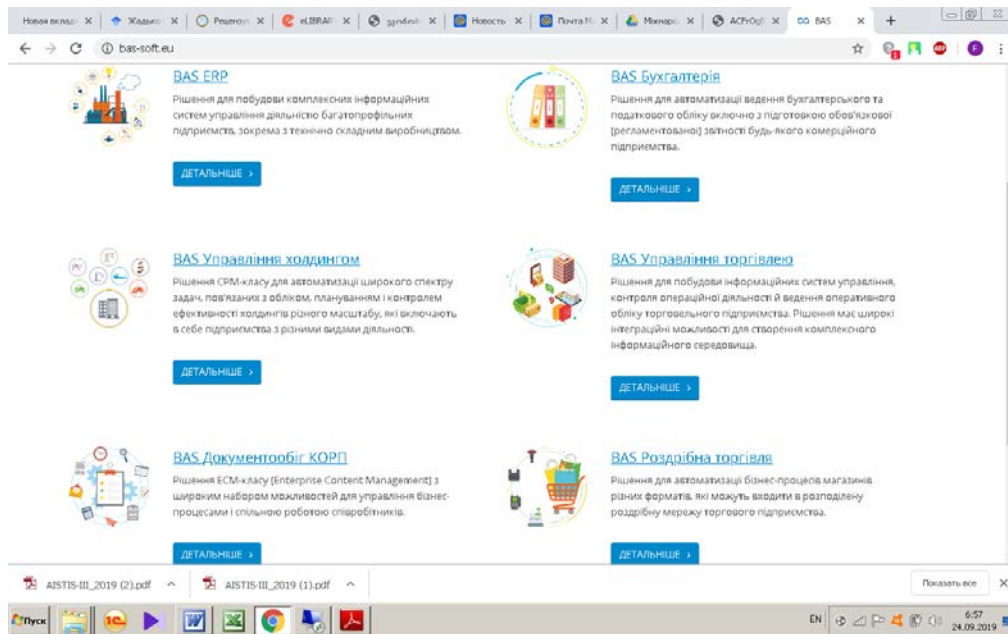


Рис. 1. Перелік економічних інформаційних прикладних систем BAS.

Типові прикладні рішення призначені для автоматизації типових завдань бізнесової діяльності підприємств (рис. 1). При розробці типових прикладних рішень враховувалися такі сучасні міжнародні методики управління: MRP, CRM, SCM, ERP та ін., так і реальні потреби підприємств, що не входить в стандартний набір функціональності цих методик, а також досвід успішної автоматизації. Склад функціональності, що включається в типові рішення, як правило, ретельно опрацьований. У типових рішеннях реалізуються функції, що відповідають масовим потребам підприємств, це дозволяє забезпечити відповідність специфіці як за методикою, так і в частині управління діяльністю підприємства. Стандартизація складових елементів прикладних рішень полегшує освоєння типових прикладних рішень користувачами, спрощує технічну підтримку, оновлення і доопрацювання силами сертифікованих фахівців фірм-партнерів, а також полегшує створення нових спеціалізованих та індивідуальних прикладних рішень на базі типових прикладних рішень. При виборі системи автоматизації бізнесу потрібно прийняти рішення про поділ різних підсистем автоматизації або, навпаки, про централізацію шляхом впровадження комплексного рішення. Сучасні тенденції розвитку економічних систем і світовий досвід показують, що універсального рецепту для вирішення цієї проблеми не існує. Використання відокремлених рішень простіше і ефективніше, якщо окремі завдання автоматизації на підприємстві мало перетинаються. Комплексні рішення ефективніше при сильній ув'язці різних завдань автоматизації та готовності підприємства до формування єдиного інформаційного простору. Нові технічні засоби автоматизації і організаційні форми їх експлуатації в умовах функціонування економічних інформаційних систем управління визначають необхідність перегляду методичних та методологічних аспектів автоматизації бізнесу.

До основних методичних і методологічних принципів автоматизації управлінських процесів на базі сучасних економічного програмного забезпечення необхідно віднести: використання функціонального змісту автоматизованих форм обліку, тобто швидке формування звітів, відомостей, аналітичних даних для управлінської системи; автоматизація складання документів первинного обліку на паперових і переносних носіях, реалізація принципу одноразове введення – багаторазове використання; експлуатація засобів автоматизації обробки інформації – користувачами персонального комп'ютера виступають безпосередньо працівники, керівники, менеджери в умовах функціонування діалогово-автоматизованої системи; використання організаційної структури комп'ютерного інформаційного фонду, адекватної структурі зовнішнього документального забезпечення даних обліку в реєстрах у вигляді машинних і інформаційних таблиць, що відображають набори комп'ютерних документів та реєстрів обліку відповідно до інформаційних потоків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Всемирный банк. 2016 год. Доклад о мировом развитии 2016 “Цифровые дивиденды” [Vsemirnyy bank. 2016 god. Doklad o mirovom razvitiі 2016 “Tsifrovyye dividendy”]. The World Bank. 2016 year. World Development Report 2016 Digital dividends. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210> (accessed 08.01.2018).
2. Топ 10 самых дорогих компаний мира в 2017 году. Top 10 most expensive companies in the world in 2017. URL: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/samyie-dorogie-kompanii-mira> (accessed 08.01.2018).

*Секція 2. Економіко-управлінські та комунікативні процеси  
в цифровому суспільстві*

**ГЛОБАЛЬНА ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗМІН  
У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ ТА УПРАВЛІННІ**

Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю.

Бізнес-середовище – сфера діяльності бізнес-організацій та складний, багатогранний, динамічний об’єкт аналітичної роботи для їх менеджерів. В бізнес-середовищі менеджерами відшукуються бізнес-шанси та виявляються ризики для кожної конкретно взятої організації. В кінцевому рахунку завдання аналітичної роботи в менеджменті полягають у знаходженні найбільш вагомих, довготривалих конкурентних можливостей для організації та виявлення найбільш небезпечних, найбільш впливових ризиків в її діяльності.

Бізнес-середовище не є статичним полем аналізу, воно є достатньо динамічним. Швидкість та глибина змін залежить від багатьох факторів, а саме: особливостей поведінки споживачів; розвитку технологій; створення нових матеріалів; інших чинників.

Глобалізація в економічному контексті передбачає посилення взаємозалежності національних економік, що відбувається насамперед через: систему світової торгівлі (залежність від зовнішніх ринків); рух іноземних інвестицій (інвестиційна залежність); контроль за розподілом найважливіших та об’єктивно обмежених природних ресурсів (ресурсна залежність).

Глобалізаційні процеси є зовнішніми факторами впливу по відношенню до конкретної країни, її економічної сфери. Якісний управлінський аналіз – це своєчасне виявлення факторів впливу та адаптація організації до їх дії. Чим масштабнішою є підприємницька організація, тим більшого значення набуває точність управлінських оцінок щодо стану та перспектив змін у бізнес-середовищі.

Цифровізація за своєю сутністю є домінантою сучасних інноваційних змін в технологіях комунікаційного процесу.

Цифровізація, з одного боку, є однією із складових глобалізаційного процесу, а з іншого – одним із ключових каталізаторів його загального розвитку. Насамперед це стосується системи світової торгівлі, інвестування, спілкування та освіти, організації управлінських процесів тощо. Це відбувається за рахунок суттєвого спрощення доступності до інформації, ділового спілкування, реальних та потенційних споживачів тощо.

Інноваційний розвиток технологій в інформаційній сфері призводить до змін в структурі та різних складових самого глобалізаційного процесу. Цифрові технології фактично накрили сучасне суспільство, їх експансія поширилася не тільки на економічну сферу життя людей, а й практично на всі складові сучасної життєдіяльності. Тобто значення цифровізації вийшло далеко за межі власної сфери технологій та масштабно, інтенсивно, глобально поширилося на умови функціонування цивілізації. При цьому ця цифрова експансія створює не тільки позитивні наслідки.

Бізнес-діяльність підприємств передбачає насамперед вивчення та врахування основних ринкових факторів середовища їх діяльності. Якщо визначати вихідні моменти управлінської діяльності, що пов'язані з урахуванням чинників глобалізації та цифрової експансії, то вони будуть такими:

- потрібно постійно відслідковувати поточні зміни в поведінці споживачів. Ці зміни стосуються не тільки власне щодо процесу вибору тих чи інших товарів, але й технологій їх придбання. On-line – технологія придбання товарів та послуг, яка динамічно поширюється за своїми масштабами, одночасно поступово зменшуючи масштаби традиційної торгівлі;

- цифровізація змінює технології та умови маркетингового впливу організацій на споживачів. Маркетингові цифрові комунікації набувають все більшого значення, але одночасно вони потребують формування у менеджерів навичок конкурувати за увагу споживачів через ефективне використання цифрових комунікаційних технологій;

- глобалізація та цифровізація змінюють кількість, структуру та можливість конкурентів;

- важливо бачити майбутнє, прогнозувати те, що може відбуватися за визначеними лініями впливу, й правильно встановлювати, оцінювати пріоритети управлінської роботи;

- важливо проводити постійну управлінську адаптацію організації до змін у середовищі її діяльності. А це передбачає прийняття своєчасних відповідних управлінських рішень, постійне вдосконалення бізнес-процесів.

Проблема адаптації підприємства до змін є багатоаспектною. Потрібно вдосконалювати функціональну та географічну побудову організаційної структури підприємства, маркетингову, інвестиційну та кадрову діяльність, забезпечення його інноваційної спрямованості та вирішувати ряд інших питань.

Серед ліній впливу цифрової глобалізації на діяльність підприємств пріоритетною треба вважати лінію “глобальна цифровізація – споживачі”. Для кожного ринку фактичне наповнення цього фактору впливу буде характеризуватися різними особливостями. Спробуємо виділити загальне, типове для всіх ринків:

- “інформаційне павутиння” провокує та збільшує схильність споживачів щодо приєднання до “глобальних стандартів споживання”;

- цифрова глобальна експансія створює нові можливості для подальшої популяризації широковідомих брендів. Їх фінансові потенціали через цифрове маркетингове комунікаційне “павутиння” роблять свою справу в свідомості споживачів незалежно від країни їх знаходження;

- “цифрова економіка” надає нові, більш суттєві можливості споживачеві як в процесі вивчення ситуації, вибору товару, послуги, так і в процесі здійснення безпосередніх покупок, оплати та отримання товарів, послуг;

- “патріотичним закликам” щодо підтримки власного (національного) виробника стає набагато важко закріплюватися у свідомості “глобально-цифровізованих” масових споживачів.

Отже, глобалізація та цифровізація здійснюють багатоаспектний вплив на економіку та суспільство в цілому. Одна із основних ліній впливу проходить через управління – на різних його рівнях.

## **COGNITIVE PROOFREADING IN DIGITAL COMMUNITY (O. Henry's Narrative Guideline For Contemporary Business)**

Litovchenko B. V., Tols M., Chernokalova K. O.

In contemporary digital community, people find themselves faced with lifestyle changes. One of the earliest and most noticeable changes seen during the COVID-19 lockdown was how they consume media – and especially what and how they read.

Many found the lockdown to be a great opportunity to explore things or to fill other gaps in knowledge, others found solace in previously read books for improving emotional intelligence to avoid suspense and surprises of new ecosystem. In any case, they use the methodical approach to search the original source and “differentiate” it for research purposes (one can call it “cognitive proofreading”).

In the narrative economy a popular trend in business literature has been so called “Past In The Future” – the search for past patterns of modern development – from the destructive role of division of labor in the “knowledge economy” and “knowledge management” in Adam Smith’s “The Wealth of Nations” and the emergence of digital society in Francis Bacon’s “The New Atlantida” to the business component of William Shakespeare’s “Hamlet”, Nikolai Gogol’s “Dead Souls” and Bernard Shaw’s “Major Barbara”.

In the content of cognitive proofreading, it seems appropriate to pay attention to O. Henry’s Narrative Guideline For Contemporary Business.

The person and work of O. Henry are quite contradictory in terms of his contribution to world culture. Even his contemporaries – literary critics and writers – could not come to a clear conclusion: “It is but fair, however, to state that O. Henry, while approved by the majority, has a few staunch opponents. One writer in an interview hails him as master while another represents that he is not even to be considered as a writer of short stories. Our modern Lewis Carroll, the Canadian-New York humorist, Stephen Leacock, writes that when one has read “A Municipal Report” he “will either pronounce O. Henry one of the greatest masters of modern fiction or else, well, or else he is a jackass” [1, 237].

However, since the second half of the twentieth century, researchers of world politics and international business used the term “banana republic”, coined by in “Cabbages And Kings”, in works on business expansion and globalization [2; 3]. In modern Ukraine politicians and experts are used to name the country a “banana republic” and compare the national economy with Honduras, while criticizing the government’s activities (although most of them have never read “Cabbages And Kings” as O. Henry’s narrative about “Grafts and Presidents”).

But one important aspect of O. Henry’s creative heritage remains unexplored – his narratives in strategy and business. More than a hundred years before the appearance the term “narrative economy” [4], O. Henry in “*The Phonograph And The Graft*” have explained the essence of the narrative: “The art of narrative consists in concealing from your audience everything it wants to know until after you expose your favourite opinions on topics foreign to the subject. A good story is like a bitter pill with the sugar coating inside of it” [5, 102].

Moreover, his narratives concern different actual aspects of the contemporary business environment:

- origin of the movement “Black Lives Matter” in “*A Municipal Report*” (1910);
- formulation of business strategies in “*The Roads we Take*” (1910);
- burnout and procrastination processes in “*The Romance of a Busy Broker*” (1906);
- advantages of emotional intelligence in “*Modern Rural Sports*” (1908).

From this point of view, one can compare two O. Henry’s “narratives” in terms of contemporary startup management – this topic may be relevant in view of the “revitalization” of startups in digital economy due to remoting work after the coronavirus crisis (Table 1).

Table 1

<b>Startup Features / Characteristics</b>	<b>“The Octopus Marooned” (1907)</b>	<b>“The Lotus and the Cockleburrs” (1903)</b>
<i>R. Florida’s</i> Foundators	Creative professionals	Super-creative core
<i>S. Blank’s</i> Type of endeavor	From “Hobby” to “Money coinig”	From “Family” to “Global initiative”
<i>J. Moore’s</i> Environment use	To exploit changes in ecosystem	To change existing ecosystem
<i>I. Ansoff’s</i> “Product-Market” matrix	“Old product – Old market”	“Old product – New Market”
<i>M. Porter’s</i> geretic strategy	“Focus”	“Differentiation”
Marketing research	“Field” methods	“Cabinet” methods
Marketing strategy	Perfect monopoly	Management of demand
Scenarios of future development	Local “Great Depression” / Welfare growth due to efficiency	Local social development / Creation of shoes global supply chain

So, according to Francis Bacon: “And it cometh many times to pass, that “*materiam superabit opus*” (The work will surpass the material. Bacon is quoting Ovid, literally for once, *materiem superabit opus. P. Ovidii, Nasonis Metamorphoseon Liber II. 5*)” [6, 66].

#### References:

1. *Beaty J. O. Henry 's Life and Position. The Sewanee Review. 1917. Apr., Vol. 25. №. 2. P. 237–243.*
2. *Wise D., Ross T. The Invisible Government, Random House. New York. 1964.*
3. *Colby J. The Business of Empire: United Fruit, Race and U.S. Expansion in Central America. Cornell University Press, 2011. P. 288.*
4. *Shiller R. Narrative Economics: How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events. Princeton University Press, Princeton, NJ. 2019. P. 377.*
5. *Henry O. Cabbages And Kings. McCLURE, PHILIPS & CO, N.-Y. 1904. P. 344.*
6. *The Essays of Francis Bacon. Charles Scribner's Sons, N.-Y. 1908. P. 293.*

### ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

Шията О. В.

Упровадження електронних послуг у сфері охорони здоров'я в Україні нині постійно удосконалюється і вже є окремі позитивні результати. Надання державних електронних послуг в Україні у цій сфері почалося у 2015 р. А на цей момент доступним є вже значний перелік електронних медичних послуг.

Сучасна тенденція щодо цифрових перетворень системи управління та надання послуг з використанням технологій Інтернет спонукає до подальшої цифровізації сфери охорони здоров'я в Україні, а це, крім іншого, сприяє забезпеченню прозорості та ефективності управління нею.

Головним пріоритетом українського уряду у сфері охорони здоров'я є впровадження системи “E-Health” – це електронна система охорони здоров'я, що забезпечує обмін медичною інформацією та реалізацію програми медичних гарантій населенню [1]. Функціональні можливості електронної системи охорони здоров'я впроваджуються відповідно до етапів реалізації державних фінансових гарантій медичного обслуговування населення згідно із Законом України “Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення” на рівні первинної медичної допомоги. За даними офіційного державного порталу “e-zdorovya”, вже налічується 1939 медичних закладів, які підключені до системи “E-Health”[1]. “E-Health” дозволяє пацієнтам зручно та якісно отримувати медичні послуги, забезпечує ліка-

рів необхідним доступом до медичних даних пацієнта, а керівників лікарень – максимальною аналітичною інформацією для прийняття управлінських рішень [2]. Таким чином, ця система здійснює підтримку не лише власне управлінських, але й сервісних функцій. У такий спосіб упровадження системи “Е-Health” не лише дозволяє втілити принципи прозорості, ефективності, але й у цілому комплексно поліпшити функціонування системи охорони здоров’я.

Архітектура зазначеного проекту спирається на взаємозв’язок керівників системи з медичними закладами через медичні інформаційні системи та Центральну базу даних. До цілей цього проекту належить: забезпечення прозорості фінансування, перехід на електронний облік, створення нових електронних сервісів, створення простору для інновацій в медицині та розвиток медичного ІТ-ринку [3]. Це все свідчатиме про економію великої кількості часу усіх учасників взаємодії, а отже, про зручність надання та отримання електронних медичних послуг і, відповідно, більш високий рівень задоволеності громадян цими послугами.

Однією зі складових впровадження системи “Е-Health” є наявність медичних інформаційних систем. На цей момент, створено низку медичних інформаційних систем, інтегрованих до системи “Е-Health”. Вони забезпечують функціонування порталу “e-zdorovya” у частині реєстрації закладів та наданні електронних послуг.

У місті Дніпро укладено меморандум між міською радою та медичною електронною системою “Каштан”. Це сучасна, зручна та надійна електронна медична система, створена для пацієнтів, лікарів, державних та приватних медичних закладів. Усі 12 комунальних некомерційних підприємств “Дніпровський центр первинної медико-санітарної допомоги” Дніпровської міської ради знаходяться в єдиному медичному інформаційному просторі, що дало можливість електронного ведення документації: електронної медичної карти, електронного рецепту, запис до лікарів спеціалістів на другий рівень, укладання декларацій між пацієнтом та лікарем.

На сайті МІС “Каштан” пацієнт може отримати декілька електронних послуг, таких як вибір лікаря, онлайн запис на прийом, онлайн консультація з лікарем та доступ до своєї електронної медичної картки через електронний кабінет користувача. Також ця система є зручною і для лікарів, тому що дозволяє створення електронної медичної карти; виписування і погашення електронних рецептів; ведення бази даних пацієнтів. Перевагами для адміністрації центрів є можливість управління кадрами закладів, обліку виписаних лікарських засобів з формуванням реєстрів для оплати та інше.

Нині Дніпро є лідером серед міст України із впровадження цифрової екосистеми в медичній галузі. Зокрема, позитивним є досвід упровадження електронного рецепту, що здійснюється на базі 3 процедур: eCapture – формування електронного рецепту лікарем медичного закладу; eTransfer – конфіденційна передача електронного рецепту до аптеки; eDispensation – передача даних із аптеки назад до медичного закладу, підтвердження.



З квітня 2019 р. електронні рецепти виписувалися тільки за державною програмою “Доступні ліки”, а із серпня 2020 р. почав працювати сервіс “Ліки Дніпра”, що охоплює групи ліків, які виписані за державною програмою “Доступні ліки”, рецепти, які безоплатні або з частковою доплатою, та звичайні рецепти, що виписуються лікарями для пацієнтів. Усі рецепти зберігаються в кабінеті пацієнта, що дуже зручно.

Отже, сфера охорони здоров'я є одним з лідерів у розвитку цифрових технологій для надання електронних послуг. Це дозволяє переходити на нові моделі обслуговування пацієнтів, підвищувати доступність і якість медичного обслуговування, скорочувати витрати. При цьому саме на місцевому рівні в Україні напрацьовано достатній позитивний досвід, який заслуговує на подальше вивчення та поширення.

#### **Список використаних джерел:**

1. “EZdorovya”. Адміністратор Центральної бази даних eHealth України. URL: <https://ehealth.gov.ua>
2. “Портал Дія”. Про портал. URL: <https://plan2.diia.gov.ua>
3. Деякі питання електронної системи охорони здоров'я: Постанова Кабінету Міністрів України від 25.04.2018 р. № 411. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-2018-r#Text>

### **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Єдинак Т. С., Пуха І. П.

Останніми роками Україна перебуває у стані соціально-економічної нестабільності, яку ще більше поглибила світова пандемія Covid-19. Одним з її наслідків стало закриття великої кількості підприємств малого та середнього бізнесу, що спричинило кризу неплатежів за реалізовані товари (роботи, послуги), неможливість отримати товари (роботи, послуги), що були підприємствами наперед оплачені (проавансовані). За таких умов зростає роль ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її погашення та попередження безнадійних боргів на підприємствах.

Згідно з ПСБО 10 дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1]. Відповідно дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Виникнення дебіторської заборгованості – це об'єктивний факт господарського життя кожного підприємства, який зумовлений існуванням ризиків при проведенні взаєморозрахунків між контрагентами. Проте, наскільки б не було ефективним управління дебіторською заборгованістю, за умов фінансово-економічної кризи не вся дебіторська заборгованість перед підприємством буде погашеною. Тому головною метою управління дебі-

торською заборгованістю за сучасних умов є мінімізація її обсягу та строків інкасації боргу. Очевидно, що несплачена сума (наприклад, 10 тис. Євро) за відвантажену у 2020 році продукцію не буде дорівнювати цій же сумі у наступні роки, оскільки активи піддаються інфляційним процесам, які за умов кризи збільшуються. Крім того, якщо існує дебіторська заборгованість в іноземній валюті, через нестабільність курсу валюти ризик її несплати значно збільшується.

На сьогодні пріоритетними напрямками процесу управління дебіторською заборгованістю підприємства можна визначити:

- постійний аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства;
- визначення кола потенційних дебіторів та суворе планування дебіторської заборгованості підприємства на майбутні періоди;
- оптимізація структури дебіторської заборгованості підприємства;
- визначення можливості застосування кредитної політики щодо окремих покупців продукції;
- прискорення процесу погашення дебіторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування;
- ефективний контроль за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості підприємства;
- визначення розміру та формування резерву сумнівних боргів.

Для ефективного управління дебіторською заборгованістю велике значення має її класифікація залежно від строку погашення та зв'язку з нормальним операційним циклом; об'єктів, по відношенню до яких виникла заборгованість; своєчасності погашення.

Для достовірності облікових даних та правильності відображення дебіторської заборгованості у звітності підприємства важливу роль також відіграють її правильне визнання та достовірна оцінка. Однак, при відображенні дебіторської заборгованості на своєму балансі підприємство не може з певною достовірністю визначити ступінь імовірності її погашення.

Важливим моментом в управлінні дебіторською заборгованістю є підвищення її якості, що можливо досягти шляхом: всебічного оцінювання фінансового стану потенційних дебіторів, їх платоспроможності, репутації, терміну існування, диверсифікації клієнтури; лімітування дебіторської заборгованості в цілому та на одного клієнта; використання різних форм забезпечення повернення боргу (застава, страхування, гарантії банків тощо).

Але, як показує практика вітчизняних підприємств, виробити та реалізувати готову продукцію, товар чи послугу іноді простіше, ніж отримати кошти за них від покупця. Однією з форм рефінансування дебіторської заборгованості є факторинг, під час якої підприємство-продавець поступає права одержання коштів за платіжними документами за поставлену продукцію на користь банку або факторингової компанії, що приймають на себе всі кредитні ризики щодо інкасації боргу. За допомогою факторингу ризик неплатежу переходить з підприємства на фактора. За здійснення такої опе-

рації банк або компанія стягує із підприємства-продавця певну комісійну винагороду, та у визначений у договорі термін здійснює кредитування підприємства-продавця у формі попередньої сплати більшої частини боргових вимог. Решта суми боргу тимчасово депонується банком у формі страхового резерву при його непогашенні покупцем (ця депонована частина боргу повертається підприємству-продавцю після повного погашення суми боргу покупцем). Такий сучасним фінансовий інструмент мінімізує ризик неплатежу з боку покупців та замовників підприємства.

Отже, комплексне вирішення проблеми формування та погашення дебіторської заборгованості підприємства можливе за допомогою диверсифікації покупців продукції, суворого планування заборгованості, постійного її моніторингу та застосування сучасних форм її рефінансування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 “Дебіторська заборгованість”: затв. наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

### **ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗАСАДИ КОНТРОЛЮ ЗА ВИКОНАННЯМ ОБЛАСНИМИ ТА РАЙОННИМИ ДЕРЖАВНИМИ АДМІНІСТРАЦІЯМИ ДЕРЖАВНИХ СТРАТЕГІЧНИХ І ПОТОЧНИХ ЗАВДАНЬ, ЯКІ НАДХОДЯТЬ ВІД ОРГАНІВ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ**

Карканиця В. М.

У 2020 р. відбувся завершальний етап реформи децентралізації в Україні та масштабне укрупнення районів, були скорочені районні ради у містах обласного значення, тим самим обсяг завдань на голів міст, обласних адміністрацій (далі – ОДА), районних адміністрацій (далі – РДА) значно виріс. З кожним роком плинність інформації, кількість та обсяг завдань значно зростають. Особливо зараз, під час пандемії коронавірусу задля безпеки кожного міста, району, області вкрай важливо вирішувати усі проблеми та завдання своєчасно, реагувати на будь-які зміни, які можуть завдати шкоди територіальній одиниці.

Щодня від Президента України, Прем’єр-міністра, міністрів, голів ЦОВВ та інших на голів ОДА та РДА надходить певний перелік завдань, доручень щодо вирішень питань місцевого або загальнодержавного значення. На жаль, як показує досвід та час, не всі завдання виконуються своєчасно, або взагалі не виконуються, також є питання щодо якості та контролю виконаних завдань.

Зараз всі завдання, які покладаються на функціональні обов’язки голів ОДА, РДА та голів ОТГ і міст, переважно мають усний характер або формальний письмовий. Оскільки Президент України, Володимир Зеленський, сповідує стратегію “діджиталізації”, то принципово важливим є запровадження новітніх технологій у виконавчу гілку влади.

“Електронна система контролю” (далі – ЕСК) є першим надважливим кроком щодо покращання ефективності роботи місцевої влади та місцевого самоврядування в цілому. Після проведення місцевих виборів було б дуже актуально запровадити ЕСК для таких посад: міський голова, голова РДА, ОДА, ОТГ, староста села, депутати всіх рівнів.

Запровадження “ЕСК” передбачає етапи:

1. Створення веб-ресурсу, до якого буде доступ лише у користувачів державних ІР-адрес, які належать органам ЦВВ та місцевого самоврядування.

2. Президент України, Прем’єр-міністр України, міністри, голови органів ЦВВ, голови ОДА, голови РДА можуть ставити завдання визначеному колу осіб або конкретній посадовій особі.

3. Завдання має містити:

3.1. Заголовок.

3.2. Конкретний опис завдання.

3.3. Обов’язково повинні бути зазначені особи, на яких буде покладено контроль за виконанням завдань, тому що Президент чи Прем’єр-міністр не можуть фізично проконтролювати виконання всіх завдань.

3.4. Строки виконання завдань. Обов’язково необхідно прописати регламент щодо строків виконання завдань, можливість переносу строків виконання.

3.5. Звітування про виконане завдання.

Якщо це все автоматизувати, то на прикладі провідного банку України, можу запевнити, що виконання доручень, завдань від органів ЦВВ буде максимально наближена до показника 100 %, нині цей показник в середньому по країні має 45–50 %. Пілотно можна запустити в одній чи декілька областей запровадження ЕСК.

*Можливості ЕСК*

Для реформи децентралізації запровадження ЕСК дає такі можливості:

– підвищення ефективності роботи органів місцевого самоврядування;  
– обіцянки, які посадові особи давали під час виборчого процесу, та були офіційно внесені у програму, включати до ЕСК та оприлюднювати про їх виконання або не виконання своїм виборцям;

– забезпечення своєчасного виконання стратегічних завдань та всебічний контроль з боку відповідальних осіб та органів;

– простий та доступний звіт перед центральними органами виконавчої влади, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та Президентом України;

– на основі часток виконаних, невиконаних та перенесених завдань, затвердження нормативних показників (далі КРІ) для всієї вертикалі влади, побудови рейтингів та визначення кола ефективних управлінців на місцях, а також “слабкої ланки” керівників яких слід змінювати на інших.

Наявність ККД дозволяє встановити КРІ та рейтингувати депутатів, голів ОДА, РДА, ОТГ, міських голів, що, своєю чергою, дає можливість концептуально переглянути систему оплати праці посадовим особам міс-

цевого самоврядування. Слід відходити від премій за “вислугу років” або робити її частку в сукупному доході менш значущою, та збільшити частку в сукупному доході за виконання КРІ.

На висновок можна сказати, що такий інституціональний підхід, як запровадження ЕСК в державну службу України та органи місцевого самоврядування ми вирішуємо одразу декілька стратегічних проблемних питань: підвищення ефективності чиновників, реформування системи оплати праці та мотивації співробітників органів місцевого самоврядування та в цілому підвищення престижу роботи на державній службі України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Реформа децентралізації влади в Україні – Децентралізація влади. URL: <http://decentralization.gov.ua>
2. Офіційний сайт Всеукраїнської асоціації органів місцевого самоврядування “Асоціація міст України”. URL: <http://www.auc.org.ua>
3. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>
4. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні: колективна монографія / кол. авт.; за заг. ред. Р. М. Плюща. Київ: Рідна мова, 2016. 744 с.

### **ЕЛЕКТРОННИЙ ЦИФРОВИЙ ПІДПИС – ЗАХИСТ ВІД ПІДРОБКИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТА**

Химич І. Г., Гой В. В.

Інтенсивний розвиток технологій в діловому і повсякденному житті призвів до появи нового способу комунікації – електронний обмін даними. Таким видом комунікації можуть скористатися органи державної влади, установи, підприємства, а також фізичні особи в офіційних і особистих взаємовідносинах.

Електронний документообіг дає змогу спростити роботу з формування, збереження та відправки важливої інформації. Відмінність електронних документів (ЕД) від паперових полягає у тому, що паперовим можна завдати шкоди тільки фізично і вони існують в тільки одному екземплярі, а електронні документи зберігаються у декількох копіях на цифрових носіях, передаються через інтернет, тому вони є вразливішими до підробок і фальсифікацій.

Тому з розвитком технологій з’являється потреба захисту особистої і ділової інформації. Механізмами захисту електронних документів є криптографія, електронний цифровий підпис (ЕЦП), стеганографія та цифровий водяний знак (ЦВЗ). Найбільш поширеним способом захисту ЕД від підробки є електронний цифровий підпис.

Згідно з Законом України “Про електронні довірчі послуги”, електронний підпис – електронні дані, які додаються підписувачем до інших електронних даних або логічно з ними пов’язуються і використовуються ним як підпис [1].

Отже, ЕЦП підтверджує достовірність електронного документа і його прирівнюють до паперового з особистим підписом і печаткою.

Основними умовами ЕП є:

- 1) захист цілісності електронного документа. ЕЦП є дійсним тільки на повному неспотвореному електронному документі;
- 2) захист від редагування. ЕПЦ стане недійсним, якщо будуть внесені зміни чи редагування електронного документа;
- 3) гарантування авторства. ЕПЦ може накласти тільки власник, оскільки тільки йому відомий закритий ключ;
- 4) неможливість відмовитися від авторства і обов'язків, які передбачені в електронному документі.

Тобто перевагами ЕП є конфіденційність; гарантія збереження переданої інформації; економія часу і часу; законність; документ зашифровується відправником і розшифровується тільки одержувачем документа.

Використання суб'єктами ЕЦП дозволяє виявляти та запобігати таким порушенням:

- відмова учасника від авторства документа;
- внесення змін в ЕД;
- підробка документа;
- нав'язування повідомлень у процесі передачі – зламувач перехоплює повідомлення та змінює їх.

Електронний цифровий підпис використовується в таких випадках:

- 1) для електронних торгів: постачальник може підписати електронним цифровим підписом пропозицію на торгах і це гарантує юридичну значущість його пропозиції;
- 2) в укладанні договорів: якщо контракт підписано електронним цифровим підписом – він має юридичну силу. Електронним цифровим підписом можна, наприклад, підписати документ Word [2, 25].

Технологія використання ЕЦП передбачає електронний обмін даними між абонентами мережі.

Клієнту, який хоче отримати електронний цифровий підпис, надаються унікальний особистий і відкритий ключі. Тобто відкритий – це той ключ, який доступний іншим суб'єктам у сфері його використання. Особистий – це той ключ, який відомий тільки власнику. Відкритий і особистий ключі працюють тільки у парі.

Власнику ключа видається сертифікат, в якому зазначають таку інформацію:

- відкритий ключ ЕП;
- ідентифікуючі дані власника;
- терміни дії ключів;
- унікальний номер сертифіката відкритого ключа ЕП;
- назва центру, який видав сертифікат.

Принциповим моментом у системі ЕЦП є неможливість підробки ЕЦП користувача без володіння секретним ключем підпису. Тому важливо тримати ключ в таємниці і забезпечити надійний захист.

Упровадження ЕЦП дало такі можливості:

- подання бухгалтерської і фінансової звітності до державних установ, наприклад податкової, через Інтернет з накладенням ЕЦП;
- спрощення документообігу між державою, юридичними особами і громадянами;
- забезпечення прозорості електронних торгів;
- можливість користування електронними державними послугами;
- отримання фізичними особами офіційно посвідчених документів через Інтернет.

Отже, електронний цифровий підпис – один з найважливіших способів захисту електронних документів від підробки, змін їхнього змісту, а також механізм гарантування авторства ЕД.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 05 жовт. 2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
2. *Малофєєв С. О* Застосування електронного цифрового підпису в електронному документообігу. *Секретарська справа*. 2009. № 7. С. 24–28.

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ**

Васильєва В. Г., Коновалова О. В.

Цифрове суспільство – це суспільство, яке інтенсивно та продуктивно використовує цифрові технології для власних потреб (самореалізація, робота, відпочинок, навчання, дозвілля кожного), а також для досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей [1].

Цифрова економіка – це тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство. Цифрова економіка пронизує всі сектори за всіма категоріями: державний та приватний; реальний, невиробничий та фінансовий; видобувний, обробний та сектор послуг.

Рушійною силою цифрової економіки є людський капітал, тобто знання, таланти, навички, вміння, досвід, інтелект людей. У зв'язку із стрімким впровадженням цифрових технологій формування цифрових навичок громадян набуває особливого значення. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій та професій, тобто наскрізним або багатоплатформним. Завдяки використанню онлайн та інших технологій громадяни можуть більш ефективно набувати знань, вмінь та навичок у багатьох інших сферах (наприклад, вивчати мови, предмети, опанувати професії) [2].

Одним з важливих завдань є оновлення державного класифікатора професій, тобто розроблення та затвердження переліку цифрових професій на

основі вимог ринку праці, цифрових трендів тощо, з подальшим розробленням відповідної програми їх запровадження у профільних навчальних закладах. Цифрові навички та компетенції є запорукою повноцінного розвитку цифрової економіки. В умовах цифрової економіки робочі місця перестають бути прив'язаними до фізичних місць. Вони стають “цифровими”, віртуальними, мобільними, тобто такими, що не потребують постійного перебування працівника на робочому місці.

Концепція “цифрових робочих місць” поширюється надзвичайно швидко у бізнес-середовищі та позитивно сприймається переважною більшістю працівників, яким подобаються гнучкі способи роботи, можливість працювати вдома, на відпочинку, тобто з будь-якого місця. Цифрове робоче місце сприяє гнучкості в методах виконання посадових обов'язків державними службовцями, стимулює їх спільну роботу та взаємодію, підтримує децентралізовані та мобільні робочі середовища, передбачає вибір технологій для роботи. Перевагами цифрових робочих місць є зменшення витрат на апаратне забезпечення, офісні приміщення, відрядження.

Проблеми, які перешкоджають розвитку в Україні цифрових трендів та трансформації української економіки в цифрову:

1. Інституційні: низька включеність державних установ щодо реалізації Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства; невідповідність профільного законодавства глобальним викликам та можливостям (прогресивні розроблені законопроекти досі не стали законами); невідповідність національних, регіональних, галузевих стратегій та програм розвитку цифровим можливостям.

2. Інфраструктурні: низький рівень покриття території країни цифровими інфраструктурами (для прикладу, мета ЄС до 2020 р. покрити 100 % території широкопasmовим доступом до Інтернету, в Україні цей показник складає близько 60 %); відсутність окремих цифрових інфраструктур (для прикладу, інфраструктури Інтернету речей, електронної ідентифікації та довіри тощо); нерівний доступ громадян до цифрових технологій та нових можливостей (цифрові розриви).

3. Екосистемні: слабка державна політика щодо стимулів та заохочень розвитку інноваційної економіки; незрілий ринок інвестиційного капіталу; застаріла система освіти, методик викладання, недосконалі моделі трансферу технологій та закріплення знань та умінь; дефіцит висококваліфікованих кадрів для повноцінного розвитку цифрової економіки.

4. У сфері електронного уряду та урядування (“держава у смартфоні”): низький рівень автоматизації та цифровізації державних послуг через слабку мотивацію урядових установ (немає повного розуміння потенційної вигоди від тотальної цифровізації) [1].

Існують два сценарії розвитку цифрової економіки України залежно від оцінки критичності та необхідності здійснення швидких та глибоких змін у традиційному економічному укладі: інерційний (еволюційний) та цільовий (форсований). У разі реалізації інерційного сценарію українська



економіка залишиться неефективною, триватиме трудова міграція та “відтік мізків”, українська продукція програє конкуренцію на зовнішніх ринках. Цільовий (форсований) сценарій передбачає перехід української економіки до цифрової за 3–5 років [1].

Отже, кількість робочих місць в Україні, що потребують від працівників принаймні базового розуміння інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, стрімко збільшується, а вміння користуватися технологіями стає основною вимогою до персоналу. Створення та виконання національної програми навчання загальним і професійним цифровим компетенціям та знанням є пріоритетним завданням на шляху до прискореного розвитку цифрової економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою: Український інститут майбутнього. URL:<https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення 28.09.2020).

2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р зі змінами та доп. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (редакція від 24.12.2019). (Дата звернення 28.09.2020).

### **ВІРТУАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОФІСИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Маляр Д. В.

Удосконалення електронно-обчислювальної техніки, поява сучасних смартфонів та планшетів, розвиток інформаційних та телекомунікаційних технологій, поширення мережі інтернет по всьому світові призвели до появи нових форм організації бізнесу – віртуальних підприємств та офісів. У сучасній літературі такі підприємства також отримали назву: “мережні” або “електронні”.

На наш погляд, ступінь віртуалізації підприємств напряму залежить від двох факторів: можливість застосування у виробництві телекомунікаційних технологій, а також можливість оцифровки результатів праці з метою надсилання керівництву підприємства або замовнику (за контрактом). Проте, на мою думку, ступінь такої віртуалізації може бути різним.

1. Абсолютно віртуальне підприємство має місце за умов, якщо немає необхідності в утриманні спеціальних службових приміщень для апарату адміністрації, коли немає потреби у виробничих цехах та складських приміщеннях, тобто підприємство утворюється та функціонує виключно за рахунок об’єднання групи людей для спільного здійснення певної фахової діяльності за наймом або безпосередньо підприємницької діяльності, спираючись на Інтернет-технології. При цьому як пересічні робітники, так і

керівники такого підприємства фізично можуть знаходитися у себе вдома або в будь якій частині світу. Певні галузі національної економіки за своїм змістом передбачають можливість майже повної віртуалізації приблизно від 80 до 100 % від всіх форм професійної діяльності, наприклад, ІТ-технології, що пов'язані з розробкою програмного забезпечення. Актуальність та вартість такого надсучасного продукту буде лише зростати з часом.

2. Частково віртуальне підприємство має місце, коли лише частина персоналу в змозі дистанційно виконувати свої службові обов'язки, а інша частина прив'язана до свого робочого місця. За таких умов йдеться про дистанційну зайнятість або віртуалізацію самої трудової діяльності [1]. Тому доречно говорити лише про часткову віртуальність (від 30 до 70 %), величину якої можна визначити приблизно, наприклад, шляхом: а) встановлення частки персоналу, що працює дистанційно; б) з'ясування кількості співробітників, які суміщають діяльність на робочому місці з дистанційною, тобто знаходяться на підприємстві неповний робочий день; в) обчислення доданої вартості продукту (або прибутку), що створюється за рахунок дистанційної зайнятості; г) визначення річних обертів в фінансовому еквіваленті, що продукуються за рахунок дистанційного виконання службових обов'язків. Багато підприємств за специфікою своєї діяльності ніколи не зможуть бути повністю віртуальними і це переважна більшість. І навпроти, більшість підприємств найрізноманітніших галузей так або інакше активно використовують певні форми дистанційної зайнятості для своїх робітників: телекомп'ютинг, нульовий контракт, міні-роботу, неповний робочий день або тиждень. Схильність галузей національної економіки України до віртуальної зайнятості така: ЗМІ та розваги – 62 %, роздрібна торгівля – 52 %, освіта та наука – 48 %, охорона здоров'я – 47 %, зв'язок – 44 %, транспорт – 42 %, фінансова сфера – 38 %, автомобілебудування – 30 % [1].

3. Віртуальний офіс також є яскравим прикладом часткової віртуалізації підприємства, але в даному випадку конкретизується, що саме управлінська функція підприємства дистанційована від безпосереднього процесу виробництва або основної діяльності та реалізує свої керуючі, стимулюючі та контролюючі обов'язки за допомогою телекомунікаційних засобів.

Водночас існує ціла низка галузей суспільного виробництва, які в принципі не схильні до віртуалізації як от: будівництво, металургійна та хімічна промисловість тощо. Здебільшого на таких підприємствах використання сучасних цифрових технологій здійснюється без відриву від свого робочого місця.

Дистанційна зайнятість характеризує віртуальне підприємства лише з однієї сторони, проте не менше значення в сьогоденні відіграють процеси автоматизації та роботизації виробництва, що в сукупності являють собою автоматизовані системи управління підприємством (АСУП). Йдеться про електронне управління технологічними операціями підприємства з віддаленим доступом, що дозволяє скоротити витрати часу на документообіг до 60 %, а швидкість прийняття управлінських рішень взагалі стає миттєвою.

Спостерігається відчутне зростання обсягів продажу програм для автоматизації впродовж 2003–2018 рр., що наочно свідчить про збільшення попиту на автоматизацію технологічних процесів, а також віддзеркалює зростання цифрової складової економіки України. Також широке розповсюдження здобуло спеціальне програмне забезпечення зокрема в сфері бухгалтерії: “1С: Підприємство”, “Дебет+”, “Галактика”, “1С: Бухгалтерія”, “Парус”, “Best” [4].

Епідемія коронавірусу в Україні та світі в цілому стала тим катализатором, який примусив багатьох бізнесменів в прямому та переносному сенсі активно розвивати дистанційні форми зайнятості, електронне управління не лише фінансами, але й безпосередньо виробництвом. Нині вже всім зрозуміло, що навіть після закінчення пандемії інтерес до дистанційних форм організації та управління бізнесом залишиться.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Маляр Д. В.* Дистанційна зайнятість: передумова, форма прояву та наслідок розвитку цифрової економіки. *Бізнес Інформ.* 2019. № 10. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-10-165-171>
2. Телекомьютинг. Textbook. News. URL: <https://all-sci.net/sistem-upravleniya-issledovanie/telekommyuting-223543.html>
3. Цифровая экономика кардинально меняет глобальные инвестиционные модели. ЮНКТАД. URL: [http://unctad.org/en/PressReleaseLibrary/PR17010\\_ru\\_WIR\\_Digital%20Economy.pdf](http://unctad.org/en/PressReleaseLibrary/PR17010_ru_WIR_Digital%20Economy.pdf)
4. Тенденції в корпоративному ринку через призму автоматизації бізнесу. URL: [http://itdirector.org.ua/meropr/CIO-Jazz/2019z/190725\\_\\_Тенденції%20корпоративного%20ринку.pdf](http://itdirector.org.ua/meropr/CIO-Jazz/2019z/190725__Тенденції%20корпоративного%20ринку.pdf)

## **ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ СУПРОВОДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Горбань С. Ф.

У сучасних умовах господарювання жодна компанія, організація, підприємство не може здійснювати свою діяльність без документів. З їх допомогою оформлюються взаємовідносини підприємств з працівниками та діловими партнерами, приймаються управлінські рішення, здійснюється супровід виробничої та фінансової діяльності. Від того, як організовано документаційне супроводження та забезпечення управлінської діяльності, залежить швидкість проходження інформаційних потоків, своєчасність отримання і надання необхідних документів та на їх основі прийняття управлінських рішень. Документ є інструментом управління, за допомогою якого відбуваються процеси систематизації, реєстрації та контролю за їх виконанням, визначаються форми і терміни зберігання документів, що впливає на якість управління організацією. У зв'язку з розвитком інформаційних технологій документальне супроводження управлінської діяльності повинно постійно удосконалюватися, здійснюватися шляхом проведення уніфікації документів за їх складом чи формою.

Термін “документаційне забезпечення (супроводження) управління” використовується насамперед тоді, коли мова йде про сучасні комп’ютерні технології роботи з документами та підкреслює інформаційно-технічну складову в роботі з документами. Термін “діловодство” переважно вживається коли мова йде про організаційну сторону роботи з документами за допомогою традиційних прийомів. Незалежно від напрямку діяльності підприємства та його організаційно-правової форми робота з документами виконується постійно. Однак не в кожній установі діловодство є налагодженим процесом. Існує багато суб’єктів підприємницької діяльності, де один працівник веде роботу з документами і робота обмежується тільки реєстрацією вхідної і вихідної кореспонденції та передачею її керівництву або виконавцям. У процесі діяльності організація або підприємство постійно розвивається отже збільшується кількість документів. Згодом виникає потреба у необхідності організації ефективної системи діловодства. Для цього створюється відділ або канцелярія. Одним із ефективних форм документального супроводження управління є архівне збереження документів, яке слід організувати у будь-якій установі (організації, підприємстві).

Важливою складовою у роботі з документами є встановлення єдиних правил на кожному з рівнів управління підприємства, організація документаційного супроводження і забезпечення управління відповідно до конкретних виробничих особливостей і потреб підприємства. Робота в цьому напрямку полегшується за рахунок використання високотехнологічних технічних засобів, спеціалізованого програмного забезпечення, прогресивних технологій збору, обробки та зберігання інформації. Вдало сформована система документаційного забезпечення управління дозволить підвищити ефективність управління, а також підвищити конкурентоспроможність підприємства за рахунок оптимізації інформаційних потоків.

Усі процеси, які беруть участь у документообігу можна систематизувати і регламентувати. Вони можуть виконуватися за певним алгоритмом. Важливо, щоб ця система могла функціонувати з використанням вже наявних в організації технічних засобів і супроводжуваних її роботу програмних продуктів. Автоматизована система документаційного забезпечення управління повинна відповідати організаційній структурі підприємства, дозвляти створювати документи і супроводжувати кожен з них, забезпечувати збереження, доступ до них користувачів відповідного рівня, а також створення чіткої схеми документообігу вхідної та вихідної документації, а також контроль своєчасності виконання. Важливо, щоб система документаційного забезпечення управління дозволяла не тільки контролювати виконання документа, а враховувати всі внесені до них зміни і доповнення.

Система документаційного забезпечення управління організації дозволяє виконувати такі завдання: розробка документів; оформлення, погодження, підписання та копіювання документів; організація документообігу; контроль руху та виконання; зберігання і використання документів; створення систематизованого архіву документів.

Визначимо основні порушення в документаційному забезпеченні управління: недосконалість формування систем управління документацією та інформаційними ресурсами; невідповідність науково-методичного забезпечення сучасним вимогам; невідповідність існуючої методики високим темпам розвитку інформаційних технологій і технічних засобів; відсутність стандартів і вимог до технічної оснащеності; недосконалість технології процесів і процедур збору, обробки і аналізу інформації, що зберігається в архівах, організації її руху в горизонтальному і вертикальному напрямках; нестача кваліфікованих кадрів, які забезпечують управління документацією в організаціях.

Таким чином, документаційне забезпечення (супроводження) діяльності будь-якої організації, установи чи підприємства є необхідним для ефективної роботи. Проблеми, що виникають в цьому напрямку можна вирішити як на рівні підприємства так і на рівні держави. Для цього треба насамперед кожному підприємству мати кваліфікованих спеціалістів, які володіють навичками складання та оформлення документів, що використовуються для управлінської дій відповідно до інструкцій, стандартів та сучасними комп'ютерними технологіями роботи з документами. З боку держави може бути здійснено спрощення звітної та податкової документації, що дозволить оптимізувати інформаційні потоки.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Попчук О. В.* Документне забезпечення управлінської діяльності організацій: навч.-метод. посіб. Рівне, 2012. 116 с.

2. *Зеленська М. В.* Шляхи удосконалення документаційного забезпечення ефективної діяльності органів державної влади. *Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля.* 2012. № 14 (185). Ч. 1. С. 90–96.

### **МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ У ТРАНСФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

Денисюк Ж. З.

Зі становленням інформаційного суспільства посилюється роль медіа як основного суб'єкта інформаційного впливу, формування суспільної думки. Сучасні медіа, детерміновані розвитком інформаційних технологій, давно вже стали повноправним суб'єктом суспільно-політичних та інших процесів, впливаючи на стереотипи та психологічні установки, поширюючи певні настанови, міфологеми масової свідомості тощо.

Сучасна епоха, парадигмою якої стала інформація, відкрила можливість для нових проявів людського існування за допомогою комунікативних можливостей, ресурсів і технологій. Медіасфера як складне і динамічне явище не лише відображає навколишню дійсність і формує уявлення про неї, але й поєднує в собі абсолютно протилежні інформаційні потоки. Зага-

лом можна стверджувати, що нові інформаційні технології змінюють характер інформаційної взаємодії суспільства і держави, розширюючи права громадян шляхом надання доступу до різноманітної інформації, збільшуючи можливості для різного роду діяльності.

Інформація та сфера її прямого застосування утворює окрему систему, яка включає, власне, саму інформацію, розгалужену інфраструктуру, яка нею утворюється, суб'єкти та об'єкти, що є учасниками процесів щодо збору, формування, поширення та використання інформації, а також цілокупність нормативів, які є регуляторами суспільних відносин. Маючи ресурсом інформаційний вплив, медіа формують порядок денний, фокусуючи увагу на певних подіях, проблемах суспільства. Медіа є соціальним інститутом, здатним задовольняти потребу людей в знаннях та інформації. Вплив мас-медіа виходить далеко за кордони конкретної держави, і саме медіа-середовище стає одним з головних світових глобалізаторів. Разом з тим цілком очевидним є використання медіа як інструменту впливів і протистоянь в інформаційних війнах, де інформація є зброєю маніпуляції задля досягнення різних цілей. Так, зокрема, специфічні методи медіавпливу конструюють уявну реальність, а медіавіруси – інформаційні носії (події, скандали, чутки, діяльність організацій та окремих осіб), що мають у прихованому вигляді завуальовані ідеї й меседжі, є ефективним інструментом для проникнення в національний інформаційний простір з метою апробації певних ідей (часто ворожих і деструктивних для суспільства) задля їх закріплення та подальшого просування [3, 44]. Не менш актуальним інструментом у межах інформаційних протистоянь є пропагандивний вплив, що розгортається в медіасередовищі. Головним чином він пов'язується з масовим переконанням у правильності чи неправильності тих або інших ідей, думок, понять, принципів. Для пропаганди дуже важливою є масова комунікація, оскільки вона дозволяє пропагандистам максимально ефективно досягати своєї мети. Для цього вони використовують майже всі форми масового спілкування, насамперед TV та Інтернет з метою впливу на масову свідомість [1, 394].

Саме в добу інформаційних технологій набуло нового змісту поняття гібридності як сутнісної характеристики та дієвого засобу боротьби, війни, що відтепер стала розглядатися як сукупність багаторівневих процесів, серед яких вагоме значення надається впливам на свідомість, психологічній обробці, що здатні впливати на ситуації в потрібному напрямі, прийняття відповідальних рішень та ін. Поширеність електронної інформації, засобів мобільної комунікації і зв'язку, постійна включеність значної частки соціуму до регулярного спілкування у соціальних мережах – всі ці фактори є стверджувальними чинниками здійснення постійних маніпулятивних впливів, що відбуваються у інформаційному просторі з тією чи іншою метою.

Відтак особливої актуальності набуває питання інформаційної безпеки, безпосередньо пов'язане з основною й визначальною його складовою –

інформацією – та обумовлюваними нею процесами і взаємодіями на різних рівнях і серед визначеного кола суб'єктів і об'єктів цих рухів [2, 124].

Управління інформацією та спричинення умисних загроз, які здатні нанести шкоду окремим інформаційним системам, актуалізує питання проблематики інформаційної безпеки на міжнародному рівні, що безпосереднім чином пов'язані з загальносвітовими процесами глобалізації.

В умовах геополітичних трансформацій, які обумовлюють характер взаємовідносин держав і суспільств у XXI ст., основним полем боротьби інтересів та протистояння є інформаційний простір, як на глобальному, так і на національному рівнях. Постійний розвиток інформаційної сфери та медіасередовища зумовлює перегляд підходів до формування нових стратегій інформаційної безпеки з урахуванням світового досвіду у розв'язанні кризових ситуацій та конфліктів, зумовлених інформаційно-гібридним протистоянням.

### **Список використаних джерел:**

1. *Близнюк А.* Гібридна війна XXI століття. Пропаганда як основна складова у політичних, соціальних та етнічних протистояннях. *INTER-MARUM: історія, політика, культура*. 2015. Вип. 2. С. 390–399.

2. *Дубов Д. В.* Стратегічні аспекти кібербезпеки України. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 4 (29). С.119–126.

3. *Карпчук Н.* Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. № 2 (4). С. 41–49.

## **ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА: ЗМІНА ПАРАДИГМИ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ**

Мельник І. В.

Інформаційна безпека XXI ст. зазнала кардинальних змін, викликаних як загальноцивілізаційними процесами глобалізації, так й інтенсифікацією економік, розвитком інформаційних технологій, що, своєю чергою, обумовили стрімке поширення електронних систем і цифровізації всіх сфер життя суспільства. То факт, що головною цінністю й стратегічним ресурсом стала інформація, вплинуло на зміну ключових стратегій у життєдіяльності суспільства. Інформація, що об'єднала світ мережами у своїй глобальності, так само породила глобальну проблему захисту кожною державою своїх інформаційних ресурсів.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується зростаючою роллю інформаційної складової, оскільки саме інформаційна інфраструктура, що здійснює аналіз, синтез, поширення інформації, регулює багатовимірні суспільні відносини. До того ж, ще з кінця XX ст. низка міжнародних конфліктів розгорталася із застосуванням інструментів невійськового впливу, зокрема інформаційного, що дало змогу окреслити параметри гібридності та гібридної війни, яка стала викликом для усталеного співжиття

багатьох країн світу. Базовою основою в інформаційному протистоянні є “інформація та комунікація, які формують основу всього того, що в подальшому розглядається як інформаційна війна” [1, 97]. Застосування інформаційно-комунікативного компонента в різного роду боротьбі за впливи та перерформування загальних стратегій безпеки змусило в іншому контексті розглядати систему міжнародних суспільних відносин та ряд інших ключових параметрів діяльності.

Гібридна війна, що стала найбільшим комплексним викликом глобалізованих суспільств, включає в себе широкий спектр фінансово-економічних, військово-стратегічних, соціально-політичних, культурно-історичних складових, у тому числі інформаційну та кібервійну. Мережеві технології та сучасні комунікації виявилися найбільш ефективним і мобільним інструментом у гібридних війнах, які використовували конфліктуючі сторони, незалежно від того, наскільки дієвим було військове втручання та яка сучасна зброя використовувалася при цьому різними державами.

Загрози гібридних війн набувають універсального характеру та вимагають розробки методів системної протидії. Фактично паралельно з соціальними перетвореннями досить активно стали розроблятися й питання забезпечення безпеки національних інтересів. Відтак сфера безпеки стала розширюватися і набувати зовсім іншого якісного стану. Для ефективного протистояння загрозам гібридних війн і забезпечення високого рівня безпеки нагальною потребою є формування комплексної системи безпеки сучасних суспільств, що дозволить своєчасно реагувати на виклики, небезпеки, загрози, що виникають у соціумі та несуть загрозу державі в цілому [3]. Загальнодержавна стратегія безпеки повинна передбачати використання багаторівневого і комплексного підходу, при цьому приділяючи увагу таким показниками, як розвиток інформаційної інфраструктури, індустрії переробки інформації, дотримання прав і свобод громадян в інформаційному суспільстві, що гарантують збереження і конфіденційність інформації та ін.

Стратегії сучасної безпеки значною мірою залежать від сформованої системи національних інтересів, політики держави та дії різних суб'єктів, державних і недержавних акторів. Саме тому безпека розуміється як невід'ємна частина суспільного буття, в якому формуються умови для найбільш ефективної реалізації захисту інтересів людини, суспільства і держави. Безпечне існування пов'язане з основними сферами суспільного буття і численними потребами різних суб'єктів, а також певними діями у відповідь на загрози щодо оптимізації захисту інтересів.

Загрози гібридних війн вимагають особливих зусиль з боку державних інституцій з метою активізації міжнародної співпраці в сфері безпеки. В сучасному соціумі базовим елементом гібридної війни є дії латентних сил, які виникають безпосередньо з ініціативи та фінансової підтримки представників різних держав. Динаміка міжнародних відносин на сьогодні засвідчує той факт, що сьогодні важливо переходити до комплексної системи безпеки, що в змозі мінімізувати інформаційний тероризм, кібервійни та кіберзлочинність [2].

У сучасному інформаційному суспільстві інформаційна безпека стає



пріоритетною у зв'язку з тим, що існуючі й потенційні загрози гібридних війн набувають універсального характеру. Загальнодержавні безпекові стратегії в добу глобальної інтеграції передбачають більш активне використання комплексного підходу в сфері безпеки, а також активізацію багаторівневої і більш ефективної інформаційно-аналітичної діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Курбан О. В. Теорія інформаційної війни: базові основи, методологія та понятійний апарат. *Scientific Journal "Science Rise"*. 2015. № 11/1 (16). С. 95–100.

2. Bond M. Hybrid War: A New Paradigm for Stability Operations in Failing States. Strategy Research Project / Colonel Margaret S. Bond. U.S. Army War College, Carlisle Barracks, Carlisle, PA. 2007. 25 p. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Hybrid-War%3A-A-New-Paradigm-for-Stability-Operations-Bond/9eef38bab0ed2f31246fc4c0d727920ee3b328b7> (дата звернення: квітень 2020).

3. Galeotti M., Manea O. Hybrid War as a War on Governance. *Small Wars Journal*. 2015, August 19. URL: <http://smallwarsjournal.com/jrn/art/hybrid-war-as-a-war-on-governance> (дата звернення: квітень 2020).

## **ОСОБЛИВОСТІ СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ У ТУРИЗМІ**

Горященко Ю. Г.

Дослідження інтенсивності та тенденцій розвитку сфери туризму має ряд специфічних особливостей, зумовлених джерелами інформації про галузь, умовами сезонності, специфікою даної сфери. В ході статистичного аналізу, в першу чергу, досліджують обсяги туристичних потоків за різними категоріями відвідувачів і метою відвідування, сезонність, структуру туристопотоків за різними напрямками, статистичну оцінку валютних надходжень від міжнародного туризму тощо. Інформацію про розмір туристичних потоків та їх структуру отримують на кордоні, у місцях перебування туристів, у інших підприємствах сфери туризму. Крім того, проводять спеціальні вибіркові обстеження, опитування колишніх або потенційних туристів у місцях їхнього постійного мешкання, здійснюють експертні оцінки. Наприклад, за допомогою вибіркового методу аналізуються витрати домогосподарств на оплату туристичних, екскурсійних, санаторно-оздоровчих послуг і послуг готелів. Монографічне обстеження може бути проведено в турфірмах, які мають власні засоби розміщення, спортивні споруди, спеціальний туристичний транспорт. За допомогою спеціально організованого систематичного спостереження статистики здійснюють моніторинг туристопотоку в певний регіон.

Показники туристопотоків збирають за даними Державної прикордонної служби України (Адміністрації державної прикордонної служби України) й за даними звітів підприємств туризму – туроператорів, турагентів, підприємств розміщення. До першої групи показників відносять дані

щоквартального звіту про іноземців, які в'їхали в Україну, щоквартального звіту про виїзд громадян України за кордон, звіту про пропуск осіб та транспортних засобів через державний кордон України. До другої групи показників – дані форми № 1-ТУР “Звіт про діяльність туристичної організації”, форми № 1-готель “Звіт про роботу готелю”, форми № 1-курорт “Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу”, форми № 8-НК “Звіт про роботу музею” тощо. Органом, що агрегує інформацію щодо туристичної діяльності в країні є Державна служба статистики України.

Важливе значення у процесі статистичного вивчення галузі туризму відіграють показники надходжень і витрат, пов'язаних від туризму. При цьому туристичне споживання є вартістю сукупності товарів і послуг, що споживаються туристами (відвідувачами) для задоволення туристичних потреб [1].

До основних туристських витрат належать комплексні тури (пакет послуг), послуги з розміщення (короткотермінового проживання), харчування, напої, послуги пасажирського транспорту, екскурсійне обслуговування, організаційні послуги туроператора, турагента, туристських гідів, послуги перекладача, рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи, придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів, страхування тощо. Показники надходжень від туризму – валові надходження від туризму, надходження від в'їзного (іноземного) туризму, надходження від зарубіжного (виїзного) туризму, надходження від міжнародного туризму, надходження від одноденних відвідань.

За даними Державної служби статистики України, у 2019 р. [2] найбільша кількість туроператорів знаходились в м. Київ (361 од.), далі, з великом відривом, у Львівській області (63 од.), Дніпропетровській та Одеській областях (відповідно 15 та 13 од.). При чому жодного туроператора не було у Полтавській та Кіровоградській областях, що вказує на значні локальні диспропорції розвитку туристичної галузі. Природно, що найбільша кількість турагентів юридичних осіб та ФОП також знаходились у столиці України, друге місце за цим показником належить Одеській області, далі слідує Дніпропетровська та Харківська області. Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються у виробництві туристичного продукту для юридичних осіб, за цей період становили 32 334 698,3 тис. грн (темп зростання становив 142,3 %), для ФОП – 69 633,8 тис. грн (темп росту по відношенню до 2018 р. – 190,64 %). У складі витрат скоротилися оренда автомобілів, витрати на медичне обслуговування, транспортне обслуговування (залізничний транспорт), натомість зросли витрати на розміщення і проживання, транспортне обслуговування (повітряний, водний, міський транспорт), харчування. Вартість реалізованих туристичних путівок туроператорами за 2018–2019 рр. зросла на 34,7 %, турагентами – на 40,5 %. Кількість реалізованих туристичних путівок туроператорами за аналізований період зросла на 44,1 %, реалізованих турагентами – на 33,9 %. Кількість туристів – українських громадян, об-

слугованих туроператорами та турагентами за даний період зросла на 34,8 %, туристів-іноземців – на 14,8 %.

Починаючи з 2004 р. неухильно скорочується кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку (з 19 443 од. у 2004 р. до 8808 од. у 2019 р.) та кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів.

Отже, сфера туризму є особливим об'єктом статистичного вивчення, оскільки тісно переплетена із багатьма соціально-орієнтованими та культурними сферами економіки. Виділено особливості туристичної інфраструктури України й регіональні диспропорції майже за всіма показниками даної індустрії. Спостерігається негативна тенденція до скорочення дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, будинків, баз і пансіонатів відпочинку, санаторіїв та пансіонатів з лікуванням.

#### **Список використаних джерел:**

1. Милашко О. Г. Особливості статистичного спостереження в сфері туризму. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 3 (43). С. 367–374.
2. Офіційна сторінка Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>

### **HOSPITALITY INDUSTRY IN PANDEMIC TIMES: BEHAVIORAL ASPECT**

Chyrychenko Yurii, Dzhakheidr Emad Adburavi Ramadan

The main aim of our work is systematization and further improvement of some basic elements of psychological and economical communicative strategy in the Hospitality Industry.

As we can see, two of the represented groups of factors – economical and psychological are very similar by nature. For example, from the first one of point of view, production capacity is declining as people fall ill, self-isolate at home as a precautionary measure or at the request of the authorities, and the government closes bars, restaurants, theaters, sports and music facilities. But these factors can not simply be socially accepted by themselves as only an informational message. Why? Because people don't have the ability to accept any information without an emotional signature.

With this context, we consider as a very important factor of this cognition not only emotional perception but their cognitive distortions, assuming, what cognitive biases are systematic patterns of deviation from the norm and rationality in judgment.

The general dynamic of the development of the National Trade and Hospitality Industry economical process with the synergic impact of all economical and psychological factors has simultaneously a very similar and very disturbing general trend.

From different parts of the National Trade and Hospitality Industry process, using a recent set of publications, we have chosen cognitive biases, that can trigger these general processes.

Pandemic Agent detection is the inclination to presume the purposeful intervention of a sentient or intelligent agent in situations that may or may not involve one. As result, we can have social actions (Anti-quarantine actions) and deepening negative trends. Proposed actions – explanation of the probabilistic nature of the pandemic.

The ambiguity effect. The effect implies that people tend to select options for which the probability of a favorable outcome is known, over an option for which the probability of a favorable outcome is unknown. Proposed actions – cluster analysis of a set of probabilities all kinds of possible risk factors for different pandemic scenarios and educational work in this direction.

A big pool of Availability biases. The availability heuristic operates on the notion that if something can be recalled, it must be important, or at least more important than alternative solutions that are not as readily recalled.

Extension neglect is a type of cognitive bias that occurs when the mind tends to ignore the size of the set during an evaluation in which the size of the set is logically relevant. Proposed actions – “Fake News” detection and refutation with educational work in this direction.

## **МАРКЕТИНГ В МИТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЦИФРОВІЗАЦІЯ**

Хурдей В. Д.

В умовах високого рівня розвитку зовнішньоекономічної діяльності, якість митних послуг має особливе значення. Від якості митних послуг залежить термін проходження митних процедур, фінансові витрати експортерів і імпортерів. Тому питання задоволеності учасників зовнішньоекономічної діяльності та підвищення якості митних послуг, що надаються учасникам митної діяльності є надзвичайно актуальними і відносяться до сфери маркетингу.

Маркетинг в митній діяльності – це концепція управління, відповідно до якої гарантією успіху митної служби є ефективні зусилля із задоволення потреб учасників митної діяльності. Тобто, митний маркетинг націлений на залучення клієнтів, сприяння підвищенню ефективності роботи не тільки митних органів, а й інших учасників зовнішньоекономічної діяльності та збереження купівельної лояльності суб'єктів митної сфери в довгостроковій перспективі.

Сучасна концепція маркетингу митних послуг націлена на вирішення проблем економічної безпеки і сприяння торгівлі за допомогою застосування митного інструментарію на рівні вимог міжнародних стандартів.

Метою митного маркетингу є підвищення якості та конкурентоспроможності митного адміністрування, забезпечення передумов і оптимальних умов сприяння міжнародній торгівлі, прискорення зовнішньоторговельного обороту України і забезпечення комфортності ведення зовнішньоекономічної діяльності без зниження ефективності митного контролю.

Важливими для митної справи є і такі концепції маркетингу, як маркетинг партнерських відносин, підвищення якості, вдосконалення обслуговування, домінування на ринку державних послуг в митному секторі.

Маркетинг в митній сфері є досить складною системою. З одного боку, існує необхідність забезпечити повне дотримання митного законодавства, а з іншого – важливо забезпечити особливий, інноваційний підхід до надання митних послуг, що дозволяє підвищити їх якість.

Неякісна і неефективна робота митниці призводить до негативних наслідків: для держави – це зниження репутації митної системи, ризику зниження обсягів митних платежів, зниження рівня економічної, а також екологічної безпеки країни; для учасника зовнішньоекономічної діяльності – це втрати від простоїв, перешкоди в переході на більш раціональні методи організації виробництва, зростання ризиків у комерційній діяльності [1].

На сьогодні основне завдання маркетингу в митній діяльності – визначити та ліквідувати вузькі місця в сервісному обслуговуванні споживачів митних послуг.

Згідно з дослідженнями Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, у рамках реалізації проекту Підтримка громадської ініціативи “За чесну та прозору митницю”: 27,9 % українських експортерів та імпортерів оцінюють роботу Держмитслужби як ефективну і яка не потребує змін; 52,9 % респондентів оцінили роботу Служби в цілому, як ефективну, але яка вимагає деяких змін; 15,3 % дали оцінку – у цілому ефективно, але масштабні реформи можуть покращити ситуацію і тільки 3,9 % опитаних зазначили, що робота митниці неефективна і має потребу у повній заміні [2].

Як бачимо, Держмитслужба опікується якістю надання митних послуг, дотриманням митного законодавства, надійністю митного контролю, недопущенням на територію країни шкідливої, небезпечної і неякісної продукції і послуг, подоланням корупції, що, в сукупності підвищує рівень якості митної діяльності.

Заступник Голови Держмитслужби з питань цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації Є. Єнтіс зазначає: “Будь-яке звернення до митниці має залишати після себе приємне відчуття від роботи добре налагодженого механізму”. Тому з 2020 р. у Держмитслужбі реалізуються інструменти цифрового маркетингу. В рамках ІТ-стратегії 2020–2022 рр. розроблено і запроваджено цілий ряд продуктів.

Оновлено веб-портал Держмитслужби. Дизайн нового порталу врахував користувацькі потреби громадян та бізнесу, численні тестування довели, що він максимально захищений від зовнішніх втручань та відмовостійкий.

Розроблено мапу інфраструктурних об’єктів митниці, де міститься деталізована інформація про 4 типи локацій: пункти пропуску, внутрішні місця митного оформлення, місця міжнародного поштового обміну та сортувальні станції. Частина даних доступна тільки митникам та дає можливість отримати повну інформацію по кожній локації.

Працює BusinessIntelligence (BI) – інтерактивний портал аналітики, де можна в декілька кліків отримати статистичні дані по товарообігу України з будь-якою країною та по будь-якому товару.

Є зручний онлайн-калькулятор митної вартості – він підтягує дані щодо мінімальної, середньої та максимальної вартості авто за останні роки на основі реальної інформації митниці про мільйон машин більш ніж 2300 моделей.

Працює онлайн-система скарг, завдяки якій уся комунікація відбувається в електронній формі, а термін розгляду скарг та звернень становить до 5 днів [3].

Тобто у митній діяльності впроваджується цифровий маркетинг, адже цифровізація митних послуг сприяє підвищенню комфорту та якості обслуговування учасників митної діяльності.

З огляду на вище викладене, можна стверджувати, що маркетинг в митній діяльності забезпечує: підвищення якості надання послуг митною службою; скорочення витрат учасників зовнішньоекономічної діяльності і держави, пов'язаних з митним оформленням і митним контролем; підвищення репутації митної системи; задоволеність учасників митної діяльності, а цифровий маркетинг є стратегічним інструментом досягнення маркетингових цілей.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Макрусев В. В.* Маркетинг таможенних услуг: учебник. Москва: Проспект, 2017. 382 с. URL: <https://rucont.ru/efd/632949>
2. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua>
3. Нова митниця. Державна митна служба України. URL: <https://bi.customs.gov.ua/complaints/#/>

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Ятчук О. М.

Сучасний інформаційний простір важко уявити без соціальних мереж. Проте поза увагою науковців залишається формування комунікативної стратегії поширення іміджу особливо в умовах крос-культурного виміру.

Міждисциплінарні дослідження та студії розглядають різні аспекти соціальних мереж. Крім психологічних чинників, що формують індивідуальні особливості комунікаційної стратегії, що базуються на (заохочуванні, соціалізації та інше) [2], дослідники фіксують і спільні тенденції для багатьох країн світу – новий спосіб споживання медіа, одночасне використання для комунікації багатьох засобів [1].

Таким чином, ми бачимо, що у сучасному комунікаційному просторі спостерігається зсув комунікаційної стратегії у бік індивідуальної траєкторії споживання. Проте соціальні мережі та їх роль у формуванні культури комунікаційних відносин поширюється [3], та потребує детального вивчення не тільки в контексті споживання інформації, де проблемним стає ідентифікація та “фейковість” повідомлень, але і вплив різних культурних середовищ в контексті взаємодії різних крос-культурних вимірів.

Глобалізація сприяє розвитку міжкультурних комунікацій, поширенню різних культурних ідентифікацій на більшу аудиторію, що має позитивне впливання, на руйнування певних стереотипів, що пов’язані з “іншою” культурною середою, на відміну від власних національних та локальних середовищ. Проте імовірність створення в соціальних мережах спеціальних акаунтів (представництв), через які можуть поширюватися агресивні комунікаційні стратегії може негативно вплинути на імідж окремих постатей, груп та країни в цілому, що буде сприяти поширенню агресивної маніпулятивної політики в міжнародному обсязі споживання.

Саме тому в межах крос-культурного виміру соціальних мереж можна запропонувати ретельне вивчення онлайн бази даних – умовне віртуальне крос-культурне середовище, як джерела для подальшого вивчення комунікаційних стратегій. У цьому напрямі перспективними виявляються такі методологічні інструменти як онлайн інтерв’ю, аналіз контенту, архівний аналіз та соціальні медіа [3]. Доповнення цього методологічного інструментарію методом контент аналізу дозволить перевірити гіпотезу щодо верифікації інформаційних повідомлень та протидії фейковим повідомленням. Враховуючи, що крос-культурний вимір у більшості випадків базується на стійких стереотипних уявленнях ця проблема є однією з головних для формування вектора комунікаційної стратегії саме засобами соціальних мереж.

Таким чином, спираючись на останні дослідження соціальних мереж у контексті взаємодії з аудиторією, з врахуванням особливостей нового типу медіакомунікацій, особливу увагу слід приділяти верифікації інформації та протидії фейковим повідомленням. Цей процес може негативно позначитися на формуванні єдиного цифрового крос-культурного простору. Тому потребує детального вивчення саме в контексті особливостей різних культур та комунікаційних стратегій.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives. 2017. № 31: P. 211–236.*
2. *Azizi Rostam Fatemeh. In A World Without Social Media. Conference: National Conference on Social Causes At: Esfahan, Iran. May, 2019.*
3. *Kavoura Niki. Social media, online imagined communities and communication research. Library Review. 2014. № 63. P. 490–504. 10.1108/LR-06-2014-0076.*

## **ЗРОСТАННЯ РОЛІ ІНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Даценко В. В., Підберезня В. С.

Наразі стан економічного розвитку провідних країн світу характеризується становленням інформаційної економіки, коли основним засобом і предметом суспільного виробництва стає інформація, а основним видом ресурсів – інформаційні. Одним з головних інформаційних ресурсів постає саме інформаційний маркетинг, що реалізується шляхом поширення інформації за допомогою он-лайн платформ та отримав назву інтерактивний маркетинг.

Інтерактивний маркетинг дає змогу підприємствам ефективно вирішувати проблеми, за допомогою використання своїх можливостей у сфері виробництва та можливостей ринку для отримання високого прибутку. Також це дозволяє планувати свою діяльність з урахуванням впливу розвитку інформаційного ринку.

Інтерактивний маркетинг – найсучасніший вид прямого маркетингу, у якому використовують інтерактивні комп'ютерні служби, що працюють в оперативному режимі для надання користувачам інформаційних послуг. Ще одним засобом інтерактивного маркетингу є використання каналів зв'язку, які функціонують в режимі реального часу та діяльність яких можлива за допомогою засобів електронної торгівлі.

Інтерактивний маркетинг здійснюється шляхом об'єднання покупців та продавців у реальному часі, за допомогою інтерактивних комп'ютерних систем.

Основою інтерактивного маркетингу є: інформування, переконання, нагадування цільовій аудиторії на основі маркетингової інформації. Така форма маркетингу також забезпечує вищу гнучкість, дозволяючи продавцеві постійно вносити корективи до своєї діяльності [2].

Головною ціллю інтерактивного маркетингу є знаходження відповідності між можливостями інформаційних структур і потребами споживачів цільового ринку. Досягнути вищезгаданої цілі можливо за допомогою періодичного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та формування маркетингової інформаційної системи.

Маркетингова інформація представляє собою знання, відомості, дані про будь-який об'єкт, подію, процес або явище, що необхідні для підготовки і прийняття маркетингових рішень. Варто зазначити, що маркетинговий потенціал є невід'ємною частиною загального потенціалу підприємства, так як він відповідає за забезпечення постійної конкурентоспроможності товару підприємства на ринках. Його рівень розвитку показує ефективність використання виробничого, фінансового, інформаційного та інших потенціалів підприємства.

Під маркетинговим потенціалом підприємства розуміють спроможність системи маркетингу підтримувати його постійну конкурентоспроможність,



економічне й соціальне положення продукту, що випускається на ринку товарів чи послуг, шляхом проведення досліджень у сфері попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також розробки стратегічного планування й контролю за якістю товару, аналізу поведінки конкурентів і споживачів на ринку, у рамках маркетингових заходів.

Маркетингове дослідження шляхом застосування інформаційних структур може бути обмежене галуззю вивчення інформаційних потреб та необхідністю вибору основних сегментів ринку. Застосування інтерактивного маркетингу спрямоване на формування зв'язків із громадськістю, на створення іміджу підприємства через Інтернет-мережу, тобто онлайн.

Принципи, яких варто дотримуватися для успішної реалізації інтерактивного маркетингу:

- будь-яка, як завгодно велика інформаційна потреба задовольняється в більшості випадків найпростішим способом без урахування необхідних для цього часу та грошей;

- у випадку, коли споживач інформації вже звик користуватися певними навичками її збирання, то їх майже неможливо змінити навіть за умов значних витрат на маркетинг;

- проведення інтерактивного пошуку звичайно здійснюється не тими, кому дійсно потрібна інформація, адже делегується на нижчі підрозділи;

- недоцільно охоплювати маркетингом організацію, яка не має потрібного устаткування або не має бажання сплачувати за інформацію;

- відсутність необхідної кваліфікації, для розуміння отриманої ним інформації;

- відсутність чітких вимог до інтерактивного пошуку. Це пояснюється тим, що споживач не завжди може чітко пояснити свої вимоги до інтерактивного пошуку, як наслідок його відмова здебільшого стосується не головними доводами, а наприклад високими цінами або складною системою.

Отже, у сучасному світі інтерактивний маркетинг набуває все більших обертів, що дає змогу збільшити можливості підприємства на ринку товарів. Використання інтерактивного маркетингу в діяльності підприємств дає змогу правильно оцінити взаємовідносини підприємства та споживачів та дає можливість використати специфічні особливості інформаційного виробництва для вдосконалення номенклатури інформаційних продуктів. Цей процес створює високий рівень розвитку діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Палеха Ю. І., Палеха О. Ю.* Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: навч. посібник. Київ: Ліра-К, 2019. 480 с.

2. *Комліченко Д. С.* Інтерактивний маркетинг як інструмент формування відносин товаровиробників зі споживачами. *Економічні науки.* 2012. № 8.

3. *Семенюк С., Шпилик С.* Інтерактивний маркетинг: стан розвитку в Україні. *Галицький економічний вісник.* 2012. № 2 (35).

## ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО В СУЧАСНІЙ ПАРАДИГМІ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ

Івашина С. Ю., Івашина О. Ф.

Цифрове (інформаційне) суспільство створене на початку ХХІ ст. на основі цифрових технологій та інформаційної техніки, запроваджених в усі сфери суспільного життя. Нове суспільство потребує свого адекватного відображення в різних науках. Актуальність дослідження цифрового суспільства економістами пояснюється необхідністю пошуку регулівних механізмів у процесі суспільного відтворення. Теорія інформаційного суспільства вперше була створена відомими економістами Т. Умесао, Ф. Махлупом, У. Масудом та ін. Теоретики “інформаційного суспільства” використали не стільки технократичний підхід, який розглядає прогрес інформаційних технологій, скільки дослідили історичний процес створення технологічного або технетронного (technetronic – від грец. techne) суспільства та формування сучасного суспільства, заснованого на знаннях (“the knowledgeable society”, “knowledge society” або “knowledge-value society”). Дослідники інформаційного суспільства не відкидають ідеї лібералізму, інституціоналізму з його постіндустріальними тенденціями до гармонізації відносин людини з природою, розвитком соціальних відносин, всебічного гармонійного розвитку людини [1–2]. Про залежність соціальних структур такого суспільства від техніко-організаційної будови виробництва та активний вплив соціальних структур на технічний базис та економічні відносини писали ще в 70–80-ті рр. американські соціологи Е. Тоффлер, П. Лінднер, Р. Флорида [3–5].

У цифровому суспільстві відтворення набуває характеру “проліфікації”, тобто неперервного вдосконалення техніко-економічних, соціально-економічних та інституціональних форм. Для того щоб відобразити зміни соціально-економічних та інституціональних форм у цифровому суспільстві, дати оцінку економічним, соціокультурним та іншим змінам, дослідники намагаються створити операційну модель, яка складається з його окремих якісних і кількісних характеристик.

У цифровому суспільстві в концентрованій формі виявляються великомасштабні тенденції суспільних змін:

- руйнування в свідомості традиційних цінностей (державна цілісність, відносини в родині, релігія); відмова від підходу до людини як “homo oeconomicus” або “homo instituticus”, як згустку соціуму, як суб’єкта суспільних відносин та перехід до багатовимірної людини;

- неефективність традиційних регулівних механізмів економічних відносин;

- перехід до нового етапу глобалізації, який характеризується не універсалізацією економічних відносин у системі соціуму, а, насамперед, універсалізацією культурологічного, соціального середовища.

Безсумнівні успіхи попереднього розвитку (зростання матеріального добробуту широких верств населення та звуження економічних основ для гострих соціальних суперечностей) обернулися глибокими суперечностями і тупиковими ситуаціями. Певна девальвація в суспільній свідомості результатів розвитку сучасного суспільства (погіршення стану навколишнього середовища, розхитування існуючого світового порядку, сумніви у ефективності існуючих мотивів і стимулів діяльності людини, виконання наукою і технікою прямо протилежних соціальних функцій, створення далеко не кращих зразків суспільної свідомості), поставили під сумнів основні положення традиційних уявлень про розвиток людської цивілізації та зумовили пошук варіанту розв'язання існуючих соціально-економічних проблем.

Інформаційні технології змінюють обличчя соціуму та спосіб життя переважної більшості людей. Вони перетворилися на потужний імпульс динамічних економічних, соціальних, соціокультурних змін. Розвиток інформаційних технологій перетворює людину в безпосереднього суб'єкта соціальних відносин не в жорстко детермінованому обличчі певного соціального типу, а в якості конкретної особистості, яка має можливість (завдяки інформаційним технологіям) показати суспільству широкий діапазон індивідуальних особливостей. Інформаційні технології полегшили можливість:

- доступу до світових інформаційних ресурсів;
- створювати нові види предметної монополії (організаційну, на інформацію, на знання);
- активно впливати на соціальні структури, технічний базис і економічні відносини, шляхом швидких креативних дій у виробництві, науці, управлінні;
- “щоденної технологічної революції” внаслідок мережевого поширення креативних, кваліфікаційних та організаційних ресурсів, знань;
- реалізації потенціалу неекономічної людини, людини-креатора, рольова функція якої зводиться до створення знань і модернізації економіки;
- прискореного переходу від “економіки ресурсної та індустріальної” до “економіки знань” та “креативної економіки”.

Зміни в системі цінностей людей відображають об'єктивний результат усе більшого їх включення в процес створення цифрового суспільства. Для розвитку цифрового суспільства ключового значення набувають відтворення знань, навичок, мотивації, енергії та інших соціальних якостей людини, творчий характер праці та соціокультурні умови людської діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. *Machlup F.* The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962.
2. *Masuda Y.* The Information Society as Post-Industrial Society. Wash., 1981. 103 p.
3. *Тоффлер Э.* Третья волна: [пер. с англ.]. Москва: АСТ, 2010. 795 с.

4. *Линднер П.* Креативные индустрии: от теоретических моделей к реальным проектам. URL: <http://www.hse.ru>

5. *Флорида Р.* Креативный класс: люди которые меняют будущее. Москва: Классика-XXI, 2007. 432 с.

## **ЦИФРОВА ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВРЕГУЛЮВАННЯ КОНФЛІКТІВ**

Гірман А. П.

Засоби масової комунікації традиційно впливали на хід конфліктів і пошук шляхів їх вирішення. Вони використовувалися сторонами конфлікту для ідеологічного впливу, посилення і популяризації власної позиції, впливу на громадську думку. Досягнення влади на міжнародній арені завжди здійснювалося за допомогою не тільки насильства, а й переконання. Сучасний етап розвитку суспільства, що характеризується широким поширенням інформаційних технологій, створює нові можливості для вирішення конфліктів за рахунок використання нових каналів комунікації та впливу на конфліктуючі сторони ненасильницьким шляхом. Перш за все, мова йде про цифрові комунікації, здійснювані за допомогою глобальної мережі Інтернет, яка створює умови для глобальної інтерактивної комунікації в режимі реального часу.

Трансформація Вестфальської політичної системи світу, розмивання державного суверенітету і посилення впливу нових акторів світової політики тягнуть за собою зміну природи міжнародних конфліктів і актуалізують пошук нових підходів до їх врегулювання. Важливим фактором трансформації політичної системи світу стає науково-технічна революція, в рамках якої особливого значення набуває розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства важливу роль відіграють Web 2.0 технології (найбільш відомі серед них соціальні мережеві сервіси Facebook, Twitter і ін.). Соціальні медіа дозволяють користувачам Інтернету зв'язуватися один з одним, обмінюватися інформацією: текстами, фотографіями, відео-та аудіозаписи. Причому користувачі стають активними творцями контенту і можуть скласти конкуренцію великим медійним корпораціям. На практиці знаходить своє втілення модель комунікації “багато-до-багатьох”. Масштаби і популярність соціальних мереж як засобу комунікації в усьому світі зростають.

Використання цих технологій в дипломатичній практиці отримало назву “цифрова дипломатія” (також поширені терміни “інтернет-дипломатія”, “дипломатія соціальних мереж”, “Web 2.0 дипломатія” і ін.) і спочатку застосовувалося до зовнішньої публічної політики США, орієнтованої на інтерактивну взаємодію з громадянами іноземних держав безпосередньо за допомогою соціальних мереж, минаючи офіційні канали.

Цифрова дипломатія – один з напрямків публічної дипломатії, орієнтованої на залучення в дипломатичну практику широких верств населення, а не на взаємодію з політичною і дипломатичною елітами зарубіжних держав. Уряд Сполучених Штатів визначає цифрову дипломатію як застосування соціальних мереж в дипломатичній практиці уряду США для забезпечення взаємодії американських дипломатів із зарубіжними користувачами Інтернету [IT Strategic Plan, 2010]. Сьогодні програми цифрової дипломатії розвивають більшість країн світу, в тому числі й Україна.

Отже цифрова публічна дипломатія являє собою інструмент, що має ряд функцій в політичній комунікації в глобальному масштабі: дозволяє отримати уявлення про події, що відбуваються в світі; формує ставлення до тієї чи іншої події; дозволяє поширювати інформацію, в тому числі культуру, цінності, релігію та ін. При цьому у кожній функції є зворотний бік, тобто “дисфункція”.

Вплив соціальних медіа як інструментів нової цифрової публічної дипломатії на міжнародний конфлікт може бути подвійним – вони можуть сприяти як врегулюванню конфліктів, так і їх розпалюванню.

Прихильники концепції цифрової публічної дипломатії як інструмента врегулювання конфліктів відзначають, що соціальні медіа здатні не тільки змінювати ієрархічний характер комунікації, властивий традиційній дипломатії, а й залучати пересічних громадян до вирішення дипломатичних завдань, а також безпосередньо звертатися до зарубіжної аудиторії.

Дж. Кован і А. Арснольт вказують, що якщо спочатку практика публічної дипломатії забезпечувала перехід від монологу до діалогу, то цифрова дипломатія також створює умови для розвитку проектів співпраці, де в якості інструментів можуть використовуватися різні цифрові платформи реалізації акцій і програм, що координуються в онлайн-середовищі за допомогою спеціальних інструментів краудсорсинга і краудфандінга (наприклад, платформи ушаїді – ushahidi) [1, 17].

Слід підкреслити, що наразі глобальний інформаційний простір стає полем зіткнення державних інтересів, а більшість сучасних міжнародних конфліктів також характеризується наявністю цифрової складової. У публіцистиці і дослідницької літературі з’являються терміни “інформаційна війна”, “інформаційний конфлікт”, “інформаційне протиборство”. Авторитетний американський політолог Д. Най також зазначає значимість інформаційного впливу в конфліктах. Він вважає, що в сучасних конфліктах військові сили і цивільне населення, фізичне руйнування і інформаційний вплив тісно переплетені [2]. Дійсно, сьогодні інформаційне висвітлення, в тому числі за допомогою соціальних мереж, є невід’ємним компонентом міжнародної політики, в тому числі і міжнародних конфліктів.

Отже, глобальні інформаційні мережі пропонують можливості для формування глобального громадянського суспільства і глобальних дискусій. Публічна дипломатія в такому контексті розглядається не як дипломатія держави, але як народна дипломатія, яка діє поверх міждержавних від-

носин, ґрунтуючись на загальних підходах [3]. Це дає надію, що цифрова публічна дипломатія, спрямована на підтримку громадських ініціатив, створення каналів комунікації і встановлення діалогу між конфліктуючими сторонами, дозволить змінити інформаційний контекст будь-якого конфлікту, таким чином трансформуючи його динаміку, виступаючи одним з інструментів посередництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Cowan G., Arsenault A. Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Т. 616. № 1. Р. 10–30.

2. Nye J. S. The future of power. N.Y.: PublicAff airs, 2011. Р. 34.

3. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Р. 616. URL: [http://prtheories.pbworks.com/w/file/etch/45138545/Castells\\_2008\\_The\\_New\\_Public\\_Sphere.pdf](http://prtheories.pbworks.com/w/file/etch/45138545/Castells_2008_The_New_Public_Sphere.pdf)

## **ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Думенко А. І.

Публічна комунікація на сьогодні є необхідною умовою становлення, розвитку і функціонування всіх соціальних систем, серед яких – публічне управління, а також одним із провідних інструментів розбудови громадянського суспільства. Нова якість взаємовідносин між владою і окремими громадянами, громадськими організаціями, засобами масової інформації може свідчити про рівень демократизації суспільства і його готовність до реального дотримання принципів громадянської свободи. Враховуючи, що охорона здоров'я є важливою сферою соціальної діяльності держави, публічні комунікації у галузі охорони здоров'я також належать до провідного чинника забезпечення попередження та розв'язання значущих суспільних проблем. Зокрема, ВООЗ визначає комунікацію з громадськістю як одну з основних функцій системи охорони здоров'я [2, 50].

Державна політика в Україні щодо інформатизації системи охорони здоров'я, а також впровадження новітніх інформаційних технологій спрямована на ліквідацію відставання в цій сфері від передових світових держав і прискорення входження в інформаційний простір міжнародного співтовариства з метою підняття управління охороною здоров'я, практичної медицини, медичної освіти і науки на сучасний рівень. Забезпечення ефективної комунікативної діяльності та оперативного доведення до населення об'єктивної інформації в сучасних умовах розвитку суспільства без використання сучасних інформаційних технологій нині не є можливим [1].

Публічна комунікація в системі охорони здоров'я здійснюється на різних рівнях управління: від центрального до місцевого, та на різних рівнях надання медичної допомоги: від первинної ланки до спеціалізованої допомоги. Пріоритетом при реформуванні системи охорони здоров'я є первинний рівень на засадах сімейної медицини. У такому разі основні функції щодо забезпечення комунікативних заходів медичного характеру мають покладатись на лікарів загальної практики – сімейних лікарів. Саме тому ці фахівці на цей час є ключовою ланкою в окресленій системі комунікації.

Необхідними умовами ефективного функціонування системи комунікацій є такі, що відповідають системі охорони здоров'я в цілому. До цих умов відносяться нормативно-правове забезпечення, наявність потрібних організаційних, кадрових, матеріально-технічних, фінансових ресурсів, визначення повноважень, інформаційне забезпечення, сучасні технології, ефективне управління, міжсекторальний підхід, моніторинг та оцінка діяльності [1]. Заходи щодо створення системи комунікацій мають бути комплексними, охоплювати всі складові елементи системи.

Головним нормативним документом з організації діяльності системи комунікацій у галузі охорони здоров'я України є галузева Комплексна програма комунікацій в охороні здоров'я, в основу якої покладена Комплексна система комунікацій в охороні здоров'я [2]. На виконання цієї цільової програми розробляються та затверджуються. Заходи та щорічні плани комунікації. Враховуючи, що комунікаціями з охорони здоров'я охоплюється все населення країни виділяються, залежно від мети комунікації, цільові групи комунікативного впливу. Тому таку систему можна вважати міжсекторальною.

З метою ефективного забезпечення міжсекторальної взаємодії та координації комунікативної діяльності на всіх рівнях управління галуззю рекомендовано створювати міжвідомчі ради для координації комунікативної політики в охороні здоров'я та відповідних комунікативних заходів.

Також важливою складовою цієї системи є науково-методичне забезпечення її діяльності. За цим напрямом проводяться наукові дослідження з актуальних питань комунікативної політики в охороні здоров'я, розробляються й упроваджуються сучасні технології комунікацій, багато методичних та аналітичних матеріалів.

В організаційному плані для реалізації на практиці передбачених підходів важливим є створення галузевого ресурсного центру з комунікацій в охороні здоров'я, створення системи підготовки медичних працівників до комунікативної діяльності в охороні здоров'я та приведення штатних розписів ресурсного центру та Центрів здоров'я у відповідність із потребами комунікативної діяльності на основі запровадження міжсекторального підходу.

Техніко-технологічний аспект втілення зазначеної моделі комунікацій передбачає подальшу інтенсивну інформатизацію галузі. Складовими інформатизації системи комунікацій є комп'ютеризація закладів охорони здоров'я та робочих лікарських місць з доступом до системи Інтернет і

створення сайтів закладів охорони здоров'я та особисто лікарів, повсякденне використання сучасних інформаційних технологій в комунікативній діяльності медичних працівників.

У такий спосіб забезпечення ефективного публічного управління галуззю не можливе без управління комунікаціями в охороні здоров'я, упровадження дієвої системи моніторингу та оцінки ефективності комунікативних заходів на різних рівнях управління. А в умовах розвитку цифрового суспільства є потреба застосовувати все більше інструментів та засобів комунікації, побудованих на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Знаменська М. А., Слабкий Г. О., Знаменська Т. К.* Комунікації в охороні здоров'я. Київ, 2019. 197 с.

2. Комплексна система комунікацій в охороні здоров'я. Перелік наукової (науково-технічної) продукції, призначеної для впровадження досягнень медичної науки у сферу охорони здоров'я. Київ. 2015. Вип. 1. Т. 1. № 337/1/14.

3. *Ситенко О. Р., Кривенко Є. М.* Роль комунікаційної діяльності у розвитку охорони здоров'я. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України.* 2015. № 4 (66). С. 49–55.

### **СЕГМЕНТУВАННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПОБУДОВИ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ**

Байдак Т. М., Болотова В. О.

Одним з найважливіших кроків у процесі управління компанією та використання комунікативних технологій є точне визначення груп громадськості, з якими потрібно будувати взаємовигідні відносини. У найбільш узагальненому вигляді громадськість – це будь-яка група людей, так чи інакше пов'язана з життєдіяльністю організації. Відносини з громадськістю стають одним з головних векторів діяльності компанії в сучасному цифровому суспільстві. За теорією ресурсної залежності така спрямованість пояснюється тим, що жодна організація не може створити всі необхідні їй ресурси і зробити себе самодостатньою. Тому вона бере їх із зовнішнього середовища, яке є сукупністю ресурсних ніш, іншими словами, сукупністю організацій та різного роду груп громадськості – джерел ресурсів. Різні види громадськості мають різні ресурси, необхідні компаніям для досягнення своїх цілей. Стратегія взаємодії з громадськістю та іншими організаціями та впливу на них, спрямована на зниження залежності від інших і підвищення передбачуваності зовнішнього середовища. Популярною аксіомою для зв'язків з громадськістю є те, що не існує “загальної громадськості”. В сучасному цифровому суспільстві компанії мають велику кількість груп, які мають різні очікування щодо своїх відносин з нею. Ці відмінності у очікуваннях



допомагають організації поділити свою громадськість на групи зі схожими характеристиками та зосередити комунікативні зусилля безпосередньо на кожній з них з урахуванням таких відмінностей.

Компанія має намагатися ідентифікувати всі групи громадськості, які впливають або можуть вплинути на неї. Важливим кроком, який допомагає це зробити – визначити всі зацікавлені сторони. Для цього необхідно розглянути, які організаційні зв'язки є характерними для компанії. Визначення таких зв'язків допомагає визначити групи зацікавлених сторін. Дж. Груніг і Т. Хант виділяють чотири групи зв'язків: зв'язки, що забезпечують життєдіяльність компанії, функціональні зв'язки, нормативні зв'язки, дифузні зв'язки. Групи, що забезпечують життя організації. Вони мають певний контроль над організацією, такі як акціонери, рада директорів тощо. Вони забезпечують організацію ресурсами. Якщо відносини з ними похитнуться, ресурси можуть бути вилучені, автономія обмежена. Зацікавлені сторони, що пов'язані з функціональними зв'язками, у свою чергу, поділяються на дві групи: ті, хто пов'язаний з вхідними та з вихідними функціями. Перші забезпечують організацію робочою силою та ресурсами для створення продукту або послуги (працівники та постачальники тощо). Другі пов'язані зі споживанням товарів чи послуг, що виробляє організація (споживачів, роздрібні продавці тощо). Зацікавлені сторони, що пов'язані з нормативними зв'язками – це асоціації або групи, з якими організація має спільні інтереси. Зацікавлені сторони, що пов'язані з так званими дифузними зв'язками, визначити найважче, оскільки вони включають громадськість, яка нечасто взаємодіє з організацією та залучається до участі на основі дій організації. Це та громадськість, яка часто виникає під час кризи. Сюди відносять засоби масової інформації, громаду, активістів тощо [1].

Для визначення характеру відносин та побудови комунікативної стратегії з кожною із груп можна застосовувати матрицю “влада – інтерес”. Вона допомагає класифікувати зацікавлені сторони за їх владою та мірою інтересу до дій та стратегій організації. За результатами використання матричного підходу можна отримати чотири групи зацікавлених сторін:

- ті, хто має великий вплив та великий інтерес до організації, – це групи, які приймають рішення, і найбільше впливають на успіх організації. Комунікативна стратегія спрямована на те щоб постійно інформувати їх та керувати їхніми очікуваннями;

- ті, хто має великий вплив та слабкий інтерес, – це групи, які не зацікавлені в організації але мають вплив;

- ті, хто має слабкий вплив та великий інтерес, – такі групи можуть бути дуже корисними для організації;

- ті, хто має слабкий вплив та слабкий інтерес, – на такі групи не слід витрачати час та ресурси організації.

Визначення зацікавлених сторін компанії за принципом організаційних зв'язків та матричним принципом “влада – інтерес” допомагає визначити групи громадськості на які в першу чергу треба спрямувати комунікативні зусилля компанії.

Узагалі терміном “громадськість” дуже часто в практиці зв’язків громадськості позначаються зацікавлені сторони. Однак фахівці з PR, зокрема Дж. Груніг, підкреслюють розбіжність термінів “зацікавлені сторони” та “громадськість”: зацікавлені сторони визначаються організаціями за їх маркетинговими стратегіями, рекрутинговими або інвестиційними планами, але громадськість виникає сама і робить організацію об’єктом своєї уваги. Тобто зацікавлені сторони визначаються відповідно до їхніх відносин із організацію, громадськість же пов’язана з повідомленнями, які вона отримує від організації. Таку громадськість можна сегментувати на більш однорідні підмножини. З метою досягнення таких груп обираються відповідні канали комунікації. Також підкреслюється, що громадськість з’являється тоді, коли зацікавлені сторони, стикаються з проблемою або мають проблему з організацією та через це стають більш обізнаними та активними. Громадськість формується тоді, коли зацікавлені сторони визнають один або декілька наслідків поведінки організації як проблему й організуються щоб щось зробити з цим [2, 128].

Часто сегментування громадськості на цьому не зупиняється і продовжується за демографічним, географічним чи психографічним принципами. Всі вказані підходи доповнюють один одного і дозволяють визначити більш конкретні групи громадськості, що дуже важливо в управлінській діяльності компанії під час планування комунікативної стратегії.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Grunig J. E., Hunt T.* Managing public relations. New York: Holt, 1984. P. 19–40.

2. *Grunig J. E. & Repper F. C.* Strategic Management, Publics, and Issues. Excellence in Public Relations and Communication Management Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992. P. 117–157.

## **СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ НА ЛОКАЛЬНОМУ РІВНІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Дрешпак В. М.

Упровадження нових цифрових технологій в системах публічного управління нині є визначальним трендом розвитку електронного (цифрового) урядування на локальному рівні у багатьох країнах світу. При цьому, акцент у зазначеному контексті зроблено передусім на створенні, впровадженні та поширенні інструментів замовлення й отримання різноманітних послуг, “розумного” (smart) управління різними сферами життєдіяльності міст і регіонів та підтримання дієвої комунікації з громадами.

Про ці тенденції свідчить серед іншого високий ступінь уваги дослідників до явищ і процесів цифрового розвитку локальних публічноуправлінських систем, зокрема названих вище сервісного та комунікативного їх компонентів. Так, проведений нами ще декілька років тому аналіз тематики зарубіжних досліджень у сфері електронного урядування на прикладі

публікацій міжнародного журналу “Electronic Government” продемонстрував, що місцевому рівню електронного уряду серед проаналізованих матеріалів журналу присвячено 20 % публікацій [1, 24].

Стан та перспективи і, власне, тенденції використання цифрових технологій в управлінні містами віднедавна стали предметом міжнародного вивчення. Зокрема, у дослідженні ООН з питань електронного урядування 2018 р. [3] стан запровадження цифрових сервісів у містах уперше розглядався як окремий напрям дослідження у розрізі сталого розвитку міст планети.

У ході цього дослідження було розроблено методологію та вперше обраховано індекс місцевих онлайн послуг, що ґрунтується на 60 індикаторах, згрупованих за чотирма категоріями: “Технології”, “Зміст пропозицій”, “Надання пропозицій”, “Участь та зацікавленість”. Перше дослідження проводилося на прикладі 40 муніципалітетів у різних державах світу. У звіті було наголошено на необхідності подальшого розвитку технологій, електронної комунікації з громадянами, переведення ще більшої кількості послуг в електронну форму.

Як позитивні приклади розвитку цифрових технологій в локальному управлінні у звіті 2018 р. було наведено досвід створення: Служби інформаційних обмінів у регіоні Хельсінкі, що дозволила підвищити ступінь відкритості публічних даних для громадян; системи “розумного” управління процесами збирання сміття та контролю за чистотою довкілля в Сеулі; інфраструктури управління системою геопросторових даних у регіоні Боготи, завдяки чому ці дані стали використовуватися більш ефективно в управлінні регіоном; електронного простору для онлайн консультацій з громадськістю в Сіднеї, що розглядаються як ключовий інструмент ухвалення рішень місцевою радою та інші.

За рейтингом ООН з розвитку місцевих онлайн сервісів 2020 р. [2], що був укладений вже за результатами дослідження серед 100 муніципалітетів світу, перші позиції посіли: Мадрид, Нью Йорк, Таллін, Париж, Стокгольм. Для порівняння, Київ у цьому рейтингу розділив п’ятдесяту позицію з Каїром і входить до групи міст із середнім рівнем розвитку локальних онлайн сервісів. При цьому найвищі оцінки Київ отримав за сукупністю ваги індикаторів групи “Участь та зацікавленість”, у межах якої українська столиця опинилася на 15 місці у світі.

Друге дослідження проводилося вже за вдосконаленою методологією – у розрізі зазначених вище чотирьох категорій вивчалось 80 індикаторів. Як показові приклади щодо розвитку електронного урядування на місцевому рівні у звіті 2020 р. були, зокрема, наведені: досвід Сіднея з формування місцевого дата-хабу, який на одній платформі об’єднав дані щодо різних сфер місцевої життєдіяльності; досвід Амману щодо запровадження локальних платформ для проведення тендерів; досвід Мадрида із розвитку електронної платформи віртуального залучення громадян до участі у вирішенні міських питань; досвід Бостона з запровадження електронної системи координації руху шкільних автобусів; досвід Ганджоу з електронного управління трафіком на вулицях міста тощо.

Як основні тенденції за підсумками цих двох досліджень було встановлено: рівень розвитку муніципальних порталів порівняно нижчий щодо національних у відповідних країнах; за окремими винятками існує кореляція рівня доходів населення та ступеня розвитку міських онлайн сервісів – у країнах з низьким рівнем доходу ці сервіси також мали нижчий рівень розвитку; міста головним чином приділяють увагу якості контенту та зручності використання своїх веб-сайтів, натомість меншою мірою опікуються питаннями надання послуг і активізації участі громадян в управлінні містами; розширюється використання мобільних технологій та більш активно відбувається їх інтеграція з системами електронного урядування локального рівня; для взаємодії з громадськістю широко використовуються соціальні мережі. Утім, слід погодитися з думкою міжнародних експертів, що цифрові технології мають розглядатися лише як засоби досягнення мети публічного управління, а тому пріоритетним все ж має бути більш широке використання цих технологій саме для залучення громадян до місцевого управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Дрешпак В. М.* Сучасні напрями зарубіжних досліджень у сфері електронного урядування (на прикладі публікацій міжнародного журналу *Electronic Government*). *Аспекти публічного управління*. 2017. Т. 5. № 5–6. С. 17–26.

2. United Nations E-Government Surveys 2020. Digital Government in the Decade of Action for Sustainable Development. New York: Printed at the United Nations, 2020. 324 p.

3. United Nations E-Government Surveys 2018. Gearing E-Government to support transformation towards sustainable and resilient societies. New York: Printed at the United Nations, 2018. 270 p.

## **ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Гуртова Н. В.

Маркетинг постійно змінюється, переходить з одного стану в інший. Сьогодні вчені та маркетологи виділяють цифровий маркетинг. Цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання усіх можливих форм цифрових каналів для просування товару (підприємства). Інтернет, телебачення, радіо, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу.

Вагомий внесок у розвиток теорії цифрового маркетингу підприємств зробили такі вчені, як Р. Акерман, М. Ауер, Р. Бартелс, В. Байков, І. Барилко, Б. Берман, Х. Брайан, Дж. Вайбе, Д. Вуд, М. Герц, В. Голик, Р. Голдсмит, С. Дібб, Е. Епштайн, Дж. Зальтман, Е. Зварич, Д. Козлов, Е. Марданова, А. Керолл, Ф. Котлер, Дж. Лаком, С. Леві, В. Маррейвік, Р. Мертон, Л. Престон, Дж. Пост, С. Сеті, Х. Хершген, Р. Штойер та ін.

Незважаючи на величезну кількість наукових та практичних здобутків у теорії та практиці цифрового маркетингу, і досі відсутні єдині методи дослідження в цьому напрямі. Різноманітність поглядів дослідників зумовлена безліччю інструментів цифрового маркетингу та ототожненням цифрового і інтернет-маркетингу. Це активізує необхідність поглибленого вивчення особливостей використання цифрового маркетингу на підприємстві.

Невід'ємною частиною сучасного комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій є цифровий (Digital) маркетинг та його інструменти, які покликані залучити всі можливі форми цифрових каналів для просування продукту. Digital сьогодні являє собою впливову сферу, і немає іншого такого тренду, який би впливав на світ бізнесу так швидко і потужно, як цифрові технології.

Т. П. Данько, О. В. Китова вважають, що “цифровий маркетинг – це маркетинг, що забезпечує взаємодію з клієнтами та бізнес-партнерами з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій та електронних пристроїв, у більш широкому сенсі це реалізація маркетингової діяльності з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій” [2, 261].

На думку автора, цифровий маркетинг – це сучасний засіб комунікації підприємства з ринком за допомогою цифрових каналів просування товару (підприємства) з метою ефективної взаємодії з потенційними або реальними споживачами у віртуальному та реальному середовищах.

Цифровий маркетинг тісно переплітається з Інтернет-маркетингом, але в ньому вже розроблена низка технік, що дають змогу досягати цільову аудиторію навіть в офлайн-середовищі. Він вирішує такі завдання, як: 1) підтримка іміджу бренду; 2) підтримка виведення нового бренду або продукту на ринок; 3) підвищення впізнаваності; 4) стимулювання продажів.

Сьогодні цифровий маркетинг використовує п'ять цифрових каналів:

1) мережа Інтернет і пристрої, що надають доступ до неї (комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони тощо);

2) мобільні пристрої;

3) локальні мережі (Екстранет, Інтранет);

4) цифрове телебачення;

5) інтерактивні екрани, POS-термінали.

Основними методами цифрового маркетингу є:

– контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct;

– технологія Big Data – масиви даних великих обсягів;

– ретаргетінг (англ. retargeting) – перенацілювання;

– мобільний маркетинг;

– електронна пошта;

– вірусний маркетинг.

– RTB (англ. real time bidding) – торги у реальному часі;

– SMM (англ. social media marketing) – соціальний медіамаркетинг;

– SMO (англ. social media optimization) – оптимізація для соціальних мереж;

– SEO (англ. search engines optimization) – оптимізація сайту в пошукових системах;

– SEM (англ. search engine marketing) – пошуковий маркетинг.

Цифровий маркетинг ширший за Інтернет-маркетинг на:

1) нові можливості мобільного зв'язку:

– текстові повідомлення (SMS);

– голосове автоматичне меню (IVR);

– мультимедійні повідомлення (MMS);

– локальний радіозв'язок між комунікаційними засобами (Bluetooth);

– безпроводний протокол передачі даних (WAP);

– мобікод – комбінація цифр, яка дає можливість здійснювати платежі чи отримувати знижки;

– QR-код – картинка на друкованій продукції, яка дозволяє швидкий перехід у віртуальне середовище;

– технології Click To, Flash SMS, Location Based Services (LBS) – технології зручного завантаження програмних продуктів;

2) нові можливості телебачення:

– технологія доповненої реальності (Augmented Reality) – технологія відтворення у реальності віртуальних елементів;

3) нові можливості інтерактивних екранів:

– 3D-проекції (3D-mapping) – технологія проекції зображення на об'єкт навколишнього середовища;

4) нові можливості POS-терміналів, відеокамер:

– біометричні технології – технологія автоматизованої ідентифікації споживачів на основі фізіологічних (відбитки пальців, розпізнавання обличчя, ДНК, малюнок райдужної оболонки ока, форма долоні або вуха, запах) або поведінкових (рукописний або клавіатурний почерк, голос, рух губ, хода) характеристик. Наприклад, за допомогою біометричних технологій можна оплачувати товари, приклавши палець (око, вухо) до сканера. Відповідні камери дають змогу проводити маркетингові дослідження ставлення до товару чи рекламних повідомлень у формі спостережень демографічних та поведінкових особливостей споживачів (повороти голови, моргання очей, рухи, міміка, хода, емоційні реакції). На основі цієї технології деякі торгові точки вже використовують розпізнавання обличчя для створення баз даних клієнтів;

5) нові можливості електронної пошти:

– розсилання на мобільні пристрої електронних рекламних повідомлень у вигляді sms, тобто відбувається комбінування телефонного маркетингу із поштовою розсилкою.

Переваги цифрового маркетингу [3]:

– інтерактивність – активне залучення споживача у взаємодію з брендом;

– відсутність територіальних обмежень під час реалізації маркетингових ідей;

– легкість доступу до ресурсу (web- і wap-ресурси);

- значне поширення Інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії;
- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в режимі реального часу.

Цифровий маркетинг поділяється на:

1. Pull-форму (витягування): споживач самостійно вибирає потрібну йому інформацію (контент) і сам звертається до бренду. У цьому разі аудиторія користується тим, що їй запропоновано.

2. Push-форму (проттовхування): споживач, незалежно від свого бажання, отримує інформацію (sms-розсилка, спам тощо). Ця форма має значний недолік – на отриману у такий спосіб інформацію часто не звертають достатньої уваги, а отже, такі зусилля іноді марні [4].

Цифровий маркетинг вирішує такі завдання, як:

- підтримка іміджу бренда;
- підтримка виведення нового бренду або продукту на ринок;
- підвищення впізнаваності бренду;
- стимулювання брендovих продажів товарів (послуг) [5].

Для виконання цих завдань digital marketing використовує необмежені можливості мережі Інтернет, мобільних і цифрових технологій.

Зростання активності користувачів соціальними мережами спровокувало нові виклики для учасників ринку. Тепер вони мусять відшукувати нові шляхи до потенційних клієнтів. Всі звикли, що соцмережі найкраще підходять для вірусного маркетингу, проте досі незрозуміло, скільки коштує один “лайк”, як розрахувати прибутки, отримані від вкладення коштів у соцмережі, тощо.

Основні проблеми, з якими стикається цифровий маркетинг, тісно пов'язані із технологічним прогресом, і з часом вони лише актуалізуватимуться, підганяючись інноваціями і збільшенням потужності та доступності комп'ютерів. Усі гравці на практично усіх ринках розуміють, що ігнорувати стрімку зміну усього світу або ж опиратись їй – це катастрофа для бізнесу.

Головною проблемою для компаній, які переходять на цифровий маркетинг, буде процес визначення найбільш цінної інформації та її отримання. Маркетологам потрібно структурувати свої маркетингові матеріали – веб-сайти, ігри, мобільні кампанії тощо – так, щоб вони генерували і збирали найбільш цінну інформацію.

Цифровий маркетинг (digital marketing) – це сучасний засіб комунікації підприємства з ринком за допомогою цифрових каналів просування товару (підприємства) з метою ефективної взаємодії з потенційними або реальними споживачами у віртуальному та реальному середовищах. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу. Інтернет-маркетинг є частиною цифрового маркетингу, оскільки для комунікації використовує лише мережу Інтернет, а цифровий маркетинг передбачає використання більшої кількості комунікаційних мереж, у тому числі gsm, gps, gprs, bluetooth, WiFi та Internet.

### Список використаних джерел:

1. Рубан В. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 30. Ч. 1. С. 143–146.
2. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте. Москва: Издательский Дом Гребенникова, 2006. 304 с.
3. Черемисинов В. Диагностика продаж и постановки маркетинга. *Управление сбытом*. 2005. № 4. URL: <http://www.vente-ecole.ru/articles.html#diag>. Заголовок с экрана.
4. Drucker Peter. Management: tasks, responsibilities, practice. New York. Harper & Row, 1973. P. 64–65.
5. Юрківська Л. Й. Сучасні підходи до економічного аналізу маркетингової діяльності на підприємствах – виробниках товарів масового вжитку. *Житомир: Міжнародний збірник праць*. 2018. Вип. 3 (9). С. 232–239.

## ВИНИКНЕННЯ І РОЗВ'ЯЗАННЯ КОНФЛІКТІВ У СУЧАСНОМУ ОНЛАЙН-ПРОСТОРИ

Кодацька Н. О.

Інтенсивний ритм сучасного життя, зумовлений переходом суспільства до інформаційного етапу свого розвитку, здійснює значне психоемоційне навантаження на індивідів та може мати негативні наслідки для самопочуття і психофізичного стану особистості, призводити до перевтоми, інформаційних стресів, депресій і неврозів. Відповідно, ці фактори часто провокують виникнення конфліктів в різних сферах суспільної та професійної діяльності людей, а особливо під час здійснення комунікацій в онлайн-просторі.

Конфлікти є невід'ємними складовими суспільного розвитку та являють собою багатовимірні явища, що виникають і проявляються в усіх сферах суспільного буття. Конфлікт протягом усієї історії людства був і є рушійною силою розвитку суспільства. У словнику іншомовних слів цей термін визначається наступним чином: “конфлікт – це зіткнення протилежних інтересів, поглядів, прагнень, чвари, розбрат, спір, що загрожує ускладненнями” [4, 261].

У мережному просторі з'являється підґрунтя для виникнення численних конфліктів, оскільки опосередковані комунікації характеризуються низьким рівнем регламентації та морального контролю. Відсутність можливості безпосередньо спостерігати за поведінкою учасників онлайн-комунікацій перешкоджає ефективному прогнозуванню можливих психоемоційних реакцій комунікантів, та, відповідно, вчасному коригуванню повідомлень. Віртуальні комунікації також відрізняються низьким рівнем відповідальності їх учасників, що також сприяє поширенню конфліктів в онлайн-просторі.

В опосередкованому спілкуванні не завжди існує можливість відкрито впливати на розвиток конфліктної ситуації, а також постановку спільної мети, цілей, шляхи вирішення та вибір конструктивних комунікативних практик в процесі врегулювання конфліктів. При цьому має актуалізувати-



ся роль тих, від кого залежить організація безпечного онлайн-простору в певному цифровому середовищі. Посередництво у соціальних мережах дозволяє спрямовувати конфліктну комунікацію залучених сторін, а саме організацій, професійних спільнот, великих груп користувачів, регулювати їх цілі та стратегії, виявляти невдоволені потреби та прагнення, мотиви, сприяти балансуванню інтересів завдяки формуванню єдиного бачення майбутнього [1, 129].

Онлайн-посередництво може бути ефективним засобом реагування на різноманітні події у світі, реформи, суперечки, суспільну агресію, а також виступати локальною конструктивною технологією врегулювання соціальних конфліктів у мережному просторі. Посередництво являє собою спеціально організований комунікативний процес вирішення конфліктів, у якому бере участь третя сторона. Реалізується технологія за допомогою застосування конструктивних раціональних способів, засобів, технік та прийомів впливу на користувачів та мережеві спільноти, їх комунікативну поведінку, сприйняття інформації, суспільну думку, оцінку та ставлення до соціального конфлікту. Технологія використовується для врегулювання протистоянь під час ведення інформаційнокомунікативних кампаній, інформаційних війн, гострих інформаційних конфліктів, загострення соціальних конфліктів тощо [3, 164].

Комунікативна технологія посередництва полягає у співробітництві користувачів або мережевих спільнот з адміністрацією аккаунту або сайту, мета якого полягає у забезпеченні довірливої та відкритої атмосфери у мережевому просторі, конструктивної комунікації у процесі врегулювання конфліктних ситуацій, контролі дотримання норм та правил мережевої комунікації представниками мережевих спільнот в процесі вирішення конфлікту та виробленні ставлення до соціального конфлікту як до необхідності та ресурсу суспільного розвитку. Онлайн-посередництво може виступати інструментом формування громадської думки та позиції, що дозволяє фокусувати і спрямовувати комунікацію залучених до конфлікту сторін в єдиному напрямку та впливати на постановку питань, цілей та задач, що обумовлено уявленням про наслідки та можливі шляхи пошуку консенсусу. Важливим результатом застосування технології посередництва є узгодження позицій конфлікуючих сторін та включення до обговорення всіх зацікавлених учасників, врегулювання конфліктної ситуації, припинення її розвитку та поширення, а також дотримання сторонами конфлікту всіх домовленостей після завершення конфлікту [2, 87].

Таким чином, в онлайн-просторі існує можливість впливати на розвиток конфліктної ситуації, використовуючи технології онлайн-посередництва в процесі врегулювання соціальних конфліктів, що має сприяти системним та цілеспрямованим, певною мірою визначеним змінам у конфліктній мережевій комунікації, створенню сприятливих умов для пошуку взаєморозуміння користувачів при виникненні протиріч та конфронтації в опосередкованих комунікаціях.

### **Список використаних джерел:**

1. *Климанська Л. Д.* Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні”: монографія. Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2007. 332 с.
2. *Малєєва Н. С.* Комунікативні практики залежної від соціальних мереж молоді: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. Київ, 2017. 210 с.
3. *Малєєва Н. С.* Комунікативно-технологічне врегулювання соціальних конфліктів у Інтернет-мережах: принципи конструктивної організації комунікативного процесу. *Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні*: збірник тез наукових праць учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 23–24 сер. 2019 р). Львів: ГО “Львівська педагогічна спільнота”, 2019. С. 162–165.
4. *Новий словник іншомовних слів: близько 40 тис. слів і словосполучень / уклад. Л. Шевченко.* Київ: Арій, 2008. 672 с.
5. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Рефл-бук, 1999. 120 с.

## **УПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ НАДАННЯ ПОСЛУГ У СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ЯК НАПРЯМ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ**

Аношко А. М.

Упровадження в Україні медичної реформи має серед своїх основних завдань поліпшення якості надання медичних послуг населенню, а саме досягнення таких результатів як: підвищення рівня і якості життя населення на основі розширення доступності медичних послуг, підвищення якості та безпеки медичної допомоги, продуктивна зайнятість персоналу, що працює у галузі охорони здоров'я, а також підвищення рівня його соціального забезпечення, розвиток і оптимізація системи соціальної підтримки.

Слід зауважити, що саме Законом України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я” [1] вперше визначено таке поняття, як медична послуга. Відповідно до цього Закону, “послуга з медичного обслуговування населення (медична послуга) – послуга, що надається пацієнту закладом охорони здоров'я або фізичною особою – підприємцем, яка зареєстрована та одержала в установленому законом порядку ліцензію на провадження господарської діяльності з медичної практики, та оплачується її замовником. Замовником послуги з медичного обслуговування населення можуть бути держава, відповідні органи місцевого самоврядування, юридичні та фізичні особи, у тому числі пацієнт” [1]. При цьому вперше замовником і, відповідно, платником за послугу є не тільки пацієнт, а й держава (через Національну службу здоров'я України і також органи місцевого самоврядування, інші юридичні та фізичні особи.

З урахуванням зазначеного наголосимо, що за таких умов облік наданих медичних послуг переходить в електронну площину. Такий облік проводять використовуючи електронну систему здоров'я E-Health на підставі інформації та документів, що внесені надавачем медичних послуг, а ними є заклади охорони здоров'я усіх форм власності та фізичні особи – підприємці, які одержали ліцензію на провадження господарської діяльності з медичної практики та уклали договір про медичне обслуговування населення з головними розпорядниками бюджетних коштів [2].

Таким чином, повноцінна цифрова трансформація української системи охорони здоров'я неможлива без Національної стратегії розвитку eHealth у межах технічного завдання з її впровадження [3]. Інформаційні технології стали нині буденним робочим інструментом лікаря. Стратегія eHealth дозволяє вести фінансову звітність, управляти потоком пацієнтів, аналізувати ефективність та якість медичних послуг, формувати систему підтримки клінічних рішень та багато іншого. Система eHealth складається з таких основних модулів:

- Центральна база даних – ЦБД (адміністратор ДП “Електронне здоров'я”);

- Електронні медичні інформаційні системи – МІС (системи, які дають змогу автоматизувати роботу медзакладів з ЦБД).

У місті Дніпро, який нині є лідером із впровадження цифрових технологій у медичній галузі, створено єдиний цифровий медичний простір із використанням медичної інформаційної системи “Каштан” (МІС “Каштан”). МІС “Каштан” як електронний сервіс забезпечує:

- можливість створення єдиної електронної медичної картки (ЕМК) – там міститься інформація про пацієнта від запису на прийом до виписки з лікарні зберігається і доступна всім учасникам процесу лікування;

- можливість інтеграції ЕМК з іншими інформаційними системами та реєстрами для отримання додаткової інформації по пацієнту;

- доступ до вбудованих класифікаторів лікарських засобів, МКХ 10 (Міжнародна класифікація хвороб), медичних послуг і клінічних протоколів; можливість інтеграції з аптечними системами для вирішення завдань з обліку пільгових медикаментів;

- інтеграцію з центральним компонентом eHealth; систему захисту інформації та персоніфікації всіх дій; функціонування кабінета пацієнта з такими можливостями як: запис на прийом онлайн, пошук медичних установ і лікарів, перегляд результатів прийомів у лікаря в персональній ЕМК і взаємодію з сімейним лікарем;

- використання електронного цифрового підпису (ЕЦП), завдяки чому відбувається авторизація медичних працівників, підписання всіх дій лікаря, друк документів з кодом ЕЦП замість власноручного підпису лікаря.

Отже, підсумовуючи можна визначити, що цифрові технології на прикладі впровадження електронної системи охорони здоров'я дають переваги як для пацієнтів, так і для медичних працівників. Пацієнт обирає для

своєї родини клініку, де зберігають усі дані, а не шукають їх по комп'ютерних “закутках” або у паперових архівах, крім того зникає необхідність очікування “талончика” на прийом, що замінений онлайн записом. У свою чергу, лікарям зручно, коли вся різнопрофільна інформація під рукою, можна бачити цілісну картину по пацієнту, тобто є інструмент для фіксації всіх дій, рекомендацій, призначень лікаря, оскільки його відповідальність (зокрема, юридична) дуже висока. Таке впровадження робить медичну послугу сервісною, доступною та більш якісною.

### **Список використаних джерел:**

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я: Закон України від 06.04.2017 № 2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2002-19#Text>
2. Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення: Закон України від 19.10.17 № 2168. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19#Text>
3. Виклики цифрової трансформації системи охорони здоров'я України (eHealth). URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/badikov/5ee39c2943d7d>

## **ЖУРНАЛІСТСЬКА ТВОРЧІСТЬ В ЕПОХУ ЗМІНИ КОМУНІКАТИВНИХ ПАРАДИГМ**

Сенкевич Г. А.

Стрімкий розвиток електронних ЗМІ трансформує сучасну парадигму теорії журналістики, провокує вироблення відповідної теорії (визначення нових, уточнення існуючих понять, що допомагають осмислити розрив, трансформацію та становлення нового виду ЗМК). Епоха нової соціальної й інформаційної парадигми суспільства потребує аналізу напрямів подальшої еволюції комунікації в цілому, створення адекватної нової класифікації ЗМК, здатних відбити всю розмаїтість рухливої картини сьогоденного стану мас-медіа. Деякою мірою це буде сприяти відповіді на питання про те, як проявляється дія механізмів поділу ролей між різними типологічними групами ЗМК, як відбувається перерозподіл читацької та глядацької аудиторії між ними.

Парадигма функціонування нових ЗМІ залежить також від розуміння *характеру журналістської творчості*.

З погляду гносеології творчість розглядається як *процес виникнення нового знання, переходу від невідомого до відомого*. Філософія трактує дане поняття як духовну діяльність людей, орієнтовану на створення оригінальних матеріальних і духовних цінностей. Творчістю варто вважати не всяке відкриття, а лише таке, котре має об'єктивно ціннісний характер. Творчість – це відкриття об'єктивних цінностей. Цим і пояснюється загальне (інтерсуб'єктивне) значення результатів творчості й характер творчої діяльності. У процесі творчості

особистість вирішує завдання з багатьма невідомими. У цьому змісті логіка, як відзначають теоретики, полегшує рух від незнання до знання, від факту до гіпотези, від гіпотези до відкриття, від задуму до втілення [3].

Обговорюючи репродуктивне і творче мислення, В. Й. Здоровега доказово спростовує тезу про прикладний характер журналістської творчості і пропонує диференційований індивідуальний підхід щодо цієї проблеми. “Журналістика, коли мати на увазі літературну частину цієї справи, – це водночас ремесло і творчість. Як і всяке ремесло, вона охоплює елементи творчого підходу” [2]. Якщо головна ознака творчості – новизна, руйнування стереотипу, то творчість у журналістиці – це нові оригінальні думки, нові погляди на явища, нові образи, втілені у відповідну досконалу форму. Журналіст, на переконання дослідника, повинен володіти здатністю помічати суперечності, альтернативи, піддавати сумніву істини, хай тривалий час очевидні, вміти ставити запитання і уникати поверхових відповідей. Він не може обійтись без творчої уяви, інтуїції. Йому повинні бути властиві велика схвильованість, активний інтерес до проблеми, поєднання сміливості, захоплення і творча розважливість. Зрозуміло, це характерно лише для певного виду журналістських творів, певного потоку журналістської інформації.

Журналістська творчість, як поняття є багатокомпонентним, вона співвідноситься з “літературно-журналістською майстерністю”, або “журналістською майстерністю”. У понятті “журналістська майстерність” нашаровуються, за визначенням Здоровеги, різні ознаки професійних рис працівника ЗМІ від морально-громадянських (мужність, сміливість), психологічних (оперативність, відчуття актуальності), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку).

Серед складових компонентів журналістської майстерності феномен цікавого є своєрідним інтегруючим началом. Він не наявний поряд з актуальністю, оперативністю, сміливістю, доступністю та яскравістю викладу інформації, а вбирає в себе й одне, і друге, і третє. В умовах інформаційного буму, колосального збільшення як інформації, так і шуму, проблема цікавості набуває стратегічного значення. Щоб цікаво писати, розповідати, показувати, журналістові самому повинно бути цікавим відтворюване ним життя, і сам він повинен бути особистістю. Окремо він виділяє феномен цікавості й найрізноманітніші засоби зацікавлення: гостру ситуацію, інтригу, напружений сюжет, конфлікт, захоплюючий виклад, неповторні характери; образність як один з ресурсів публіцистики: “журналіст повинен яскраво і наочно показати реалії життя, прагнути глибини думки і свіжості, яскравості слова”.

Питання щодо журналістської майстерності й журналістської творчості були також у сфері професійних інтересів А. З. Москаленко. Відмічаючи культурний і теоретичний рівень читачів, які “не бажають миритися і не миряться з літературним примітивом”, вони стали значно вимогливішими, більш широким стало коло їх духовних інтересів та запитів, він [4]. Журналістську творчість вчений співвідносив з місією соціального захисту:

“зважаючи на загострення соціального напруження під впливом так званої “шокової терапії”, журналістська творчість, присвячена насамперед соціальному захисту людей, має привертати увагу владних структур до нагальних проблем, як-от: хід економічної реформи, її оцінка людьми, недоліки, надання субсидій; люмпенські настрої; фінансово-кредитна політика; грошовий обіг; споживчий ринок, його залежність від лібералізації цін та підприємницької свободи та інші проблеми. ЗМК мають бути своєрідним соціальним моніторингом з метою систематичного вивчення настроїв, сподівань та орієнтації населення, розробки обґрунтованого прогнозу соціального життя громадян”.

Парадигму журналістської творчості дослідник В. Д. Буряк інтерпретує у глибинному філософському контексті у цілому ряді публікацій [1]. Поняття “інформаційно-художня свідомість” він розуміє як тип свідомості, що вбирає весь комплекс творчого сприйняття і переробки (відображення) інформації (факту) на рівні аналізу і синтезу. До цього поняття входить мислення умовно-реального факту (міфологічне), мислення реального факту (публіцистичне) та мислення відображеного факту (художнє). Поняття “інформаційно-художня свідомість” дає змогу окреслити цілий спектр функціонування свідомості (сприйняття, обробка, відбиття факту) як системи відображення світу (факту, інформації) у всьому генезисі творчого мислення.

Отже, сучасне інформаційне мислення, поповнюється поняттєвими модулями, що глибше розкривають специфіку комунікативних процесів нинішнього часу, виражають поглиблення інтелектуальної домінанти.

#### **Список використаних джерел:**

1. Буряк В. Д. Поетика інформаційно-художньої свідомості. Еволюція форм і методів вираження інформації (факту) у контексті інтелектуалізації творчої свідомості: монографія. Дніпропетровськ. 2001. 392 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
3. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. 320 с.
4. Москаленко А. З. Теорія журналістики. Київ: Експрес-об'ява, 2002. 333 с.

## **БРЕНДИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Михальчук Л. В.

Позитивний образ країни створюють найбільші глобальні бренди, що володіють значним економічним потенціалом і високою ринковою вартістю. Вони збільшують не тільки конкурентоспроможність компаній а також підвищують інвестиційну привабливість країни базування таких компаній. Проте, вплив бренду на конкурентоспроможність підприємства та країни може бути як позитивним, так і негативним, тому тема має актуальний характер.

На сьогоднішній день питання управління конкурентоспроможністю підприємства та вирішення пов'язаних з цим певних проблем досліджуються багатьма економістами, у тому числі такими, як Г. Л. Багієв, В. Н. Домнін, Н. К. Моїсеєва та ін. Проте в сучасних умовах розвитку нашої країни, деякі питання управління конкурентоспроможністю як продукції, так і підприємства залишаються актуальними та недостатньо дослідженими.

Мета дослідження – дослідження проблеми формування та розвитку конкурентоспроможного бренду в сучасних умовах розвитку економіки України.

Поняття бренду нерозривно пов'язане з поняттям торгової марки, яка є візуальною основою бренду. Проте якщо торгова марка – це ім'я, знак, символ, рисунок або їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів (послуг) одного продавця (групи продавців) та їх диференціації від товарів (послуг) конкурентів, то поняття бренду вживається для позначення ідентифікації виробника чи продавця продукту або послуги. По суті, торгова марка, а потім і бренд як популярна торгова марка є свого роду обіцянкою продавця постійно надавати покупцеві специфічний набір якостей, цінностей і послуг.

Брендинг економістами визначається як процес діяльності щодо розробки та реалізації або створення і розвитку що направлена на створення і впровадження в свідомість споживача персоніфікованого образу, замаскованого певним товарним знаком.

При цьому Г. Л. Багієв розглядає брендинг як “діяльність з розробки та реалізації бренду, управління ним” [1].

В. Н. Домнін розглядає “брендинг” як процес створення і розвитку бренду і його ідентичності, основне завдання якого, грамотно вимірюючи споживче сприйняття марки і вміло керуючи маркетинговими комунікаціями, домагатися максимальної відповідності запланованого і сприйманого образу [2].

Н. К. Моїсеєва розуміє під брендингом “спільну творчу діяльність рекламодавця і рекламного агентства зі створення і широкомасштабного впровадження в свідомість споживача персоніфікованого образу, замаскованого певним товарним знаком” [3].

Високий рівень конкуренції торгових марок на ринках і провідне місце брендингу в стратегіях маркетингу товарів і послуг обумовлюють постійне зростання витрат на створення відповідного бренду.

Бренд складається з матеріальних і нематеріальних компонентів, сукупність яких забезпечує реалізацію продукції за вищою ціною, ніж продукція без бренду, а збільшення ціни товару виникає тому що бренд додає продукту додаткову цінність.

Брендинг відрізняється від формування марки товару. Процес формування марки товару закінчується на етапі створення реклами та інформації про товар. Водночас бренд несе пізнавану та емоційну цінність.

А. Еллвуд виділяє чотири види задоволення від бренду: ідеологічне, психологічне, соціологічне, культурне [4]. Така класифікація задоволення більш повно розкриває сутність емоційної привабливості (цінності) бренду для споживача.

Процес формування індивідуальності бренду є складним і багатофазним. Його тривалість залежить від ряду внутрішніх і зовнішніх факторів. До внутрішніх факторів, необхідно віднести: масштаби підприємства, складність і диверсифікацію продукції, що випускається, ефективність обраних засобів системи маркетингових комунікацій, а також швидкість процесу прийняття рішень (ППР) і кількість осіб, які в ньому беруть участь. У свою чергу, до зовнішніх факторам належать: кількість і тип ринків, на яких оперує підприємство, кількість конкурентів і масштабність їх діяльності, правові обмеження діяльності, соціально-економічні умови господарювання, а також рівень науково-технічного прогресу [5].

Таким чином, можна зробити висновок що, доля сильного бренду безпосередньо пов'язана з тим, які інструментарії маркетингу будуть застосовуватися. Для того щоб був максимальний ефект, компанія в цілому має бути відбудована як система, що функціонує на принципах маркетингу.

Отже, брендинг є достатньо складним процесом, проте він починає розвиватися швидкими темпами, що вимагає розвитку теорії українського бренд-менеджменту [6].

#### **Список використаних джерел:**

1. *Багієв Г. Л.* Маркетинг: підручник для вузів. *Економіка*. 1999.
2. *Домнін В. Н.* Брендинг: нові технології. 2004.
3. *Моїсеєва Н. К., Рюмін М. Ю., Слушаєнко М. В.* Брендинг в управлінні маркетинговою активністю. 2006.
4. *Еллвуд А.* Основи брендингу: 100 прийомів підвищення цінності торгової марки. 2002.
5. *Віллер А.* Індивідуальність бренду: Керівництво по створенню, просуванню та підтримці сильних брендів. 2004.
6. *Михальчук Л. В., Рагулич О. Ю., Зайцев О. Г.* Бренд як конкурентна перевага компанії. *Молодий вчений*. 2020. № 5. С. 169–174.

### **КОУЧИНГ, ЩО БАЗУЄТЬСЯ НА ПАРТНЕРСТВІ, – ЗАПОРУКА УСПІХУ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ** Коляда С. П.

У сучасному світі зміни відбуваються так швидко, що ми інколи помічаємо їх вже занадто пізно, і трапляється, що бізнес уже неможливо зберегти.

Дослідження останніх десятиріч доводять, що на сьогодні більш важливим є прояв не просто розумового інтелекту людини (IQ), а його здібності та вміння проявляти емпатію, розуміти людей, та їх емоції, контролювати власні емоції, вміти себе мотивувати – тобто вимірювання рівню емоційного інтелекту (EQ) навіть при прийомі на роботу, стає все більш актуальним.



Є сенс звернути увагу на прогнози вчених, щодо найбільш важливих якостей особистості у майбутньому, а саме:

- вміння будувати ефективний комунікаційний процес;
- вміння та схильності до співпраці;
- розвиток креативного мислення;
- розвиток критичного мислення, тобто вміння апелювати фактами.

Як бачимо, технічний прогрес не може замінити людину саме у емоційній складовій діяльності будь-якої організації.

І, відповідно, бізнес має звертати на це увагу. Оскільки саме людяність у взаємовідносинах усе більше впливає на результативність та продуктивність процесів. Та все більше дієвих мотиваційних методів апелюють до soft skills [1].

Коучинг, як один з таких методів набуває все більшої популярності.

Саме класичний коучинг, що заснований на партнерстві з клієнтом, на відносинах “дорослий – дорослий”, та відносинах “win – win”, спроможний мотивувати розумові та творчі процеси, що надихають клієнтів на розкриття особистісного та професійного потенціалу.

Коучинг спроможний синхронізувати розумові, поведінкові та чуттєві процеси людини. А це, у свою чергу, робить більш зрозумілими цілі самого працівника та бачення ним себе у системі цінностей організації.

Ситуація з Covid-19 значно прискорила трансформаційні процеси в економіці. Відбувається більш суттєве галузеве розмежування. Більш наявними стають диспропорції розвитку soft та hard skills персоналу. Усе вище перелічене у суміші з переходом на дистанційну (віддалену) роботу, спровокувало певні кризи не лише виробничого, але й особистісного характеру. Оскільки зникло територіальне розмежування понять “домівка – робота”, людина на рівні свідомості знаходиться на роботі у режимі 24/7. І це об’єктивно може впливати на працездатність. Саме у таких моментах коучинг спроможний допомогти.

Коучинг за стандартами Міжнародної асоціації коучів (International Coaching Federation, ICF), заснований на постулатах доброзичливості, відвертості та прозорості, дає змогу екологічно розкривати сильні сторони та таланти кожної особистості, орієнтуючись передусім, саме на особистість. А організація отримує зиск у якості більш задоволеного співробітника, який знає себе, свої здібності, та працює не просто заради матеріальних благ, а й заради задоволення, можливості зростати та розвиватися.

Основою коучингу є комунікаційний процес. Критерії ефективності комунікаційного процесу складаються з суб’єктивних (емоції) та об’єктивних (результат) факторів. Зрозуміло, що певну частину процесу ми не можемо контролювати, проте при дотриманні трьох ключових підходів до комунікацій, результат може бути навіть більшим за наші очікування. До цих підходів належать:

1. Комунікації мають базуватися лише на фактах, тобто повна відсутність оцінювання.
2. Має бути повністю відключений директивний стиль спілкування.
3. Уміння концентрувати увагу, тобто говорити коротко та зрозуміло.

Можливо це складно зрозуміти відразу, проте, якщо комунікації дійсно відбуваються у стилі партнерства, на умовах відносин “дорослий – дорослий”, та відносин “win – win”, результати такої співпраці даються в знаки.

Найбільш суттєвими бар’єрами у комунікаціях є наші припущення. Нам здається, що достатньо зрозуміло виклали матеріал чи то дали доручення, проте нам зовсім не відомо, як інтерпретував це повідомлення адресат. Є цікава статистика: ще на етапі передачі власної ідеї співбесіднику ми втрачаємо 20 % інформації, оскільки не можемо все передати лише словами. Співбесідник від наших 80 % зрозумів так, як ми проголосили, лише 60 %. А якщо ця інформація передається далі, то її залишається максимум 20% [2]. Це практично наукове обґрунтування ефекту “зіпсованого телефону”.

Ще одним з вагомих комунікаційних бар’єрів є “ефект ореолу”, тобто на наше сприйняття повідомлення достатньо часто впливає статус особи, чи то в організації, чи то професійний. Ми більше схильні вірити на слово людям, що займають вищу посаду, чи мають специфічні знання (лікарі, юристи тощо), абсолютно нехтуючи першим принципом, що комунікації мають базуватися лише на фактах.

У якості висновку, можемо цілком свідомо стверджувати, що професійний коуч, який володіє навичками ефективних комунікацій, повністю вільний від певних статусних упереджень (оскільки він стороння людина для організації), спроможний суттєво впливати на підвищення ефективності окремих працівників, а як похідна, буде підвищуватись й ефективність організації в цілому. Усе це набуває не аби якого значення в умовах цифрового суспільства, де найбільшою динамічно зростаючою конкурентною перевагою є людський потенціал в цілому та кадровий потенціал зокрема.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Koliada S.* Leadership: The seven laws of personal efficiency. Dnipro. 2017. 64 p.
2. *Уитворт Л., Кимси-Хаус Г., Сэндал Ф.* Коактивный коучинг. Москва: Центр поддержки корпоративного управления и бизнеса, 2004. 360 с.

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ У РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Кузь М. М., Грищук А. І.

Комунікативні процеси є невід’ємною частиною розвитку не тільки суспільства, але й різних сфер економічної діяльності. Саме розподіл та передача інформації сприяє пришвидшеному розвитку цифрової економіки сьогодення.

Під час стрімкого розвитку цифрових технологій та перехід на рівень діджиталізації, основні комунікації між співробітниками підприємства та

самими підприємствами відбуваються онлайн. Це призвело до трансформації процесів комунікації за для задоволення негайних потреб суспільства в обміні інформацією.

Основною проблемою в межах оптимізації процесів в умовах цифрового суспільства є визначення основних факторів оптимізації, які безпосередньо визначають її спрямованість та характер. Невід'ємною частиною розвитку комунікативних процесів є те, що при переході на цифрові платформи чатіше використовуються основні 5 "С" комунікації:

- ясність (Clarity);
- завершеність (Completeness);
- лаконічність (Conciseness);
- конкретність (Concreteness);
- коректність (Correctness).

Письмові процеси є одним із основних видів передачі інформації, адже саме документообіг фіксує основні моменти діяльності підприємства, досягнення, розробки та наукові становлення. Бюрократичні процеси застосовуються на всіх етапах діяльності підприємства та є невід'ємною частиною управління персоналом. Розглядаючи дані процеси з точки зору цифрової економіки, паперова бюрократія досить швидкими темпами переходить на рівень електронного документообігу.

Перевагами саме електронного ведення документації та передачі даних є:

- зручність збереження документації на електронних носіях (жорсткі диски, флешки), хмарових сховищах (Google Drive, iCloud, OneDrive, Box тощо);
- легкість передачі документації за допомогою електронної пошти, соціальних мереж та електронних засобів зв'язку;
- можливість доступу до документації у будь який момент та у будь якому місці, а також редагування інформації без застосування додаткових ресурсів.

Електронні засоби комунікації також підпадають під вплив діджиталізації та модернізуються з появою та розробкою нових засобів збереження інформації. Електронні засоби можна умовно поділити на дві основні групи: цифрові засоби передачі інформації та засоби збереження інформації.

В умовах розвитку цифрової економіки можна розглянути такі засоби передачі ділової інформації:

- електронна пошта;
- месенджери та соціальні мережі;
- онлайн-чати та форуми;
- електронні бібліотеки.

У цифровому суспільстві модернізуються звичні умови навчання та організації робочого процесу. Так, для школярів та студентів активно

застосовують Google Class та Електронний щоденник для фіксації термінів виконання домашнього завдання, провадження основних навчальних матеріалів та фіксації результатів навчання.

В організації робочого процесу досвідчені менеджери також намагаються застосовувати електронні засоби для організації робочого процесу, встановлення завдань та контролю їх виконання. Для встановлення робочого графіку застосовуються онлайн календарі (Google Calendar, Microsoft Outlook Calendar, iCloud Calendar), а для організації завдань та контролю їх виконання застосовують онлайн-планери з можливістю відкритого доступу (Trello, Bitrix24, Notezilla та ін.)

Стосовно засобів збереження інформації, розвиток електронних баз даних знаходиться майже на піку своєї активності, що дозволяє створення ще більшого масиву для збереження даних з можливістю доступу у різних куточках світу. На даний момент можна виділити наступні бази даних, які використовуються в основних сферах цифрової економіки: CloudERP, MySQL, MariaDB та багато інших.

Вербальні та невербальні засоби також не втрачають своєї популярності та досить швидко модернізуються в умовах сучасного цифрового суспільства. У наші часи такі існує багато засобів комунікації за допомогою різних електронних ресурсів що дозволяє передачу інформації на великій відстані.

До основних переваг та засобів застосування цифрових мовних комунікативних процесів можна зарахувати:

- можливість застосування телефонного зв'язку для проведення ділових переговорів;
- застосування онлайн-засобів зв'язку для проведення зустрічей, інформативних лекцій, передачі інформації вербальним та невербальним шляхом (Skype, Zoom, Google Duo/Google Meet та ін.);
- проведення онлайн-вебінарів, онлайн-конференцій та прямих ефірів з можливістю збереження інформації на електронних носіях для подальшого використання у науковій діяльності.

Розвиток комунікаційних процесів в епоху цифрової економіки є досить важливим етапом розвитку класичного менеджменту та процесів управління в умовах діджиталізації. Жоден розвиток не можливо уявити без обміну та знаходження нової інформації з різних сфер діяльності суспільства. Тому можна сказати, що у наш час дані процеси руйнують бар'єри комунікацій, дозволяють застосовувати нові засоби для обробки, передачі та збереження інформації у пришвидшених темпах та на великих відстанях, що призводить до акселерації розвитку суспільства та спричиняє ще більший розвиток цифрової економіки та введення новітніх технологій у процеси управління та комунікації.

**СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЕТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСІБ,  
УПОВНОВАЖЕНИХ НА ВИКОНАННЯ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВИ  
ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ,  
ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ  
УПРАВЛІНСЬКОЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ  
У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Зінченко Г. К., Олійник А. М.

Останнім часом відбувається посилення уваги до такого напрямку управлінської теорії, як інституціональний підхід. Це обумовлено, перш за все тим, що саме завдяки цьому підходу з'являється можливість пояснити найзагальніші закономірності розвитку будь-якого суспільства, оскільки саме інституційне середовище створює систему обмежень, важелів та стимулів, спрямовуючи діяльність людей у потрібному напрямі. І, по-друге, користуючись інституціональним підходом, можна розробляти ефективну державну політику у конкретній сфері, галузі тощо. Отже, для нашого дослідження буде цікавим застосувати інституціональний підхід для опису процесу стандартизації етичної поведінки осіб, уповноважених на виконання функцій держави та місцевого самоврядування.

Формування управлінської та організаційної культури державних службовців (посадових осіб місцевого самоврядування) є вкрай важливим завданням, оскільки дотримання управлінцем визначених корпоративною культурою принципів, насамперед, служіння суспільству, пріоритет права і свобод людини, законність тощо, робить державну службу передбачуваною, прогнозованою, стабільною, зменшуючи ступінь невизначеності уявлень про державних службовців. Закріплені у нормативно-правових документах принципи діяльності та корпоративні цінності, задають чіткі пріоритети діяльності організацій, виступають інструментом збереження довіри суспільства до державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування. Тобто мова йде про стандартизацію етичної поведінки державних службовців. Яким же чином вона відбувається? З точки зору інституціонального підходу, інститути виступають як певні “правила гри”, своєрідними обмежувальними рамками, які вибудовують відносини між людьми. Відомий науковець, фундатор інституціонального підходу Д. Норт, виділяє три головні складові у структурі інститутів: формальні правила (конституції, закони, нормативно-правові акти, офіційно закріплені норми права); неформальні обмеження (традиції, звичаї, договори, угоди, добровільно взяті на себе норми поведінки тощо); механізми контролю або примусу, що забезпечують дотримання правил (суди, органи охорони правопорядку, інші силові структури) [1].

Керуючись запропонованим Д. Нортом структуруванням інститутів, можна простежити, яким чином відбувається стандартизація етичної поведінки державних службовців: 1) за “формальними правилами”: наказом нацагенства з питань держслужби від 05.08.2016 р. № 158 “Про затвер-

дження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування” були запроваджені правила етичної поведінки держслужбовців, крім того, вимоги до поведінки осіб зафіксовані у розділі VI “Правила етичної поведінки” Закону України “Про запобігання корупції” [2]. У цьому законі міститься також ряд обмежень, яких мають дотримуватися особи, уповноважені на виконання функцій держави та місцевого самоврядування, зокрема, які стосуються використання службових повноважень чи свого становища, одержання подарунків, спільної роботи близьких осіб, щодо сумісництва та суміщення з іншими видами діяльності, обмеження після припинення діяльності та ін.; 2) “неформальні обмеження”: якими можуть бути, перш за все, запровадження Кодексів етичної поведінки, – як добровільно взятих на себе зобов’язань дотримуватися норм поведінки, яскравим прикладом чого може виступати прийняття Кодексу честі митника (на основі дотримання Арушської декларації 2003 р.). Значний вплив на етичну поведінку державних службовців справляє поведінка керівника, його ставлення до традицій, звичаїв, його особиста поведінка. Необхідно відзначити роль національних традицій та відродження релігійно-духовних основ як частини української культури, що безумовно містить потужний гуманістичний потенціал і його вплив загалом на суспільство; 3) “механізми контролю або примусу”: наразі цей механізм зазнав суттєвих змін. Зокрема, з 2015 р. було запроваджено електронне декларування доходів державними службовцями шляхом заповнення на офіційному веб-сайті Національного агентства з питань запобігання корупції декларації особою, уповноваженою на виконання функцій держави або місцевого самоврядування. При цьому за неподання, несвоєчасне подання декларації або в разі виявлення у ній недостовірних відомостей відбувається притягнення суб’єкта декларування до відповідальності. З метою контролю запроваджено також облік та оприлюднення декларацій: Подані декларації включаються до Єдиного державного реєстру декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, що формується та ведеться Національним агентством. Доступ до Єдиного державного реєстру декларацій на офіційному веб-сайті Національного агентства надається шляхом можливості перегляду, копіювання та роздруковування інформації. І що у даному випадку найголовніше, – відбувається проведення контролю та перевірки декларацій, а також приймаються рішення за їхніми результатами, що мають наслідком проведення досудового розслідування та судового провадження у порядку, передбаченому Кримінальним процесуальним кодексом України. Крім того, за останні п’ять років була утворена низка інституцій, які власне і займаються контролем за дотриманням державними службовцями етичної поведінки (крім вище зазначеного НАЗК): НАБУ, САП, ДБР, ВАКС та ін.

Таким чином, стандартизація етичної поведінки державних службовців виступає як інституційна передумова формування управлінської та організаційної культури у сфері публічного управління.

### **Список використаних джерел:**

1. Норт Д. С. Институты, идеология и эффективность экономики / От плана к рынку: будущее постсоциалистических республик [пер. с англ. под ред. Б. С. Пинскера; сост. Л. И. Пияшева и Дж. Дорн]. Москва. 1993. 307 с.

2. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text>

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРУКТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СПОЖИВАННЯ У КОНТЕКСТІ ВИНИКНЕННЯ НОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ**

Лесюк О. В.

Конвергенція друкованих медіа, радіо і телебачення, Інтернету, використання мобільних технологій дозволили поширювати контент на різних платформах, розширили межі доступу до інформації і створили культуру активного залучення користувачів, які зараз не просто споживають інформацію, а й беруть активну участь в її створенні і розповсюдженні. Розвиток технологій Веб 2.0 сприяв виникненню нових медійно-комунікаційних платформ: хостингів, блогів, Wikis, соціальних мереж, відкритих ресурсів, які, в свою чергу, змінили моделі взаємодії між автором контенту та його споживачем.

Збільшення інформаційних потоків та джерел інформації, зростання використання цифрових, мобільних і соціальних медіа-технологій, впливають на життя суспільства, поширюючи принципово нові моделі соціальної інтеграції, комунікації, суспільно-політичної активності і визначають сучасні виклики і тенденції розвитку новітніх медіа і потребують детального розгляду та аналізу.

Термін “новітні медіа” (далі – НМ) увійшов в науковий обіг в кінці ХХ ст. і пов’язано з розвитком нових інформаційних технологій, Інтернету. Єдиного визначення цього поняття не існує, так, Л. Манович пропонує розглядати новітні медіа як поєднання існуючих культурних традицій та комп’ютерних програм; як поняття, що супроводжує появу кожних наступних новітніх медіа; як комп’ютерні технології, що використовуються в якості платформ дистрибуції; як алгоритмічний процес (комп’ютерні програми, що їх створюють – це набір певних алгоритмів); як цифрові дані, що контролюються комп’ютерною програмою; як можливість втілення ідей за допомогою комп’ютера; як кодування сучасного авангарду, як мета-медіа [2].

Р. Нойман визначає НМ як “новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях”, цей формат передбачає активну участь користувачів у створенні і розповсюдженні контенту [4]. Моделі нових медіа можуть включати в себе: інтернет-представництва традиційних ЗМІ; інтернет-ЗМІ; вебкастинг; подкастинг; мобільне ТБ; блогосферу; кіно, розраховане на інтернет-аудиторію; соціальні ме-

режі; віртуальні спільноти; віртуальні ігри; інші ресурси Веб 2.0. Ключові ознаки НМ: інтерактивність і дигіталізація; конвергенція; орієнтація на індивідуальні потреби користувачів, адаптація соціуму до нових культурних ролей, що пропонує мережа, створення нової публічної сфери, фрагментація і внутрішнє розмивання “медіа-інститутів”, зменшення соціального контролю. Нові медіооперативно реагують на цифрові та суспільно-політичні трансформації, водночас самі стають джерелом цих перетворень.

В медіа-середовищі запроваджуються технологічні новації: тривають експерименти зі штучним інтелектом (AI) і впроваджуються роботи-журналісти (“боти”); триває переосмислення представлення сайтів і перехід до сайтів-додатків, інтерфейс яких наближено до вигляду і функціоналу мобільних пристроїв; зростає попит на відеострімінг (Periscope, Meerkat, функціонал “Відео наживо” у Facebook). В. Пуля та М. Корнєв також передбачають революцію медіатизації речей – MoT (MediationofThings) після революції інтернету речей – IoT (InternetofThings), яка відбувається зараз; гейміфікацію (тобто запровадження ігрових механік) медіа; використання віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності в представленні контенту [3].

Спостерігається перехід аудиторії в месенджери – системи миттєвого обміну повідомленнями, які стають новими “соціальними мережами”, де користувачі обмінюються новинами. Для медіа – Viber, WhatsApp, Telegram стають додатковими каналами дистрибуції контенту. З’являються нові напрямки журналістики: “журналістика скріншоту”, “журналістика одного погляду” (англ. glancejournalism), “журналістика по запиту”, “адміністративна журналістика”.

Як відповідь на розповсюдження пропаганди та дезінформації відбувається активний розвиток “фактчекінгу” та “сторожевої” журналістики (англ. watchdogjournalism), це стимулює появу нових способів боротьби з фейками, розробку інструментів для громадянських розслідувань. Так, у США, Великобританії розробляються та запроваджуються інструменти, додатки, мета яких – автоматизувати перевірку фактів. Зарубіжними та вітчизняними дослідниками спостерігається повернення до соціальних функцій і принципів відповідальної журналістики. У сучасного суспільства виникає потреба у журналістиці “прямої дії”, яка дає швидкий зворотний зв’язок через соціальні медіа, стає інструментом громадянського впливу на суспільно-політичне життя. Вітчизняні фахівці серед позитивних тенденцій українських медіа також відзначають створення суспільного мовлення, розвиток слідчої, онлайн та індивідуальної журналістики [1].

Таким чином, поглиблення процесів глобалізації інформаційної діяльності, трансформація структури інформаційного споживання, транс націоналізація мас-медіа, концентрація власності в медійній сфері, комерціалізація журналістики, політичний дискурс, технологічний розвиток визначають сучасні тенденції у світових та вітчизняних медіа і потребують подальшого вивчення та аналізу.



### Список використаних джерел:

1. Дві проблеми та дві позитивні тенденції української журналістики. *Детектор медіа*. [Опитування ДМ]. 2017. URL: <http://bit.ly/2EqUYca>
2. *Manovich L. The Language of New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001. 354 p.
3. *Пуля В., Корнев М. 5 трендов новых медиа в 2017 году. Media Toolbox*. URL: <http://mediatoolbox.ru/trends2017>
4. *Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа*. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-media>

## АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ОБЛІКУ І ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Вакульчик О. М., Брайко В. С.

Сучасні автоматизовані системи фінансового аналізу працюють за допомогою персональних комп'ютерів, а обробка економічної інформації на підприємстві відбувається за умови наявності КІСП – комп'ютерної інформаційної системи підприємства, яка об'єднує: вхідні та вихідні інформаційні потоки; методи їх обробки; аналітичні моделі; технічні, програмні, технологічні засоби, а також спеціалістів, що виконують обробку інформації і приймають управлінські рішення в межах підприємства [1].

Науковці А. М.Черножукова і Т. П. Лободзинська віддають перевагу програмам 1С, Парус, Галактика, Інтелект-Сервіс. Проте дослідники зазначають, що 1С має єдину технологічну платформу, що дозволяє вести бухгалтерський та оперативний облік й виконувати аналітичні розрахунки; водночас програми Парус, Галактика, Інтелект-Сервіс працюють за модульним принципом, що є конкурентною перевагою програмі 1С [2].

Сучасний ринок насичений комп'ютерними програмами автоматизованої обробки інформації, які пропонуються розробниками підприємствам.

Для малого й середнього бізнесу пропонуються такі безкоштовні програми: фінансове програмне забезпечення від Універсальної системи обліку (USU), сучасна ЕСМ-система, “1С: Фінансове планування”, “Navision”, “Контур Корпорація”, додаток “Фінансове планування” до АС “ПАРУС”, “Oracle Financial Analyzer (OFA)”, “КІС Бюджетування 2.0” тощо [3].

Фінансове програмне забезпечення від Універсальної системи обліку дасть унікальну можливість суб'єкту господарювання оптимізувати роботу підприємства, оскільки може контролювати усі процеси, що відбуватимуться на виробництві та грошовий обіг зокрема. Це багатофункціональна універсальна фінансово-економічна програма, що має систему сповіщень і повідомлень, дозволяє вести облік виконаних робіт і формувати різні фінансові документи.

За допомогою сучасної ЕСМ-системи (Enterprise Content Management) відбувається електронний документообіг як усередині підприємства, так і з контрагентами, через інтернет надається звітність до всіх державних органів. ЕСМ-система дозволяє виконувати розрахункові операції, а також через телефон і комп'ютер обмінюватися інформацією з банком.

Navision – сучасна ERP (планування ресурсів підприємства) система управління підприємством міжнародного рівня від Microsoft Business Solutions, яка виконує управлінські функції, веде бухгалтерський і податковий облік. Система швидко впроваджується, легко модифікується, проста в користуванні й підтримці.

Програму “Контур Корпорація. Бюджет холдингу” потрібно встановлювати в головному офісі підприємства або холдингу. Система забезпечує планування й бюджетування фінансів із залученням найсучасніших технологій і методик, участь у бюджетному процесі всіх філій, об’єднання фінансової інформації холдингу в єдиному сховищі даних.

Система “ПАРУС” діє за модульним принципом. Включає набір модулів, кожен із яких працює автономно або у взаємодії з іншими модулями. Додаток “Фінансове планування” до АС “ПАРУС” планує фінанси на місяць/квартал/рік тощо, доходи й витрати, грошовий обіг, прогнозний баланс; контролює виконання фінансових планів; керує кредиторською/дебіторською заборгованістю, платежами; проводить фінансовий аналіз.

Oracle Financial Analyzer (OFA) – це багатофункціональний інструмент бюджетного моделювання, який, однак, має переваги й недоліки. Позитивним у системі є те, що з її допомогою можна застосовувати формули будь-якого рівня складності, багатовимірно аналізувати прибутковість компанії, контролювати дані, при чому керівник бачитиме лише агреговані показники за підрозділами, а працівник – тільки власні й підприємства в цілому. Недоліки системи полягають у недостатньому унаочненні, нерозвиненні засобів документування.

КІС: Бюджетування 2.0 – це продукт нового покоління. Система консолідації окремих бізнес-планів і бюджетів виробництва, що вбудована у програму, дозволяє успішно формувати бюджет холдингу й розраховувати зведений бюджет для виробничих об’єднань. Інтеграція цієї ж автоматизованої системи дозволяє оперативно завантажувати актуальні дані.

Отже, завдяки інформаційним технологіям на підприємстві керівництво матиме змогу своєчасно реагувати на погіршення фінансового стану підприємства, та підвищувати якість управління. Автоматизована система вчасно видає інформацію, що буде корисною не лише для внутрішніх аналітиків, але й для зовнішніх користувачів – інвесторів, кредиторів, постачальників, клієнтів, покупців, інспекторів податкової служби, аудиторів, ревізорів тощо. Сучасні інформаційні технології дозволяють автоматизувати облікові процедури, прогнозувати і планувати фінанси, формувати фінансові плани, стежити за ходом виконання плану щодо надходжень коштів, планувати витрати, готувати і аналізувати звітність, розраховувати фінансові коефіцієнти, що сприяє максимальній мобілізації фінансових ресурсів підприємства та раціональному та ефективному їх використанню.

### Список використаних джерел:

1. *Кашиперська О., Ніколишин Ю.* Використання автоматизованих інформаційних систем у процесі фінансового аналізу підприємств. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11. Ч. 4.
2. *Черножукова А. М., Лободзинська Т. П.* Порівняльний аналіз автоматизованих систем бухгалтерського обліку на підприємствах України. *Ефективна економіка*. 2017. № 6.
3. Фінансові програми. Безкоштовні програми для малого та середнього бізнесу. 2019. URL: <https://beasthackerz.ru/uk/zhestkijj-disk/finansovye-programmy-besplatnye-programmy-dlya-malogo-i-srednego.html> (дата звернення: 05.10.2020).
4. *Лазоренко В. В.* Інформаційні технології оцінки фінансової стійкості підприємства. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27. № 2.
5. *Лучик С. Д.* Інформаційні технології в обліку в Україні. Сучасний стан використання і розвитку. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці*. 2018. Вип. 21. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/21\\_2018\\_ukr/58.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/21_2018_ukr/58.pdf) (дата звернення: 05.10.2020).

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Безпалій А. В.

На даний час основною складовою управління персоналом підприємства є створення умов для розширення знань, підвищення кваліфікації, вдосконалення вмінь та безперервного розвитку працівників. Зростання ролі знань у суспільстві, розвиток наукоємних, інтелектуальних технологій вимагає гнучкого та адаптивного використання людських ресурсів підприємства, підвищення творчої та організаційної активності працівників, формування гуманізованої організаційної культури.

Ефективне функціонування будь-якого підприємства залежить від ступеня розвитку його персоналу. Сучасність характеризується певним старінням теоретичних знань та практичних можливостей підприємства постійно організовувати та підтримувати процес розвитку свого персоналу, це у свою чергу, є найважливішим фактором, який забезпечує конкурентоспроможність підприємства на ринку збуту, зростання обсягів продукції, товарів чи послуг, що надаються, зростання ринків збуту.

Встановлено, що розвиток персоналу це – процес вдосконалення та оволодіння новими якісними професійними, діловими навичками та вміннями, особистісними компетенціями в результаті безперервного навчання та саморозвитку особистості.

Розвиток працівника проходить в умовах гармонійного поєднання особистих, інтелектуальних, моральних, емоційних та психофізіологічних якостей, якісне поєднання яких забезпечує високий рівень результативності та ефективності і підвищує загальний рівень конкурентоспроможності

підприємства. Розвиток персоналу є безперервним процесом, який має за мету забезпечення всестороннього розвитку працівників і підвищення загальної ефективності діяльності підприємства відповідно до обраної їм стратегії.

Розвиток персоналу на підприємстві – це складний процес заходів з виробничої адаптації персоналу, оцінки персоналу, проведення атестації персоналу, розробки плану кар'єрного росту працівників різних рівнів, системи стимулювання та оплати праці тощо.

Проведений аналіз визначень щодо поняття “розвиток персоналу”, з урахуванням розглянутих трактувань вітчизняних та зарубіжних вчених, дозволяє виділити його наступні складові: виробнича адаптація персоналу; професійне навчання персоналу; оцінка й атестація персоналу; планування трудової кар'єри персоналу. Підсумковий кінцевий ефект управління розвитком персоналу можна обчислити кількома способами: як узагальнену величину усіх кінцевих позитивних результатів; як суму часткових ефектів від реалізованих заходів з розвитку персоналу.

Досвід провідних країн світу свідчить, що створити ефективну систему професійного навчання кадрів можливо лише за умови співпраці усіх зацікавлених сторін: держави, роботодавців та самих працівників. Особливої уваги така співпраця набуває в періоди структурних змін в економіці.

Тому в країнах з розвинутою ринковою економікою все більше компаній ініціюють здійснення неперервного розвитку персоналу своїх підприємств. Планування й організація розвитку персоналу є важливими функціями управління персоналом, використання цього досвіду є обов'язковою умовою забезпечення сталого економічного зростання.

Проведений огляд проблем організації діяльності персоналу на підприємстві, дозволив виділити основні складові у процесі управління розвитком персоналу на ДП КБ “ПІВДЕННЕ” та визначити резерви підвищення його ефективності:

1. Забезпечення обґрунтованого планування, підбору й залучення персоналу (впровадження ефективного організаційно-економічного механізму забезпечення кваліфікованим персоналом стратегічних проектів).

2. Розвиток ефективної системи оцінки персоналу:

– розробка й упровадження стандартів оцінки професійних знань і навичок;

– проведення незалежної оцінки ключових фахівців підприємства.

3. Формування ефективної системи розвитку персоналу:

– проведення моніторингу потреб у навчанні;

– розробка випереджальних програм навчання з використанням сучасних технологій.

4. Забезпечення ефективної роботи з установами освіти й молодими фахівцями (цілеспрямована взаємодія з установами освіти по відбору кращих випускників; підготовка молодих фахівців на основі розробки індивідуальних комплексних планів розвитку).

Таким чином, навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовка працівників і рішення в якості основної мети завдань щодо формування конкурентоспроможного персоналу висувають перед відділом управління персоналом ДП КБ “ПІВДЕННЕ” нові, дуже складні і актуальні завдання по виробленню і реалізації основних напрямів підготовки кадрів.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Бей Г. В.* Управління розвитком персоналу як метод забезпечення високого рівня залученості працівників. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук “Modern Economics”*. 2018. № 8. С. 6–14.
2. *Волобуев М. І., Дідусь М. О.* Розвиток персоналу підприємства – сучасні аспекти. *Економіка та держава*. 2015. № 12. С. 77–79.
3. *Вороніна А. В.* Організація професійного навчання персоналу на вітчизняних підприємствах. XI Всеукраїнська студентська інтернет-конференція “Сучасний стан, ретроспективи та перспективи розвитку економічної системи України”. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2016. С. 127–129.
4. *Гулик Т. В.* Стратегічне управління розвитком персоналу як джерело підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Мукачівський державний університет. Економіка та суспільство*. 2018. № 18. С. 353–358.

### **РОЗШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИЗИК-АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Грибенко В. А.

Ефективний розвиток будь-якого промислового підприємства неможливо уявити без реалізації інновацій. Інновації спрямовані на забезпечення високого рівня прибутковості та конкурентоспроможності, але завжди пов’язані з певними ризиками, які безумовно потрібно виявляти, аналізувати та враховувати. Головна мета інноваційного розвитку підприємства, незалежно від його економічного стану, займаної частки ринку, розмірів, організаційно-правового статусу, повинна бути спрямована на збільшення прибутку за рахунок оптимізації виробництва та управління ризиками.

Високий ризик і значна вирогідність отримання негативного результату, значно стримують інноваційну активність переважної більшості підприємств, перешкоджаючи їх переходу до інноваційного шляху розвитку. Підвищити ступінь позитивних рішень щодо реалізації інновацій можливо шляхом запровадження комплексного аналізу ймовірних ризиків та розробки заходів, спрямованих на їх зниження. Приймаючи рішення про розробку і впровадження на ринок конкретних інновацій, важливо врахувати супутні ризики та фактори, що є їх причиною, а також розробити заходи, спрямовані на їх усунення чи мінімізацію. Все це потребує розширення застосовуваного інформаційного забезпечення ризик-аналізу інноваційних проектів на підприємстві.

Сьогодні управлінські рішення повинні ґрунтуватися на точних розрахунках, глибокому та ефективному аналізі. Економічні служби сучасних підприємств поширюють використання економіко-математичного апарату, новітніх програмних продуктів, комп'ютерної техніки, інформаційних баз даних, довідково-пошукових інформаційних систем тощо. Саме тому жодне організаційне, технічне й технологічне рішення не повинно здійснюватися до тих пір, поки не обґрунтована його економічна доцільність. Фахівці, які займаються обґрунтуванням різноманітних управлінських рішень, потребують достовірної деталізованої бухгалтерської, статистичної та комерційної інформації щодо виробничих і фінансово-інвестиційних процесів на підприємстві.

Інформаційне забезпечення – це сукупність певного набору форм документів, що містять аналітичні відомості розміщення та форм існування інформації, яка використовується в інформаційній системі.

Для аналізу господарської діяльності застосовують збір інформації на всіх етапах управління. Інформаційне забезпечення виконує провідну роль у процесі розроблення, систематизації та оптимізації функціональних методів управління підприємством. Аналітична інформація забезпечує надходження даних про виконання або невиконання плану в різних підрозділах, дає змогу швидко виявити недоліки управлінських рішень.

Важливу роль в інноваційній діяльності займає управління розвитком інновацій. Інформаційне забезпечення управління інноваційним розвитком має передбачати наявність відповідних інформаційних технологій, які надають можливість ефективно розвивати інноваційний потенціал. Вибір таких технологій істотно залежать від обраної стратегії розвитку, структури і методів управління, а також обраного виду інноваційної діяльності.

Реалізація інноваційних проектів на підприємстві завжди пов'язана з явищем ризику, тобто можливістю виникнення в процесі реалізації проекту несприятливих ситуацій та їх наслідків. Для оцінки ризику використовуються методи якісного та кількісного аналізу.

Результати якісного аналізу інноваційних ризиків служать важливою вихідною інформацією для здійснення кількісного аналізу інноваційного ризику, який передбачає числове визначення окремих інноваційних ризиків і ризику проекту (рішення) у цілому.

Кількісний аналіз проводиться за умови наявності достатньої інформації. Кількісний аналіз виходить з теорії ймовірностей, математичної статистики, теорії досліджень операцій [2]. Завдання кількісного аналізу інноваційних ризиків – числове вимірювання впливу змін чинників проекту, що перевіряються на ризик та поведінку критеріїв ефективності проекту. Головна мета – отримання необхідної інформації для прийняття управлінських рішень про доцільність здійснення інноваційної діяльності та розроблення заходів щодо захисту підприємства від можливих втрат. наступний етап полягає у розподілі інноваційних ризиків за значимістю.

Отже, функціонування підприємства у сфері інноваційної діяльності супроводжується цілою низкою ризиків, пов'язаних із невизначеністю зовнішнього середовища, складнощами управління та контролю власне самим

підприємством. В умовах такої невизначеності виникає стійка необхідність у розробці та впровадженні таких методів прийняття і обґрунтування рішень у галузі інноваційної діяльності, які б забезпечували мінімізацію втрат через можливі ризики. При впровадженні інноваційного проекту необхідно розробити план управління несприятливими ситуаціями, певний графік робіт, який повинен бути введений в дію у випадку відхилення основного плану від поставлених задач. В умовах нестабільної економічної ситуації нашої країни створення такого плану набуває особливої актуальності, а також доцільним є якнайширше застосування методу розподілу ризиків.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Бугас В. В.* Управління ризиками інноваційної діяльності підприємства: міжнародний досвід. *Науково-виробничий журнал “Бізнес-навігатор”*. 2019. Вип. 6 (55). С. 52–57.
2. *Волинець І. Г.* Ризики інноваційної діяльності: суть, види та етапи управління. *Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 241–245.
3. *Колесніков О. А.* Інформаційне забезпечення інноваційного менеджменту в підприємствах України. *Точка зору*. 2016. С. 164–166.

## **ЦИФРОВІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Мірошниченко А. Т.

Цифровізація – трансформація бізнесу, яка передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності підприємства і покращення досвіду взаємодії з клієнтами [2].

На сучасному етапі в глобальному інформаційному суспільстві активно формується новий економічний уклад – цифровий. Відбувається цифровізація економічних процесів і проникнення інформаційних технологій в усі сфери діяльності. Виникають нові вимоги до джерел конкурентних переваг підприємств і ефективним концепціям їх функціонування та управління.

Для проведення цифрової трансформації системи управління необхідно виконувати її за такими напрямками: вдосконалення технологій і бізнес-процесів, формування “цифровий” культури організації, створення єдиного інформаційного простору, встановлення ефективних внутрішніх і зовнішніх комунікацій.

Ключовими аспектами успішного проведення такої трансформації є використання Agile-менеджменту і системи Lean-технологій, Grid-технології, CRM та BPM, єдині платформи для внутрішньої комунікації (створення окремого корпоративного ресурсу для листування, месенджери) та зовнішньої (цифровий маркетинг).

Agile-менеджмент – ітераційний метод планування та керування проектами і процесами. Основою підходу є виділення коротких циклів розробки продукту з наступними оновленнями залежно від зміни потреб клієнта [4]. Застосовується як ефективна практика організації праці невеликих груп

(які роблять однорідну творчу роботу) в поєднанні з керуванням ними комбінованим (ліберальним і демократичним) методом. Основні напрямки роботи: управління змінами, залучення клієнтів, рефакторинг і якість дизайну, гнучке планування і контроль.

Система Lean-технологій покликана оптимізувати виробничі процеси, постійно покращувати якість продукції при незмінному скороченні витрат [6]. Дана система є концепцією управління, яка передбачає максимальну орієнтацію виробництва на ринок, залучаючи до участі у процесі весь персонал організації. Зазначені технології дозволяють підприємствам збільшити продуктивність праці, зменшити тривалість циклу виготовлення товарів та складських запасів, пришвидшити вихід товарів на ринок.

Grid-технології забезпечують гнучкий, безпечний і скоординований загальний доступ до цифрових ресурсів [1]. Застосування даних технологій уможливило зменшення витрат на спеціальне устаткування, підвищення ефективності виконання завдань, одночасне виконання великої кількості операцій, підвищення конкурентоспроможності компанії.

Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) – прикладне програмне забезпечення для організацій, призначене для автоматизації стратегій взаємодії з замовниками (клієнтами) [3]. CRM дозволяє централізувати комунікації з клієнтами, підвищити швидкість обробки інформації та якість обслуговування, що призводить до збільшення кількості клієнтів і, як наслідок, конкурентоспроможності компанії на ринку.

Управління бізнес-процесами (BPM) – концепція процесного менеджменту, яка розглядає бізнес-процеси як специфічні ресурси підприємства, здатні до безперервної адаптації до постійних змін [5]. За рахунок використання BPM підприємства оптимізують виконання всіх процесів управління, підвищують якість отриманих результатів, зменшують витрати на процес виконання завдань і кількість проектних ризиків, збільшують рівень своєї гнучкості.

Незважаючи на перелічені переваги, зазначені технології мають ряд недоліків, серед яких складність інтеграції всіх систем в єдиний простір, недостатній рівень безпеки онлайн-серверів, нестача професійних фахівців, нестабільне функціонування Інтернет-покриття.

Проведення цифровізації управлінських процесів на підприємствах дозволить підвищити загальну ефективність управління, спростить процеси взаємодії з органами державної влади, відкриє вихід на світовий ринок. У перспективі держава отримає підвищення конкурентоспроможності серед інших країн, зростання податкових надходжень до бюджету, зростання ВВП, збільшення потоку іноземних інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Великі дані. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye>, вільний.
2. Особливості управління підприємствами в умовах цифровізації. URL: <https://esj.today/PDF/35ECVN319.pdf>, вільний.



3. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2018/8.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf), вільний.

4. Цифрова трансформація як ліфт у майбутнє. URL: <https://tqm.com.ua/likbez/article/cifrovaya-transformaciya-didigitalisaciya-biznesa>, вільний.

5. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/11\\_2018/13.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/11_2018/13.pdf), вільний.

6. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf>, вільний.

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Туболець І. І.

Процес адаптації підприємств та організацій до впливу навколишнього соціально-економічного середовища підсилюється трансформаційними перетвореннями, складністю визначення параметрів зовнішнього середовища, а також обмеженням доступу до необхідної інформації. В зазначених умовах, основна увага, на думку вчених, повинна приділятися активізації застосування інноваційної діяльності на основі втілення результатів науково-технічних розробок та створення і впровадження у виробництво нових видів техніки і технологічних процесів, виготовлення нових видів продукції та розширення її асортименту [1].

Забезпечення інноваційної діяльності визначається пристосуванням сучасних технологій до потреб кожного конкретного виробництва та зменшенням матеріальних витрат, заміні застарілих видів продукції та підвищенням ефективності виробництва. У зв'язку з цим виникає потреба в модернізації організаційних процесів на основі застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Стратегічні пріоритети розвитку підприємств та організацій у векторі інновацій, вимагають використання уніфікованих технологій та програмного забезпечення, що дозволить покращити процеси отримання, зберігання та обміну інформацією.

Застосування інформаційно-комунікаційних технологій відкриває широкі можливості для оперативного реагування на зміни ринкового попиту, оновлення товарної номенклатури, покращення якості товарів та послуг, їх різноманітності, підвищення конкурентоспроможності. Саме тому використання інновацій має здійснюватися на основі концептуальних положень, які повинні бути орієнтованими на сучасні комп'ютерні та інформаційно-комунікаційні технології.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства вимагає активізації інноваційних процесів у виробництві. Ефективне введення інноваційної діяльності полягає насамперед у розробці, випуску і освоєнні нових

прогресивних, матеріало- та енергоекономних видів техніки та технологій у виробництві; реалізації довгострокових науково-технічних і науково-дослідних програм і розробок; забезпеченні прогресивних міжгалузевих та міжрегіональних структурних зрушень.

Активізація інноваційної діяльності підприємства включає декілька взаємопов'язаних аспектів:

- характер, якість і кількість виробничих ресурсів, що використовуються у виробничому процесі;
- обсяг і структура продукції, що виготовляється;
- співвідношення отриманих кінцевих результатів і використання виробничих ресурсів або ефективність виробництва, що і є критерієм якості темпів розвитку конкурентоспроможного виробництва.

При цьому вектор інноваційного розвитку має відповідати наступним критеріям:

- загально єдиним технологічним стандартам;
- економічній, кадровій і інтелектуальній мобільності;
- швидкості наукових нововведень;
- індивідуалізму економічних і наукових стратегій.

Об'єктивні зміни в економічному розвитку привели до нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Виробництво стає більш орієнтованим на специфічні потреби окремих індивідів, тобто на невеликі за місткістю ринки. Розвиток виробництва, зміна його структури, технологічного і технічного рівнів є багатоаспектний процес.

З метою активізації інноваційної діяльності визначають наступні цілі: постійне і неперервне оновлення, вдосконалення і модернізація виробничих процесів на підприємствах; забезпечення економічного розвитку підприємств, за рахунок, або в процесі її проведення; забезпечення структурних змін і перетворень у провідних галузях економіки регіонів країни; формування сприятливих умов для проведення інноваційної діяльності; фінансове забезпечення для фінансування проведення інноваційних проєктів; налагодження і удосконалення системи наукового прогнозування.

Значну роль в активізації інноваційної діяльності підприємства відіграють спеціалісти, які зайняті процесами збору, переробки, зберігання та розповсюдження інформації, оскільки запорукою активного впровадження інновацій в економіці є обмін інформацією. Все це вимагає подальшого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

В ринкових умовах господарювання важливого значення набувають наукові знання та їх технологічне застосування, що дасть можливість підвищити конкурентоспроможність підприємств. Саме інтелектуальна складова, високий освітній та науковий рівень є основою забезпечення інноваційного розвитку та інструментом його реалізації. Потенціал науки і техніки є домінуючим вектором економічного зростання, формує інноваційний тип розвитку [2].

Отже, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій є одним із головних факторів активізації інноваційної діяльності підприємств. Зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі на основі створення та розвитку новітніх технологій, освіченості суспільства, застосування нових розробок, що дозволяють оперативно здійснювати збір та обробку необхідної інформації, швидко реагувати на мінливе ринкове середовище, сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Радзівєвська С. О. Глобальні економічні процеси та Україна. *Міжнародна економічна політика*. 2014. № 1 (20). С. 80–104.
2. Тронько В. В. Вплив ІКТ на економічний розвиток країни. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3959>

### **ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Положай М. В.

Глобалізаційні процеси, що проникають як у політичне, культурне, так і в економічне життя суспільства, вносять свої корективи в баланс конкурентних сил, змінюють конфігурацію ринків та їх сегментів. Зазначені процеси позначилися і на ринку маркетингових комунікацій, де поряд з національними виробниками та розповсюджувачами комунікацій з'являються великі рекламні холдинги, впроваджуються єдині культурні стандарти тощо. У зв'язку із цим учасники національних комунікативних ринків змушені пристосовуватися до викликів, що виникають у глобалізованому середовищі. В цих умовах актуалізується питання дослідження трансформацій ринку маркетингових комунікацій України та їх відповідність сучасним змінам, що відбуваються під впливом дії глобалізаційних чинників.

Глобалізація докорінно змінює світ і впливає на всі сфери його еволюційного розвитку. М. Кастельс обґрунтовує сутність і особливості нової інформаційно-технологічної парадигми по-своєму. На його думку, інформація є сировиною: технології використовують для впливу на інформацію, а не навпаки, як це було у попередніх технологічних революціях. Ефекти нових технологій всеосяжні: оскільки інформація є інтегральною частиною будь-якої діяльності, то всі процеси індивідуального і колективного існування формуються (хоча не детермінуються) новим технологічним способом. Основним мережним принципом є гнучкість: процеси не тільки оборотні; організації та інститути можна модифікувати і навіть фундаментально змінювати шляхом перегрупування їх компонентів. Конвергенція конкретних технологій у високоінтегрованій системі зростає: старі, ізольовані технологічні траєкторії стають буквально невиразними [1, 77–78].

Зокрема, Г. А. Рижкова [2] до основних проявів глобалізаційних змін зараховує: активну діяльність транснаціональних компаній (ТНК) у глобальному масштабі; зростання процесів концентрації, консолідації і монополізації суб'єктів на ринку комунікацій; перехід на єдині стандарти виробництва і сервісу, вирівнювання світового і національного рівнів, стандартизація форм і методів роботи на ринку; диверсифікацію підприємств комунікаційної сфери, що поєднується із спеціалізацією і комбінуванням; прискорений розвиток каналів глобального інформаційного обміну; взаємопроникнення різних культур і впровадження єдиних культурних стандартів; процеси інтеграції (об'єднання економічних суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток зв'язків між ними).

Т. В. Демкура зазначив, що вплив глобалізаційних процесів на макрота і мікросередовище функціонування підприємства проявляється в процесах злиття і поглинання, появі нового типу організацій – мережних, в демасифікації засобів інформації, зміні поведінки споживачів, швидкому розповсюдженні інформаційних технологій [3].

О. С. Братко і О. Ф. Мигаль розглянули трансформаційні процеси на ринку маркетингових комунікацій в Україні, які відбулися за основними секторами ринку, серед рекламних та інших комунікативних агенцій, в середовищі споживачів комунікативних послуг і виокремили такі тенденції укріплення на ринку України великих міжнародних медіахолдингов з їхніми українськими підрозділами. Завдяки процесам злиття та поглинання відбулася консолідація бюджетів рекламних агенцій, що сприяє поширенню інноваційних стандартів, залученню на мережних засадах національних виробників комунікативних послуг; вплив глобалізації позначився на диверсифікації послуг та становленні певної уніфікації взаємовідносин операторів комунікативного ринку з клієнтами та медіаструктурами [4].

Отже, зазначимо такі напрями трансформаційних змін інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації:

1. Глобалізація системно вплине на зміни всіх елементів інструментарію маркетингових комунікацій: інструменти, засоби, заходи, види впливів тощо.

2. Глобалізовані нові засоби масової інформації набудуть нових ознак і характеристик, які дозволятимуть конструювати взаємовідносини і взаємодії з кожним індивідуумом у зручній для нього час і спосіб; забезпечуватимуть персональні комунікації та максимально можливі види/типи необхідної індивідууму інформації; стануть новою формою соціальної взаємодії тощо.

3. Інструменти маркетингових комунікацій набудуть нових ознак за рахунок інтеграції існуючих та появи нових видів (наприклад, TTL).

4. Фундаментальні зміни інструментарію маркетингових комунікацій приведуть до соціокультурних змін у поведінці людей на основі нових інтерактивних можливостей, інтегруючи спочатку нові звички, а в остаточному підсумку – зміни у розвитку світової культури.

5. Доступ до нових інформаційних досягнень буде обмежуватись економічними можливостями індивідуумів та їхнім культурно-освітнім рівнем.

### Список використаних джерел:

1. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. Москва: ГУ ВШЭ, 2000. С. 77–78.
2. *Рижкова Г. А.* Особливості і перспективи розвитку ринку маркетингових комунікацій в Україні. *Економічний нобелівський вісник*. 2014. № 1 (7).
3. *Демкура Т. В.* Формування маркетингових комунікацій в контексті глобальних змін зовнішнього середовища. *Ефективна економіка*. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5238>
4. *Братко О. С., Мигаль О. Ф.* Трансформація ринку маркетингових комунікацій в Україні під впливом глобалізаційних процесів. *Sciences of Europe*. 2017. № 11. С. 12–17.

## ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Ватченко О. Б., Єссе О. І.

У сучасному інформаційному суспільстві, для досягнення успіху, бізнесу потрібно володіти актуальною інформацією та вміти правильно донести її до своїх клієнтів. Процес передачі цільової аудиторії інформації про компанії, брендах, товари та послуги за допомогою різних каналів і інструментів називають маркетинговими комунікаціями.

Маркетингові комунікації відносять до одного з елементів комплексу маркетингу (promotion), який допомагає бізнесу досягти поставлених цілей: донесення інформації про компанію, переконання і нагадування цільовій аудиторії про свої товари, стимулювання їх збуту, створення позитивного іміджу фірми у суспільстві та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між підприємством і громадськістю, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася [1; 2]. Сьогодні для досягнення цих цілей актуально використовувати маркетинг в соціальних мережах (SMM). На рис. 1 представлені основні етапи побудови маркетингових комунікацій через соціальні мережі.

На першому етапі потрібно ретельно проаналізувати бізнес-процеси компанії. Саме вони покладуть початок розробки контент-стратегії для подальшого маркетингу. Тут потрібно визначити чим саме займається компанія, який товар або послуги пропонує, ціни та собівартість, в якому обсязі можна надати знижку, які існують умови доставки та повернення, якими способами можна зв'язатися з представниками компанії.

Іншим важливим етапом є аналіз цільової аудиторії. Його проведення допоможе зрозуміти де саме шукати клієнтів, які УТП їм запропонувати, де та як рекламувати товари та послуги, який контент включити в контент-стратегію для того щоб виявити платоспроможного клієнта, зацікавити його, закрити заперечення, дати можливість реалізувати потребу, що виникла.

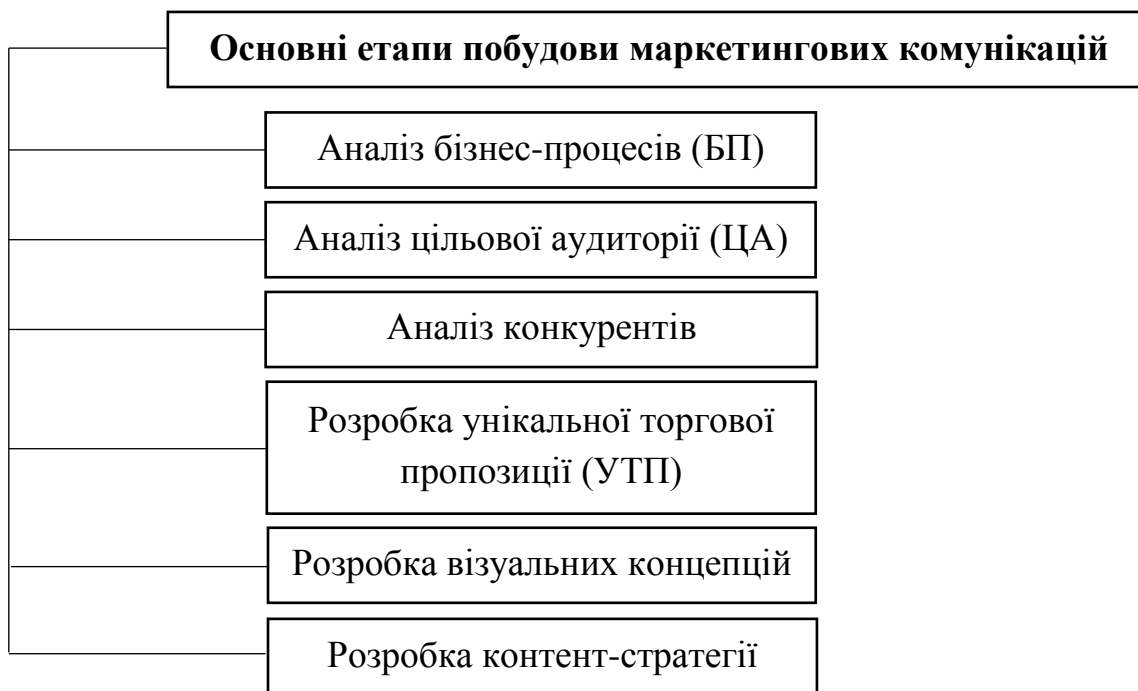


Рис. 1. Основні етапи побудови маркетингових комунікацій через соціальні мережі

Аналіз конкурентів потрібен, щоб зрозуміти як вони продають аналогічний товар, хто є їх покупцями, яким чином вони продають та рекламують.

На основі бізнес-процесів, притаманних аналізу конкурентів та аналізу ЦА можна створити якісну унікальну торгову пропозицію. Вона потрібна щоб запропонувати клієнту ту корисність, якої немає у конкурентів. УТП – це унікальна відмінність компанії, або іншими словами це те, що відрізняє компанію від конкурентів. Для створення якісної УТП обов’язково потрібно запропонувати клієнту вигоду, унікальність, гарантію.

Під візуальною концепцією мається на увазі оформлення профілю. Залежно від соціальної мережі будуть різні складові. Для прикладу розглянемо популярний нині Інстаграм. Ця мережа вже давно перетворилася із розважальної в комерційну, та нині багато компаній недооцінюють її потенціал.

Контент-стратегія складається зазвичай на місяць. В ній відображається інформація, яку клієнт буде отримувати в постах, сторіс та прямих ефірах. На наш погляд, для того, щоб бізнес збільшував прибутки важливо дотримуватись балансу: контент, який буде продавати, має складати 50–70 %, корисного контенту повинно бути 20–30 %, а розважального 10–20 %.

Як бачимо, маркетинг в соціальних мережах це не тільки публікація фото та відео, а ще й ґрунтовний аналіз та розробка стратегії, без яких неможливо якісно підготувати компанію для подальшої ефективної реклами (таргету). Маркетингові комунікації здатні створити у клієнта позитивне враження про товар та надати продукції фірми додаткову цінність.

### Список використаних джерел:

1. Пономарева Е. Маркетинговые коммуникации: цели, основные виды и маркетинговый треугольник. *Лаборатория трендов*. 2019. URL: <https://t-laboratory.ru/2019/05/30/marketingovye-kommunikacii-celi-osnovnye-vidy-i-marketingovuj-treugolnik>
2. Шоробура І. М., Долинський С. В., Долинська О. О. Менеджмент вищої освіти: навч. посіб. / Хмельниц. гуманітар.-пед. акад. Хмельницький: Заколотний М. І., 2015. 259 с.

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Калашник М. В.

Під впливом нестабільності зовнішнього оточення знижуються темпи зростання обсягів виробництва, скорочуються види діяльності, сповільнюються і припиняються інвестиційні процеси. Підприємства не здатні підтримувати той рівень розвитку, який досягли при порівняно стабільній ситуації на ринках товарів, фінансових послуг. У зв'язку з цим виникає потреба у розробці ефективного механізму управління господарською і фінансово-економічною діяльністю підприємств. Важливого значення набувають завдання щодо ефективного управління дебіторською та кредиторською заборгованістю.

Однією з основних проблем зростання дебіторської і кредиторської заборгованості підприємства є недосконалість управління його грошовими потоками. Оперативне управління грошовими ресурсами – планування грошових потоків і ефективне управління підприємством неможливе без оперативного контролю дебіторської і кредиторської заборгованості. Несвоєчасність отримання даних по заборгованості може призвести до того, що підприємство або залишиться без необхідних обігових коштів, або не зможе правильно запланувати обсяг грошових коштів для майбутніх виплат. Розумне управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства є гарантом успішного розвитку підприємства на основі зростання прибутку і капіталу при збереженні платоспроможності в умовах припустимого рівня ризику.

Дослідження сутності поняття “дебіторської заборгованості” дозволило уточнити його зміст як показника фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу. Визначено, що економічна сутність кредиторської заборгованості полягає в тому, що це не тільки частина майна підприємства, як правило кошти, але і товарно-матеріальні цінності, наприклад у зобов'язаннях по товарному кредиту.

Природа виникнення дебіторської та кредиторської заборгованостей пов'язано з тим, що під час здійснення виробничої діяльності, часто виникає момент неспівпадіння відвантаження готової продукції, виконання робіт, послуг, отримання товарно-матеріальних цінностей, нарахування зарплати і платежів з моментом їх оплати. Значні розміри дебіторської і кредиторської заборгованості приводять до перерозподілу оборотних коштів [3].

Управління дебіторською та кредиторською заборгованостями являє собою процес розробки й реалізації управлінських рішень із приводу узгодженості їх розміру, складу та швидкості руху у часі, що забезпечують необхідний прибуток і оптимальний розмір вільних коштів [1].

Основними прийомами управління дебіторською та кредиторською заборгованостями є:

- аналіз замовлень, оформлення розрахунків, встановлення характеру дебіторської та кредиторської заборгованостей;
- АВС-аналіз дебіторів;
- аналіз заборгованості за видами продукції для визначення не вигідних щодо інкасації товарів;
- оцінювання реальної вартості наявної дебіторської та кредиторської заборгованостей; зменшення дебіторської заборгованості на суму безнадійних боргів;
- контроль за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованостей;
- визначення конкретних розмірів знижок за дострокової оплати;
- оцінювання можливості факторингу, тобто продажу дебіторської заборгованості факторинговим фірмам.

Результати оцінки стану дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства дають можливість виявити недоліки в їх організації та здійсненні, намітити бажаний їх стан, визначити потрібні для цього шляхи вдосконалення та заходи, відібрати з них найбільш прийнятні та доцільні для кожного окремого підприємства і на цій основі розробити комплексну політику управління розрахунками підприємства, яка визначає перспективи поліпшення їхнього стану.

Для вдосконалення управління кредиторською заборгованістю будуть доречними такі заходи, як [2]:

- безперервний контроль в оформленні документів з контрагентами та нагляд, щоб складання відбувалось згідно з чинним законодавством;
- обов'язковий контроль щодо своєчасної оплати відповідно до умов договорів;
- для уникнення чи хоча б зниження ризику неплатоспроможності підприємства необхідно планувати обсяги боргових зобов'язань так, щоб задовольняти і свої власні потреби;
- спираючись на вид діяльності, правильно встановлювати ліміт запозичень;
- необхідно порівнювати й аналізувати суми кредиторських рахунків за певними періодами, що сприятиме покращанню у прийнятті рішень, щодо позицій з боргами.



### Список використаних джерел:

1. Барановська А. С. Оцінка ефективності дебіторської та кредиторської заборгованості. *Фінанси і кредит*. 2014. № 1. С. 31–40.
2. Потій В. З. Напрями вдосконалення управління дебіторською заборгованістю. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2018. № 1 (119). С. 55–64.
3. Скляр Є. В. Взаємозв'язок дебіторської та кредиторської заборгованості в контексті фінансової безпеки підприємств харчової промисловості. *Держава та регіони*. 2019. № 2 (107). С. 126–132.

## ЦИФРОВІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В ПАРАДИГМІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Гудзь П. В., Гудзь М. В.

Конкурентноспроможність в економіці та управління виступає як індикатор здатності господарського суб'єкту чи їх об'єднань випереджати інших акторів ринку чи іншої спільноти за показниками результативності та ефективності. На універсальність категорії вказує і притаманність їй просторової визначеності – конкурентноспроможність сільських і міських поселень, регіонів, країн. З даного приводу М. Доел та П. Хаббард зосереджують увагу на те, що регіональну конкурентноспроможність не можна обмежувати розподілом національної конкурентноспроможності за територіями [1, 361]. З іншого боку, регіональна конкурентноспроможність розглядається як “успішна конкуренція серед надзвичайно відкритих “просторів потоків” у залученні та утриманні виробничих факторів для того, щоб стати чи залишитися центрами національної торгівлі, інвестицій та “потоків знань” [2, 295]. На наш погляд, ключовим поштовхом для розуміння предмету є тлумачення суті регіону. Регіон – це соціально-просторове-економічне утворення, складовими якого є елементи та взаємодія між ними: 1) територія (простір в широкому сенсі з природним ресурсом), 2) люди, 3) процеси (економіка з матеріальним ресурсом), 4) управління складовими, 5) відносин, стосунки, які виступають виробничими та комунікативними механізмами функціонування регіональної системи як цілісної та керованої. Відповідно, конкурентноспроможність регіону – це конкурентність цих складових і механізмів взаємодії з урахуванням зовнішніх факторів впливу.

Тобто регіональний розвиток є процесом прогресивних змін відповідної системи продуктивних сил і виробничих відносин. Цифрові технології на початку 20-х рр. ХХ ст. розглядаються в якості одного із ключових драйверів сталого розвитку регіону. Так, один із провідних промислових центрів Європи – регіон Ломбардія є провідним виробничим регіоном Італії за оборотом та показником доданої вартості і третім в Європі за кількістю зайнятих (після Баварії і Баден-Вюртемберга). Ломбардія також є першим регіоном Італії за кількістю патентів, зареєстрованих в Європейському патентному бюро щодо виробничих технологій (промислові технології, металургія, машинобудування, хімія, текстиль) [3, 34].

В умовах системної кризи економіки країни, супроводжуваної моральним і матеріальним зношенням основних фондів, фактичною консервацією індустріального промислового укладу з'являється унікальний шанс на прискорений розвиток за рахунок інноваційних чинників, драйверів розвитку, якими є інформаційні економіки та сервіси. Україна та її регіони виступають у процесі переходу на цифровий формат для регіональної політики у сферах: регіональний ринок праці (у тому числі потенційне створення і скорочення робочих місць), надання адміністративних послуг, впровадження в систему регіонального управління інструментів BigData тощо. Україна посідає перше місце у світі в ІТ-фрілансі. Фріланс у сфері ІКТ в Україні зріс на 27 % лише у 2017 р. [4].

Адміністрування розвитком регіону суб'єктами регіонального менеджменту відбувається шляхом системної діяльності – сприяння проведенню освітніх семінарів, підвищення присутності на карті Google, розробку веб-сайтів і функціональних карт, створення візуальних 3D-турів, поліпшення місцевої екосистеми завдяки розробці платформи із зручним онлайн-сервісом для сповіщення державних органів про екологічні проблеми. Певне лідерство у визначенні та реалізації пріоритетів розвитку регіону обіймає Одеська область, місія якої – створення сприятливих умов для впровадження інноваційних рішень у розвиток ІТ-сектора та економіки, інтегрування туристичного та культурного середовища на національний та міжнародний простір, забезпечення якісної освіти, ефективного використання наявного потенціалу для підвищення якості життя та забезпечення екобезпеки [5, 67]. Цифрова трансформація розвитку регіону визначена як один із п'яти пріоритетів, який містить системне бачення шляхів прориву регіонального розвитку, а саме:

- формування в регіоні платформи для розвитку ІТ-індустрії через: розвиток комунікативних майданчиків між суб'єктами ІТ-послуг та потенційними споживачами; створення інфраструктури підтримки суб'єктів ІТ-сфери; створення мережі іт-парків, інших елементів інфраструктури в ІТ-сфері;

- забезпечення доступності Інтернету шляхом: розвитку мережі WI-FI; максимальне покриття високошвидкісним інтернетом населених пунктів області;

- покращання якості надання адміністративних послуг та впровадження електронних сервісів завдяки: діджиталізації надання адміністративних послуг; автоматизації роботи працівників центрів надання адміністративних послуг; створенню ефективної електронної системи взаємодії між державою та громадянином; впровадженню доступних електронних сервісів для громадян та бізнесу;

- підвищення рівня прозорості та відкритості влади до громадянина та бізнесу через: розвиток мережі центрів надання адміністративних послуг; запровадження практики співпраці з міжнародними благодійними організаціями.

На відміну від даної практики, у Стратегії розвитку Запорізької області, що є свого роду, промисловим кластером країни, цифрова економіка відображена лише у числі стратегічних завдань і одноразово: “розвиток ІТ-технологій та інновацій, сприяння їх впровадженню у виробничі процеси (у т. ч. просування технологій індустрії 4.0)”.

Отже, цифрові пріоритети розвитку регіону в парадигмі конкурентоспроможності спрямовані на побудову розумного регіону, тобто на забезпечення просування сталого зростання на основі smart-спеціалізації пріоритетів господарської діяльності, які мають високий трансформаційний потенціал для економіки, врахування і використання місцевих переваг та мобілізацію місцевих економічних потенціалів суб’єктів економічних змін.

З цією метою розбудовується широкосмуговий доступ до мережі інтернет (ШСД) як базова послуга, яка дозволяє використовувати інші цифрові можливості. Так, згідно зі звітними даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв’язку та інформатизації (НКРЗІ), 1,5 млн з 5 млн або 27 % абонентів фіксованого ШСД сконцентровано в Києві, а в столиці разом з областю – більше 30 %. При цьому у столичному регіоні проживає лише 11 % населення, а 54,6 % операторів телекомунікацій, що надають послуги фіксованого телефонного зв’язку, мають можливість отримувати послуги транзиту трафіка на місцевому, міжміському рівні взаємоз’єднання лише від одного постачальника – ПАТ “Укртелеком”, мережа якого розгалужена по всіх регіонах України [5].

### Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
2. Рабочая группа по количественной оценке электронной торговли и цифровой экономики: Записка секретариата ЮНКТАД. URL: [http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/tdb\\_ed2d3\\_ru.pdf](http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/tdb_ed2d3_ru.pdf)
3. Doel M., Hubbard P. Taking World Cities literally: Marketing the City in a Global Space of Flows. *City*. 2002. № 6 (3). P. 351–368.
4. Markusen A. Sticky Places in Slippery Space: a Typology of Industrial Districts. *Economic Geography*. 1996. № 72 (3). P. 293–313.
5. Цифрова трансформація (цифровізація) регіонів України: Аналітична записка. URL: <http://academy.gov.ua>
6. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 р. URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/48277/strategiya-regionalnogo-rozvitku-na-period-do-2027-roku.html>
7. Аналіз ринків телекомунікацій: Звіт за результатами аналізу ринку послуг транзиту трафіку у фіксованій телефонній мережі загального користування. Додаток до рішення НКРЗІ від 14.01.2020 р. № 11. URL: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=86&id=3948&language=uk>

## **ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Мазур Є. О.

Економічна ситуація в Україні нині надзвичайно нестабільна. Існує низка проблем щодо невідповідного рівня витрат і доходів підприємств, віддачі на вкладений капітал, забезпечення альтернативності джерел ресурсів. У таких умовах різко зростають вимоги до якості фінансового планування, його організації та швидкості реагування на зміни.

У сучасних умовах господарювання порівняння фактичних даних результатів виробничої діяльності з даними минулого періоду є ознакою пасивного, оснований на реагуванні, підходу до управління господарською діяльністю.

Навіть існування ідеальної системи звітності не допоможе за неадекватної методики проведення фінансового планування й контролю, за яким можна було б визначити, позитивними чи негативними є результати діяльності. Саме тому фінансове планування, побудова планових показників, з якими порівнюються фактичні дані у звітні періоди, є найкращим варіантом фінансового контролінгу на підприємстві. Завдяки вдосконаленню системи фінансового планування підприємство зможе не тільки досягти поставлених цілей та покращити усі показники виробничо-господарської діяльності, але й збільшити прибутки порівняно з попередніми роками.

Аналізуючи різні трактування, можна зробити висновок, що фінансове планування розглядається переважно з двох позицій – як процес і як вид діяльності. Фінансове планування як процес розглядає більшість авторів, як українських, так і зарубіжних. Це пояснюється тим, що планування є невід'ємною частиною управління та дає змогу зв'язати всі структурні ланки підприємства в цілісну виробничо-господарську систему і забезпечити її розвиток в напрямі досягнення поставлених цілей.

Об'єктивна необхідність та важливість фінансового планування визначається його провідною роллю у забезпеченні ефективного розвитку підприємства, яка проявляється у тому, що фінансове планування виступає інструментом регулювання системи економічних відносин щодо формування, розподілу і використання фінансових ресурсів. Тому фінансове планування забезпечує виявлення резервів покращення використання фінансових ресурсів та їх зростання на підприємстві.

Основними проблемами фінансового планування та контролю за фінансово-господарською діяльністю на підприємствах України визначено такі:

- складність планування та прогнозування у мінливих зовнішніх умовах країни, що постійно змінюються (інфляція, політичні причини, гостра конкуренція тощо);
- відсутність належного рівня розробки теоретико-методичної бази досліджуваної проблеми та розуміння її керівництвом підприємства вищого рівня;
- недосконалість системи фінансового планування та контролю діяльності підприємства.

Проведене дослідження проблем фінансового планування свідчить, що лише створення надійної та гнучкої системи управління фінансами, спрямованої на вирішення питань бюджетної, кредитної та інвестиційної політики, дасть змогу підприємствам суттєво підвищити ефективність своєї діяльності.

Окрім того, важливою проблемою фінансового планування є забезпечення обґрунтованості фінансового плану, його реальності. Це залежить значною мірою від достовірності даних щодо збуту, дебіторської заборгованості та строків її погашення, потреб у фінансуванні, налагодженої роботи підрозділів, задіяних у складанні фінансового плану, та оперативності його розроблення. Тому важливим питанням є якість інформаційного забезпечення фінансового планування на підприємстві.

З метою вдосконалення системи фінансового планування та контролю на підприємствах України запропоновано наступні шляхи:

- постійний моніторинг основних показників фінансового стану та ймовірності банкрутства;
- розрахунок необхідного обсягу фінансових ресурсів для економії витрат операційної діяльності;
- постійний контроль запасу фінансової стійкості підприємства;
- перегляд форм та структур фінансових планів підприємств, їх модернізація відповідно до сучасних потреб виробництва;
- запровадження автоматизованих систем фінансового планування на підприємствах з використанням методів економіко-математичного моделювання;
- запровадження системи бюджетування і його автоматизація;
- застосування контролінгу.

Отже, для ефективного здійснення фінансового планування на підприємстві менеджерам потрібно приділити значну увагу інформаційному забезпеченню та формуванню відповідного світогляду керівної ланки щодо розуміння значення та вагомості ролі фінансового планування, його ефективного проведення.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Каламбет С. В., Остимчук Г. В.* Сутність ефективності фінансового планування на підприємстві. *Економіка та держава*. 2015. № 9. С. 84–87.
2. *Мордовцев О. С.* Методичні основи взаємозв'язку стратегічного та бюджетного фінансового планування на підприємстві. *Вісник НТУ "ХПІ"*. 2017. № 54 (1257). С. 84–89.
3. *Рубаха М. В.* Вдосконалення фінансового планування як передумова ефективної діяльності підприємств у сучасних економічних умовах. *Мукачівський державний університет*. 2017. Вип. 9. С. 614–618.

## SMART-ЕЛЕМЕНТИ У РОЗБУДОВІ ТУРИЗМУ В МІСТАХ

Горб К. М.

Бурхливий розвиток туризму у світі в останні десятиліття та роки зумовлює постійне загострення конкуренції як між підприємствами та суб'єктами туристичного бізнесу, так і між туристичними дестинаціями (місцями туристичного інтересу). Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності дестинацій виступає адаптація досягнень науково-технічного прогресу до свого маркетингового інструментарію, а саме впровадження smart-технологій (“розумних технологій”) у сервісну та управлінську діяльність. Особливо такий “smart-феномен” проявляється на рівні окремих міст та місцевостей, доказом чому є поширений тренд формування і реалізації концепції smart-міст.

Систему smart-елементів в міській туристичній дестинації, з нашої точки зору, слід розглядати, оцінювати та аналізувати з двох позицій – поперше, як важливу складову туристичного сервісу в рамках комплексного обслуговування відвідувачів міста, по-друге, як складову системи туристичних ресурсів, один з факторів привабливості туристів та забезпечення туристичного інтересу до міста.

Сервісний аспект smart-елементів включає взаємопов'язаність та єдине регулювання системи послуг різних секторів туристичного комплексу міста на основі поєднаних ІТ-технологій та Інтернету. У нижченаведеній таблиці представлена наша спроба систематизувати smart-елементи за основними секторами туристичного обслуговування у міській дестинації. Чим потужніше та яскравіше представлені smart-елементи у кожній зі складових комплексу міського туристичного сервісу, тим, на наш погляд, сильніші конкурентні позиції міста як туристичної дестинації.

Важливо зазначити, що розробка і впровадження різних smart-елементів у кожному зі сфер туристичного обслуговування відвідувачів міста будуть ефективними лише у разі консолідації зусиль у рамках державно-приватного партнерства, скоординованої взаємодії влади, бізнесу, освіти та громадськості.

Ресурсний аспект розгляду smart-елементів міської туристичної дестинації передбачає широке використання різноманітних smart-технологій та об'єктів, запроваджених у місті (певних ознак розвинутого smart-міста), у якості туристичних атракцій. Це може стосуватися лише тих елементів, які на даний момент часу є поки що малопоширеними у країні або світі та можуть виступати незвичними (або навіть екзотичними) для багатьох відвідувачів, здатні забезпечувати туристичний “wow-ефект” (наприклад, унікальне багатофункціональне Smart-дерево у Дніпрі).

Викладені положення та міркування щодо систематизації smart-елементів як об'єктів туристичного сервісу та туристичних ресурсів міста можуть сприяти закріпленню окремих міст на національних та міжнародних туристичних ринках.

**Головні smart-елементи основних секторів  
системи туристичного обслуговування міської дестинації \***

Сектор туристичного сервісу міста	Приклади smart-елементів в обслуговуванні туристів та напрямів їх застосування
Послуги туристичних інформаційних центрів та рецептивних туроператорів	Онлайн-консультації та оперативне “розумне” формування індивідуальних туристичних програм, у тому числі із застосуванням нейронного маркетингу [1]
Мобільні додатки для відвідувачів міста	Якісний загальний картографічний мобільний Інтернет-сервіс (Google maps тощо), екскурсійно-прогулянковий сервіс (wayme.tours тощо), додаток “Відвідай Івано-Франківськ”, інтерактивна карта-путівник по острову Хортиці тощо
Екскурсійне та музейне обслуговування	Оперативне online-бронювання та замовлення екскурсій, використання QR-кодів на ключових туристичних об’єктах (екстер’єрно та інтер’єрно), створення груп відвідувачів у соціальних мережах, віртуальні екскурсії тощо
Міський транспорт і трансфер	Безготівкова оплата в транспортних засобах, інтерактивна online-інформація щодо розкладу рейсів, оперативні online-замовлення та побудови маршрутів, online-бронювання та купівля квитків, “розумні зупинки”, online -виклики таксі
Банківське обслуговування та обмін валют	Online-конвертування валют, безготівкові розрахунки, оперативне інформування щодо курсів обміну валют у найближчих пунктах
Готелі, хостели, каучсерфінг	Оперативний пошук найкращих варіантів розміщення, швидке online-бронювання місць, використання “розумних ключів”, оперативне (у т. ч. автоматичне) реагування на технічні збої сервісу в приміщеннях тощо
Ресторанний сервіс	Пошук найкращих варіантів і місць харчування, online-замовлення та доставка їжі, “електронні” виклики офіціантів тощо
Роздрібна торгівля (продукти харчування, сувеніри, шопінг)	Оперативне інформування щодо найближчих закладів торгівлі та точок продажу, передчасне замовлення та оплата товару, online-консультавання щодо вибору товарів тощо
Розваги, видовища, оздоровлення	Online-бронювання та купівля квитків, вибір та оперативне замовлення окремих послуг
Безпека туриста	Інформаційні системи щодо найближчих органів безпеки та лікувальних закладів і аптек, оперативне реагування на будь-які випадки небезпеки туриста

\* Складено автором.

### **Список використаних джерел:**

1. Туник О. М. Smart-туризм: новітні технології та виклики сучасності. *Творчий пошук молоді – курс на ефективність: тези доповідей VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих учених, аспірантів, студентів, 25 лютого 2015 р.* Хмельницький: ХКТЕІ, 2015. С. 401–402.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Байрамов М. О.

Швидкий розвиток економічних процесів зумовлює необхідність формування нового складу системи фінансово-кредитних відносин у країні. Суб'єкти господарювання реального сектору економіки через кількісні і якісні зміни потребують нових підходів до здійснення кредитування. В таких умовах змін зростає роль застосування ефективних методів до аналізу стану позичальників, як суб'єктів кредитних відносин.

Основним завданням аналізу є оцінка результатів діяльності за попередній та поточний роки, виявлення факторів, які позитивно чи негативно вплинули на кінцеві показники роботи підприємства, прийняття рішення про визнання структури балансу задовільною (незадовільною), а підприємства – платоспроможним (неплатоспроможним).

Кредитними установами в процесі проведення роботи з розгляду можливості фінансування діяльності суб'єкта господарювання проводиться комплекс заходів з оцінки кредитоспроможності підприємства як позичальника кредитних коштів [2]. Достовірність та точність такої оцінки важлива як для позичальника, адже від неї залежить рішення про надання кредиту та про можливий його обсяг, так і для кредитної установи, так як забезпечує мінімальний ризик видачі проблемного кредиту.

В сучасній практиці кредитних установ використовуються різноманітні методи оцінки кредитоспроможності потенційних позичальників коштів. Дані методи поділяються на класифікаційні методи оцінки та методи комплексного аналізу кредитоспроможності позичальника.

Класифікаційні або статистичні методи мають широку популярність та об'єктивність. Недоліком класифікаційних методів є необхідність обробки значного масиву вихідних інформаційних даних, а також те, що методи не враховують якісні чинники та умови кредитування [2].

Методики комплексного аналізу дозволяють швидко і з мінімальними витратами робочого часу обробити великий обсяг кредитних заявок окремих позичальників, що дозволяє суттєво зменшити рівень операційних витрат кредитної установи, пов'язаних з основною діяльністю. Цей метод має певні недоліки: вимоги до високої точності статистичних розрахунків, виникнення потреби у додаткових витратах, так як інформація повинна постійно оновлюватися і бути актуальною. Тому невеликі кредитні компанії не мають фінансових можливостей розробляти власні моделі для аналізу кредитоспроможності клієнтів через їхню високу вартість.



Проведений аналіз вищезазначених методики оцінки кредитоспроможності суб'єктів господарювання показав, що на сьогодні вітчизняними кредитними компаніями не використовується єдина досконала методика.

Досліджуючи досвід із застосування методик оцінки кредитоспроможності позичальника у кредитних компаніях зарубіжних країн, зроблено висновки, що дані компанії застосовують досить складну систему показників для оцінки кредитоспроможності клієнтів. Методика, що застосовується, характеризується диференційованим складом: позичальники розподіляються за окремими характеристиками (форма власності, вид діяльності, розмір власного капіталу, обсяг грошових надходжень тощо).

Високою популярністю у зарубіжних кредитних компаніях користуються рейтингові моделі комплексного аналізу [3].

Перспективними шляхами вдосконалення оцінки рівня кредитоспроможності позичальників кредитними установами визначено:

- закріплення на законодавчому рівні методики розрахунку кредитоспроможності позичальників із комплексним набором показників та коефіцієнтів для повноти та різнобічності аналізу діяльності підприємства-позичальника, систематична розробка й видання методичних вказівок та роз'яснень щодо її застосування;

- впровадження методики оцінки кредитоспроможності та системи рейтингування позичальників, заснованої не тільки на аналізі фінансового стану безпосереднього позичальника, а й на оцінці зовнішніх факторів, які оточують підприємство та впливають на реалізацію його бізнес-процесів [3];

- удосконалення інформаційного поля – забезпечення аналітиків достатнім обсягом якісної інформації про позичальника, яка б відповідала критеріям повноти, достовірності та верифікованості, актуальності, об'єктивності, порівнюваності й надавала б можливість визначити кредитоспроможність підприємства [1];

- вдосконалення матеріально-технічної бази вітчизняних фінансових установ, зокрема створення адекватного програмного забезпечення з метою використання ефективних систем оцінки кредитоспроможності та ризику;

- підвищення рівня освіти та кваліфікації кадрів фінансових установ – забезпечення високого рівня знань фінансової та банківської справи, обліку та економічного аналізу суб'єктів господарювання, а також володіння математико-статистичними методами, здатністю проводити аналітичні дослідження в галузі оцінки перспектив розвитку видів економічної діяльності тощо.

### **Список використаних джерел:**

1. Ковальчук Н. О., Паскар М. О. Удосконалення методик оцінки рівня кредитоспроможності вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 11. С. 91–94.

2. Крутова А. С., Кащена Н. Б. Теоретико-методичні аспекти аналізу кредитоспроможності підприємства. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 211–216.

3. Федоришина Л. І. Удосконалення методичних підходів до оцінки кредитоспроможності позичальника комерційного банку. *Агросвіт*. 2018. № 11. С. 39–42.

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТА РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТА СТРАХОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ляшевський Я. О.

Ефективний розвиток ринкової економіки обумовлює процеси подальшого розширення діяльності компаній на страховому ринку України. Проте останнім часом на ринку страхових послуг спостерігається динаміка зменшення кількості страхових компаній, знижується активність страхової діяльності загалом. Тому наразі важливим є формування ефективної системи методів та інструментів, що забезпечать збільшення рівня конкурентоспроможності страховиків на ринку та розширення географії надання ними страхових послуг, включаючи і вихід на зовнішній ринок.

Страхові компанії як специфічні суб'єкти підприємницької діяльності створюються для отримання прибутку, але разом з тим предметом їх безпосередньої діяльності є надання страхового захисту. У зв'язку з цим надзвичайно важливим є забезпечення фінансової спроможності страховика. Досягнення такого завдання можливе за умови належного управління фінансами страхових організацій [1].

Узагальнюючим показником діяльності страхової компанії є фінансовий результат. Саме на основі інформації про фінансовий результат формується уява про стан і перспективи діяльності страховика [2].

Одним з найважливіших показників ефективності та успішності фінансово-господарської діяльності страхової компанії є обсяг отриманого прибутку. Поряд з тим, що загальні ринкові підходи щодо формування прибутку суб'єктів господарювання поширюються й на діяльність страхових компаній, процес формування прибутку страховика має певні особливості. Специфіка економічної сутності функціонування страхування і особливості виникаючого кругообігу фінансових ресурсів страхової організації, який поєднує вхідні і вихідні грошові потоки від усіх видів діяльності, вносять зміни у процес формування прибутку страховика [1]. Так, страхова організація здійснює наступні види діяльності: страхову, перестраховання, інвестиційну, фінансову, іншу звичайну діяльність, фінансовий результат від яких і формує кінцевий прибуток страховика.

Отже, враховуючи те, що страхова компанія проводить не тільки страхову, а ще й інвестиційну, фінансову та іншу діяльність, слід розуміти, що прибуток страховика є підсумком фінансових результатів цих видів діяльності.

Специфіка формування прибутку виявляється у таких положеннях [2]:

- через сферу діяльності страховика у компанії виникає перелік доходів та витрат, які не є характерними для інших суб'єктів господарювання;
- оскільки страхові компанії розподіляються за видами діяльності на страхування життя та ризикове, це зумовлює для кожного виду відмінний алгоритм визначення прибутку від страхової діяльності;
- необхідність формування страхових резервів, яка зумовлена часовим розривом між отриманням страхової премії та її використанням на виплату страхових відшкодувань.

Організація управління прибутком страхової компанії являє собою впорядковану сукупність підрозділів з управління (осіб, які виконують управління) з їх ієрархічними зв'язками, що відображають підпорядкованість як по вертикалі, так і по горизонталі управління.

Вітчизняним страховикам необхідно зосередити свою увагу на шляхах збільшення обсягів отриманих страхових премій, таким чином вони отримають кошти, які можна залучати для інвестиційної діяльності [3].

На страхових ринках розвинених європейських країн успішно працюють різні канали дистрибуції страхових продуктів, водночас простежуються також і певні відмінності. Особливе місце серед каналів дистрибуції страхових послуг, що орієнтовані на фізичну особу займає онлайн-страхування. Ринок електронної комерції в страховій діяльності в розвинутих країнах характеризується більшими темпами зростання, ніж зростання страхового ринку в цілому [3].

Розглянуті тенденції розвитку каналів реалізації страхових послуг (як традиційних, так і альтернативних) свідчать, що страховий ринок України гнучко пристосовується до змін зовнішніх умов його функціонування. Така гнучкість є свідченням життєздатності даного сегмента фінансового ринку та передумовою забезпечення безперервності процесів як індивідуального, так і суспільного відтворення за допомогою страхування.

Досвід інвестиційної діяльності страхових компаній європейських країн та страховиків США свідчить, що у даних країнах вироблено правила діяльності та норми для страхових організацій у сфері розміщення тимчасово вільних коштів. Специфіка державного регулювання інвестиційної діяльності європейських та американських страхових компаній впливає на процес формування ефективного інвестиційного портфеля в країнах Європейського союзу, Великобританії та США. У розвинених країнах інвестиційна діяльність страховиків розглядається як ключове джерело інвестицій, необхідних для відновлення та зростання національної економіки держави [4]. Основними принципами розміщення страхових резервів в світі є надійність та прибутковість. В Україні інвестиційна діяльність для страхових організацій не є основною, це пояснюється певними особливостями розвитку вітчизняного фінансового ринку [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Головіна В. В., Шірінян Л. В. Управління грошовими потоками страхової компанії. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 7. С. 161–164.

2. Іванова А. П., Шаповал Л. П. Особливості формування прибутку страхової компанії. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 1110–1116. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13\\_ukr/186.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/186.pdf)

3. Кравчук Г., Бережна Т. Дослідження проблем формування фінансових результатів страховиків. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 1. С. 193–203.

4. Супрун А., Петрішина Т. Світовий і національний страховий ринок: відмінності та взаємозв'язки. *Економічний аналіз*. 2012. № 11. С. 233–237.

## УДОСКОНАЛЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ПОСЛУГ ЗІ СТРАХУВАННЯ

Бабенко Л. В., Омельянова К. Д.

Облік страхових платежів - одна з найбільш складних та відповідальних ланок роботи у страхових компаніях. Разом з тим, шляхи вирішення цього завдання на організаційному та програмному рівні досі не були достатньо висвітлені в літературі. Використовуючи практичний досвід впровадження інформаційної системи InsuranceCompany в великих страхових компаніях, ми пропонуємо деякі напрями новітнього рішення в цій області.

Облік страхових платежів здійснюється в бухгалтерії, тому саме цей структурний підрозділ на основі аналітичної інформації страхового блоку повинен забезпечити правильне відображення доходів і витрат страхової діяльності для здійснення її аналізу, ефективної роботи з клієнтами та прийняття оперативних рішень. Проблема загострюється при збільшенні обсягів страхування, використанні складних страхових продуктів, різних умов внесення платежів, що ускладнює обробку і повноцінний аналіз інформації в бухгалтерії з одного боку, а з іншого – гальмує роботу бухгалтерської програми.

Традиційне рішення проблеми передбачає можливість спрощення процедури обліку, наприклад: прийом платежів від фізичних осіб відображається тільки загальними сумами, що внесені страховими агентами, оплата договорів (полісів) з фізичними особами – одноразово на момент укладення договору, відповідність одного договору за аналогічними видами страхування. Кожен з варіантів спрощує облік, але накладає певні обмеження на страхові послуги. Сьогодні на перший план виходять питання конкуренції на ринку страхових послуг, ефективного управління ними, якості наданих послуг зі страхування і такі обмеження, природно, неприпустимі.

Неминучий перехід до розподілу праці проходить будь-яка компанія. Щодо програмного забезпечення можна виділити такі етапи: використання бухгалтерської програми → доопрацювання бухгалтерської програми функціями оперативного обліку → виділення оперативного обліку в спеціалізований блок (страховий блок) → реалізація зв'язку страхового блоку і бухгалтерії (бухгалтерського блоку).

Ефективне вирішення проблеми вимагає комплексного підходу, прийняття організаційних рішень і відмови від стереотипів. Перенесення функції обліку платежів на страховий блок, який в повсякденній роботі використовують всі фахівці компанії, вирішує проблему обробки великих масивів даних. Наступний крок: вироблення методів зв'язку страхового та бухгалтерського блоку.

Наведемо універсальний варіант зв'язку страхового та бухгалтерського блоку в разі великої кількості платежів і використання складних страхових продуктів.

Введення інформації за полісами:

– вноситься договір страхування, умови вступу його в силу, тип відповідальності;

– вказуються застраховані об'єкти;

– за кожним об'єктом визначаються страхові ризики. За кожним ризиком фіксується премія і страхова сума. Ризик пов'язаний з видом страхування;

– формується план проплат за договором. Платежі фіксуються зі статусом “плановий” і відразу доступні для операцій заліку. По кожному платежу відповідно до умов договору автоматично визначається період для оподаткування.

Заповнення банківської виписки:

– інформація про страхові платежі надходить з файлу системи “клієнт – банк”. Доцільно використовувати для страхових платежів окремий розрахунковий рахунок;

– кожен платіж додатково ідентифікується і забезпечується набором параметрів.

Зарахування платежів:

– зарахування платежів може здійснюватися або в загальному інтерфейсі (за всіма страховими продуктами), або з інтерфейсу поліса. При зарахуванні платіж автоматично розноситься по застрахованим об'єктам і за ризиками договору. При цьому використовується пропорційне рознесення за ризиками в залежності від їх співвідношень. Цей механізм використовується як при повній, так і при частковій оплаті.

Весь аналіз даних здійснюється в страховому блоці, оскільки тут інформація представлена в максимально детальному вигляді. В ньому розраховуються резерви, формується оборотно-сальдова відомість, розраховується сума для оподаткування.

У бухгалтерію зі страхового блоку інформація надходить у згрупованому вигляді. У загальному випадку досить отримувати інформацію звітного періоду за такими групами:

– за договорами, які вступають в силу з моменту підписання;

– по платежах за договорами, які вступають в силу з моменту сплати.

На практиці можуть використовуватися проміжні рішення, що мають на увазі деяке дублювання інформації в страховому і бухгалтерському блоці, додаткові рівні групування: за видами страхування, по відділах, по фізичним та юридичним особам, по агентам. Такі рішення можуть бути доцільні для додаткового контролю і виявлення помилок.

### **Список використаних джерел:**

1. Любашенко І. В. Облік в страховій компанії – технологічний прорив. Форіншурер: офіційний сайт. URL: <https://forinsurer.com/public/03/03/31/373>

## ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК І COVID-19: НОВІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Пасічник Т. О.

Глобальна індустрія логістики, як і багато інших сфер економіки, активно відреагувала на небезпеку та виклики, пов'язані з розповсюдженням Covid-19. З однієї сторони, логістичним компаніям потрібно було захистити свій персонал та клієнтів від небезпеки, пов'язаної з вірусом; з іншої сторони, з введенням національними урядами країн локдаунів на ринках відбулася різка зміна кон'юнктури. Перекоси у співвідношенні попиту і пропозиції, скасування попередньо складених виробничих планів, перегляд і зміна маркетингових стратегій – компанії практично усіх сфер економіки опинилися в кризових ситуаціях, причиною яких виявилися не структурні проблеми, а форс-мажор, ймовірність якого мало хто прогнозував і до якого майже ніхто не готувався.

На ранніх стадіях пандемії ринок логістичних послуг для бізнесу (B2B) дуже сильно заповільнився. Ланцюги поставок були серйозно порушені, національні уряди різко ввели нові правила, які вплинули на виробників і посередників. Першим наслідком цього стало те, що сьогодні багато компаній прагнуть диверсифікувати свої ризики і перенести виробництва та ланцюги поставок поближче до своїх домашніх ринків.

З іншого боку, фактично вибухнув ринок логістичних послуг для кінцевих споживачів (B2C), оскільки будучи закритими вдома на карантині, перейшовши на роботу в онлайн, люди практично всі свої покупки почали здійснювати через Інтернет. Зросли не тільки обсяги продажів – змінився також профіль товарів, що придбавають онлайн. У відповідь на це логістичні компанії швидко переглянули свої стратегії зростання та розвитку, змінивши структуру інвестування з акцентом на електронну комерцію, спеціалістів та активи, які здатні задовольнити зростаючий попит.

Але незважаючи на те, що кількість операцій логістичних компаній зросла в рази, робота з кінцевим клієнтом має меншу доходність, ніж логістика типу B2B. Тому компаніям потрібно працювати над знаходженням способів покращення технологічної та економічної ефективності доставки товарів кінцевим клієнтам. Ключовими напрямками для підвищення ефективності є робота з інформацією – збір та обмін даними для відстеження вантажів у реальному часі, використання систем зчитування та передачі інформації на складах, на піддонах, під час транзиту в транспортних засобах.

Логістичні компанії почали ефективно комунікувати з клієнтами щодо точного часу прибуття вантажів та, в разі необхідності, знаходження альтернативних варіантів в разі зміни графіку доставки. Отримавши чітке розуміння про стан та місцезнаходження вантажу на кожному етапі доставки, логістичні компанії можуть передбачити будь-які відхилення від запланованого. А коли система збору даних передбачає інтеграцію із зовнішніми джерелами даних (наприклад, передача інформації про погодні умови чи про завантаженість доріг у місті), то з використанням технологій машинного навчання маршрути можна змінювати в реальному часі.

Наприклад, обслуговуючи фармацевтичний ринок, логістичні компанії можуть використовувати датчики для контролю за температурою упаковки в режимі реального часу. Система відслідковує температуру, яка коливається в межах певного допуску, в разі відхилень датчик надсилає попередження і дозволяє вжити коригувальних заходів, що призводить до зменшення витрат і збільшення кількості своєчасних доставок.

Різке падіння вартості датчиків дозволяє активно впроваджувати інтелектуальні технології та використовувати “BigData” в управлінні ланцюгами поставок. А коли “BigData” накладається на потужну аналітику та машинне навчання, компанії можуть використовувати цей масив даних для відстеження вантажів, оптимізації і прогнозування своєї діяльності. Вони можуть більш точно контролювати і регулювати переміщення товарів, моделювати складні мережі постачання, обмінюватися інформацією та тісніше співпрацювати з клієнтами і партнерами.

Відповідаючи на виклики, пов’язані з Covid-19, постачальники логістичних послуг змушені були вирішити завдання більш безпечної доставки для своїх працівників та клієнтів, особливо це стосується доставки в так звану “останню милю”. Прийнято вважати, що остання миля доставки товару до кінцевого споживача становить близько 30 % усіх логістичних витрат. Тому критично важливо зберегти рентабельність доставки протягом останньої милі не зважаючи на безпрецедентні заходи безпеки, яких вживають логістичні компанії.

З технологічної точки зору, способом максимально безпечної доставки, який не потребує безпосереднього контакту з людьми, може бути використання дронів і поштоMATів. Поки що використання дронів для доставки посилок обмежене, по-перше, вартістю таких технологій, по-друге, регуляторними перешкодами, пов’язаними з місцевими законами та нормативними актами. І навпаки, використання поштоMATів для безпечного, зручного, безконтактного забору посилок кінцевими споживачами виглядає логічним і раціональним рішенням. Більше того, такий спосіб доставки товарів активно використовується багатьма логістичними компаніями, зокрема, в Україні мережу поштоMATів активно розвиває “Нова пошта”.

Загалом безпека і стабільність сьогодні стали найважливішими факторами для подальшого розвитку логістичної індустрії. Очевидно, що різка зміна купівельних звичок людей – це те, що залишиться і після закінчення пандемії. В принципі, і до Covid-19 ритейлери активно розвивали системи онлайн продажів, включно з доставкою товарів людям додому. У свою чергу, логістичні компанії змушені надалі оптимізувати та автоматизувати свої рутинні процеси. Після того, як світ пристосується до нової реальності, в основі економічного відновлення і зростання буде безпечний, екологічний та ефективний рух товарів і послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. “Нова пошта” відкриває власні поштоMATи. URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/3057>. Назва з екрана.

## РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Сидоренко С. В.

Концепція “четвертої промислової революції” увійшла у науковий світ завдяки працям Клауса Шваба, німецького економіста, засновника та президента Всесвітнього економічного форуму у Давосі. Різні аспекти даного феномена, які вплинули на її формування відобразилися у статтях та монографіях українських вчених – В. Ляха, В. Воронкової, В. Лук’янець, О. Кравченко, В. Пазенюка та інших, а також західних науковців – Кена Робінсона, Самуеля Грінгарда, Ааратхі Прасада, Мартіна Форда, Кевіна Келлі та ін. На думку Клауса Шваба, сучасна цивілізація стоїть біля витоків четвертої промислової революції, яка обумовлена появою та удосконаленням нових технологій, глибинними змінами, що відображають зміст цифрової революції, та системними впливами з їх внутрішніми і зовнішніми перетвореннями.

Разом з країнами ЄС Україна активно впроваджує політику цифровізації. Так, 7 листопада 2018 р. набув чинності Закон України “Про електронні довірчі послуги”. Метою цього Закону є врегулювання відносин у сферах надання електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації. Крім цього, створено Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. Також запроваджена **система “Трембіта”**, яка дозволяє будувати безпечні інформаційні міжвідомчі взаємодії державним органам та органам місцевого самоврядування через інтернет шляхом обміну електронними повідомленнями між їх інформаційними системами. У 2020 р. розроблено каталог освітніх програм для вступників університетів з інформацією про підготовку фахівців у галузі штучного інтелекту (аналіз даних, машинне навчання, комп’ютерний зір, розпізнавання образів, обробка природної мови). А у “Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки”, схваленої Кабінетом Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р., визначені основні цілі, напрямки цифрового розвитку, принципи, план заходів. Робота щодо розвитку цифровізації в Україні триває, розвиток цифрової економіки залежить від регуляторної політики держави.

У глобальному світі відбувається формування цифрового суспільства, в якому активно впроваджуються, поширюються та взаємодіють цифрові технології на рівнях “технологія – людина”, “технологія – людина – суспільство”. Клаус Шваб аналізує попередні революції, які передували четвертій промисловій. Автор наголошує, що ми вступили у четверту промислову революцію та виділяє наступні мегатренди четвертої промислової революції: по-перше, фізичний блок (безпілотні транспортні засоби, 3D-друк, передова робототехніка, нові матеріали); по-друге, цифровий блок (“Інтернет речей”); по-третє, біологічний блок (інновації у генетиці, розвиток синтетичної біології, біологічної та генної інженерії); по-четверте, ди-



наміка винаходу (для стимулювання передових фундаментальних досліджень та інноваційних технологічних застосувань у науковому та діловому світі уряди повинні більш активно фінансувати амбітні дослідницькі програми. Партнерство між державним і приватним секторами в галузі досліджень також має бути направлено на розвиток знань і людського капіталу для суспільної користі) [2].

Цифрові технології, засновані на програмному забезпеченні та соціальних мережах, стають більш ефективними та інтегрованими, викликаючи трансформацію у всіх сферах суспільства. Інтернет – це найпотужніша й найпоширеніша комунікація в історії людства. Вона зростає щодня, наче живий організм, в якій постійно з'являються мільйони мереж, швидко і динамічно утворюються нові моделі, зв'язки. За оцінками CiscoSystems, нині щосекунди до всесвітньої мережі під'єднуються близько 100 “речей”. Концепція сполучення пристроїв з'явилася на початку 90-х рр. XX ст., а сам термін “Інтернет речей” виникає завдяки Кевіну Ештону в 1999 р., який запровадив глобальний стандарт радіочастотної ідентифікації. Саме ця технологія, в поєднанні з іншими, дала можливість об'єднати фізичні об'єкти з віртуальним світом. За словами Самуеля Грінгарда, аме-риканського письменника та журналіста, “Інтернет речей” здатний проникати в усі закутки, шпари, дірки й червотоки, які є в недоступному для сприйняття і часто невидимому світі, що виходить далеко за межі дії органів зору, слуху, нюху й свідомості. Він створює нові типи мереж і систем, цілком відмінні маршрути для даних, інформації та знань [1, 33]. “Інтернет речей” змінює свідомість людини, культуру та її ментальність. За словами Філіпа Бола, виникає “інфопоєднаний” світ, коли взаємодіють і впливають одна на одну маса різних речей: торгівля, подорожі, хвороби, цензура, приватність і багато іншого. А людина перетворюється на “вічного новачка” (новий статус кожного за замовч-уванням, незалежно від віку й досві-ду). Адже, як пояснює Кевін Келлі у книзі “Невідворотне”, аналізуючи го-ловні мегатенденції цифро-вого середовища, сучасне суспільство живе в епоху постійного техно-логічного становлення. Відбуваються постійні змі-ни у ньому, можна говорити про “гонку озброєнь” у сфері оновлень.

На думку багатьох фахівців, “Інтернет речей” справить потужний по-зитивний вплив на життя і бізнес. Але разом існує певні загрози для безпе-ки суспільства, наприклад, поширення кіберзлочинів, скорочення тривалос-ті концепції уваги, зниження уміння критично мислити тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Грінгард С.* Інтернет речей. Харків, 2018. 175 с.
2. *Шваб. К.* Четвертая промышленная революция. URL: [http://loveread.es/read\\_book.php?id=66348&p=1](http://loveread.es/read_book.php?id=66348&p=1) (дата звернення: 18.10.2020).

## ПОДАТКОВА Е-МЕДІАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНІ

Соколов А. О.

У сучасному світі успішність країн залежить багато в чому від прогресу в побудові суспільства знань, а цифрові технології відіграють ключову роль у прискоренні економічного і соціального розвитку країни в цілому. Інформаційна сфера держави визначає її економічний та інноваційний потенціал, суттєво впливає на конкурентоздатність на міжнародній арені, якість життя громадян.

16 лютого 2017 р. у Комітеті Верховної Ради з питань інформатизації та зв'язку пройшли слухання “Цифровий порядок денний для сучасної України”, де учасники обговорили подальші спільні зусилля у процесі втілення цифрового порядку денного для України та її інтеграцію у світові процеси цифровізації [1].

Після цього, 17 січня 2018 р. Уряд схвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердив план заходів щодо її реалізації [2; 3].

Основною метою документа є реалізація ініціатив “Цифрового порядку денного України 2020” (цифрова стратегія) [4] для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах.

Ця Концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій [3].

Так, відповідно до Концепції, головними складовими розвитку електронної демократії є е-парламент, е-голосування, е-правосуддя, е-медіація (досудове вирішення спорів), е-референдуми, е-консультації, е-петиції, е-політичні кампанії, е-опитування [3].

Дійсно, цифрові технології відкривають нові можливості для залучення громадян до участі в суспільних та політичних процесах, а традиційні (офлайн) демократичні процеси можуть бути переведені до цифрового формату. В Україні ж електронна демократія перебуває на початковому етапі розвитку і тісно пов'язана із суспільно-політичними явищами.

При цьому, одним з найважливіших для України напрямів розвитку економічної свободи та розвитку підприємницької діяльності саме податкова е-медіація. Це найпростіша форма електронної демократії, однак її реалізація містить велику кількість політичних та організаційних викликів. Водночас саме ця форма поступово впроваджується в різних країнах світу (Нідерланди, Австрія, Німеччина та Великобританія тощо). Оснащення процесу досудового вирішення податкових спорів електронними засобами є питанням оптимізації системи судочинства. Податкова е-медіація за відповідних умов може стати більш чесною, прозорою та ефективною, ніж традиційні способи вирішення податкових спорів в Україні.

І хоча медіація існує в Україні вже понад 20 років, однак, до теперішнього часу вона так і не здобула загального поширення та не стала вагомою частиною культури врегулювання спорів. За останні п'ять років ситуація значною мірою покращилася, адже державою було усвідомлено необхідність розвитку цього напрямку в контексті забезпечення взятих на себе зобов'язань у контексті доступу до правосуддя, підвищення інвестиційної привабливості України, сприяння зняттю соціальної напруги в суспільстві.

На європейському просторі поширення медіації у вирішенні адміністративно-правових спорів/конфліктів пов'язують з Рекомендацією (2001) 9 Комітету міністрів Ради Європи щодо альтернатив судовому розгляду спорів між адміністративними органами та сторонами-особами від 05 вересня 2001 р., яка визначає, що “широке використання альтернативних способів урегулювання адміністративних спорів дасть змогу підійти до розв'язання цих проблем і наблизить адміністративні органи до громадськості”.

Однак на сьогодні податкові спори все ще залишаються немедіабельними через особливості суб'єктного складу податкових правовідносин. Крім того, проведення примірювальних процедур, в тому числі і медіації, при вирішенні адміністративних спорів ускладнено особливостями процесуального закону.

Отже, вирішення податкових спорів засобами медіації потребує інтеграції норм Європейського права до законодавства України. Податкові органи необхідно наділити достатнім обсягом дискреції для визначення умов примирення шляхом медіації з фізичними та/або юридичними особами.

Крім того, важливо передбачити чіткі критерії для визначення умов примирення, що забезпечують захищеність суб'єкта владних повноважень (його посадової особи/представника) від звинувачень в корупції у разі примирення. На думку команди проекту Право-Justice [5], доцільним у цьому сенсі є підготовка єдиного закону, який би регулював процедуру прийняття рішення суб'єктами владних повноважень.

У свою чергу, розвиток та застосування податкової е-медіації неодмінно сприятиме підвищенню рівня правової культури не тільки учасників спору, а також зміні суспільної свідомості та переорієнтації її на вирішення спорів на добровільних засадах.

### **Список використаних джерел:**

1. Верховна Рада підтримує проект “Цифрового порядку денного України”. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/249748834>
2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-konceptiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>
3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>

4. Цифрова адженда України-2020 (“Цифровий порядок денний”-2020). Концептуальні засади (версія 1.0). URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

5. Gap-Аналіз впровадження інституту медіації в Україні (липень 2020), підготовлений групою експертів Проекту ЄС Право-Justice за фінансової підтримки ЄС.

## **ОЦІНЮВАННЯ ЗА МЕТОДОМ ДЕЛФІ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ**

Велієва В. О., Колісник В. О.

Метод “Делфі” (далі – Делфі) – один із методів колективної експертної оцінки, який передбачає проведення експертного опитування серед групи спеціалістів у кілька турів (частіше у 3–4 тури) для вибору найкращого із рішень. Метод Делфі, або як його ще називають дельфійський метод, метод дельфійського оракула, отримав свою назву із назви містечка Дельфі у Стародавній Греції, в якому жили оракули-провидці при храмі бога Аполлона. Слово головного оракула не підлягало сумніву та приймалося за істину.

Метою застосування методу Делфі є удосконалення групового підходу до вирішення завдання розробки прогнозу, оцінки за рахунок взаємної критики поглядів окремих спеціалістів, висловлюваних без безпосередніх контактів між ними та при збереженні анонімності думок чи аргументів на їхній захист.

Згідно з методом Делфі учасників просять висловити свої думки, обґрунтувати їх, а в кожному наступному турі опитування їм видається нова, уточнена, інформація щодо висловлених думок, яку одержують в результаті розрахунку збігу думок за раніше виконаними етапами роботи. Цей процес продовжується до практично повного збігу думок. Після цього фіксуються думки, які не збігаються.

Цей метод успішно застосовується у маркетингу. Його використовують для того, щоб зробити експертне прогнозування шляхом організації системи збирання та математичної обробки експертних оцінок.

Конференція ідей подібна до мозкового штурму, але відрізняється від нього темпом проведення нарад та дозволеною короткою доброзичливою критикою ідей у формі реплік і коментарів. При цьому стимулюється поєднання кількох пропозицій, фантазування, що сприяє підвищенню якості ідей.

Усі висунуті ідеї занотовуються у протоколі без вказування їх авторів. До складу учасників конференції ідей включаються не лише висококваліфіковані фахівці, але й новачки, неспеціалісти – не заангажовані і здатні висувати свіжі, нові, неординарні підходи.

Метод Делфі має три основні особливості: анонімність експертів; використання результатів попереднього туру опитувань; статистична характеристика групової відповіді.

Відзначаючи переваги цього методу, українські соціальні філософи, зокрема, зазначають: “Анонімність дельфійської процедури є способом послаблення впливу окремих “домінуючих” експертів, а регулюючий зворотний зв’язок дозволяє знизити “шуми”, під якими розуміється вплив індиві-

дуальних і групових інтересів, не пов'язаних з проблемами, які вирішуються. Окрім того, використання зворотного зв'язку вносить елемент об'єктивності й робить прогностні оцінки надійнішими". Що стосується проведення опитування в кілька турів, то це "дозволяє зменшити коливання в індивідуальних відповідях, обмежує внутрішньогрупові коливання". Багатотуровий характер прогностних експертних досліджень дозволяє забезпечити "зворотний зв'язок". Експерти знайомляться з результатами попереднього туру: загальною груповою оцінкою, особливими судженнями та їх аргументацією. Внаслідок цього під час кожного наступного туру експерти працюють з оновленою інформацією, що дозволяє їм або корегувати свою думку, підвищуючи загальну узгодженість у групі, або підтверджувати попередню оцінку, маючи для цього вже більше підстав. Переваги багаторівневого експертного дослідження реалізуються в проведенні повторних опитувань для підвищення узгодженості думок експертів. Опитування, як правило, проводиться у два послідовні тури. Перед кожним туром здійснюється передопитувальна підготовка, перед другим – аналіз та оформлення результатів першого туру і ознайомлення з ними експертів. Після другого туру – остаточний аналіз і представлення результатів усього опитування. Використання результатів попереднього туру опитування розширює інформацію, якою можуть скористатися експерти під час повторних турів, реалізуючи тим самим принцип "зворотного зв'язку". Окрім цього, такий підхід дозволяє виключити або звести до мінімуму можливість лобювання інтересів окремих експертів чи підгруп. Статистична характеристика групової відповіді дозволяє оцінити ступінь узгодженості думок експертів усієї групи відносно загальної групової оцінки, тобто ступінь того, наскільки групова оцінка відображає думки опитуваних експертів. Сама по собі аргументація неузгоджених з груповою оцінкою думок є цікавою для експертів під час повторних турів, оскільки змушує їх повертатися до аргументації своїх оцінок.

Значним недоліком цього методу є надмірна суб'єктивність оцінок. Старі стереотипи іноземного товариства можуть зіграти фатальну роль при прийнятті рішень. Дж. Саймон оцінив цей підхід як "спорадичний, заснований на селективному, неконтрольованому сприйнятті чи ідеологічних і особистісних пристрастях".

Експертним методом "Делфі" користується велика кількість корпорацій, університетів, урядових структур з метою передбачення тих чи інших подій у майбутньому. Цей метод сформувався на основі вдосконалення й оптимізації з точки зору досягнення практичного результату традиційних нарад, відкритих дискусій. Незважаючи на певні вади, він вважається одним з найефективніших експертних методів, оскільки "дозволяє досягти не лише цікавих результатів при аналізі тих чи інших державних рішень у соціальних питаннях, але й у складних питаннях соціальної експертизи дійти згоди за критеріями, показниками, нормами".

## **ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЧЕРЕЗ ПРИЙНЯТТЯ ІМПУЛЬСИВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

Олексієнко Р. Ю., Перерва І. О.

Сучасний світ інформаційно-цифрового суспільства наповнений яскравими емоціями, великими можливостями, несподіванками і різноманітними почуттями. Тому не дивно, що при прийнятті на посаду все більш актуальними стають вміння адаптуватися до різних умов, швидке прийняття рішень і активна реакція на можливі події, що дає суттєву конкурентну перевагу у діловій сфері.

Безсумнівно, миттєві імпульсивні рішення можуть допомагати швидко реагувати на події і знаходити вихід із складних ситуацій. Проте, надмірні швидкість, прямота та імпульсивність, маючи зворотній бік – конфліктність, можуть стати суттєвою проблемою, особливо коли це демонструється керівником.

Управлінські імпульсивні конфлікти, як правило, з'являються за лічені секунди, без запланованого внутрішнього розрахунку та реальної можливості людини зупинитися, в результаті чого домінує суб'єктивність в оцінках і висновках.

Як же знайти баланс між прийняттям імпульсивних управлінських рішень і зважених, аби не нашкодити організації та не зіпсувати стосунки у колективі? Для цього, на наш погляд, необхідно дослідити, що саме лежить в основі природи імпульсивності, виділивши конкретні причини, та розробити певні рекомендації.

По суті, імпульсивність – це риса характеру, точніше прояв специфіки темпераменту, що виражається у діях без повного свідомого контролю, коли людина, реагуючи на ситуацію, знаходиться під впливом зовнішніх обставин або через особисті внутрішні переживання. Тобто у такі хвилини, можна сказати, що людина не думає, про що говорить, кому і для чого.

Якщо вірити широковідомим та давно сформованим відповідними спеціалістами психологічним спостереженням у напрямі дослідження темпераменту людини, більш яскраво така риса як імпульсивність притаманна саме холерикам. Іншими словами, холерики частіше за інших піддаються емоціям, почуттям та відчуттям у прийнятті будь-яких рішень, включаючи управлінські, а не діють за ретельно зваженим, обґрунтованим розрахунком.

До того ж той факт, наскільки сильно людина піддається імпульсивності, очевидно, може залежати, окрім темпераменту, від багатьох додаткових чинників, зокрема: віку, статі, досвіду, свідомості, специфіки конкретної ситуації тощо.

На наш погляд, можна виділити три головні причини виникнення конфліктів через імпульсивність.

По-перше, несумісність темпераментів, точніше типових проявів темпераменту залежно від конкретної ситуації. Наприклад, якщо яскраво виражений холерик-керівник на емоціях прийняв рішення швидко діяти не за

правилами, а підлеглий-флегматик не відреагував на його вказівку, оскільки дотримується, перш за все, законних доручень та власних принципів, то між ними з великою вірогідністю виникне конфлікт. Інший приклад, коли керівник – сангвінік, який завжди намагається швидко, зважено й обґрунтовано знаходити вихід із ситуації, тримаючи емоції всередині, а підлеглий – меланхолік, і кожний стресовий чинник у робочій атмосфері може спричинити у нього хвилю зайвих емоцій, викликаючи або сльози, або переляк, що дратуватиме спокійного шефа.

По-друге, вольова спрямованість на результат. Якщо керівник ставить акцент лише на ефективності та результатах діяльності організації, використовуючи авторитарний стиль управління, у більшості випадків він дозволяє собі приймати рішення самостійно, імпульсивно, сміливо, беручи на себе основну відповідальність. У випадку, коли керівник починає радитися з підлеглими, слідуючи демократичному характеру менеджменту, то рішень на емоціях майже не буде, оскільки все вирішуватиметься колективно, обґрунтовано, але досить довго (При цьому нехтування швидкістю прийняття управлінських рішень може погано вплинути на результати діяльності).

По-третє, особисті людські риси характеру. Кожна людина – своєрідна, тобто має власні реакції, рівень емоційного інтелекту тощо. Але все це, на відміну від темпераменту, формується в залежності від набутого досвіду та випробуваних особистих переживань. Звичайно, якщо менеджер завжди керується лише емоціями, приймає імпульсивні рішення та на сто відсотків довіряє лише власній інтуїції, то його не можна вважати достатньо компетентним та ефективним, зважаючи на суттєві ризики настання негативних наслідків як для колективу, так і для підприємства. Хоча, на нашу думку, прийняття імпульсивних рішень може й позитивно впливати на досягнення цілей організації, адже воно тісно пов'язане з інтуїцією, яка, в свою чергу, природньо формується на основі попереднього досвіду з додаванням власного передчуття. Тобто прийняття подібних рішень дозволяє при видимій зовнішній імпульсивності все-таки спиратися на підсвідомий досвід пройдених типових ситуацій.

Таким чином, виходячи з вищенаведених міркувань, можна зробити висновок, що прийняття імпульсивних управлінських рішень має високий ступінь ризику викликання робочих конфліктів. Проте, з іншого боку, імпульсивність у поведінці менеджера може і не спричинити конфлікти, якщо правильно підготуватися до подібних можливих ситуацій. Зокрема, ми вважаємо, що керівнику необхідно підбирати робочу команду відповідно до особливостей сумісності яскраво виражених рис темпераменту та особистих якостей кожного члена групи. При цьому, акцент управлінця повинен бути направлений у приблизно рівній мірі як на цілі організації, так і на стосунки у колективі. Також радимо керівнику навчитися, залежно від ситуації, балансувати між консерватизмом та імпульсивністю, незважаючи на його особисті переконання та риси характеру.

Отже, імпульсивність можна ефективно використовувати на практиці, минаючи конфлікти, якщо організувати управлінську діяльність у рекомендованому вище напрямі. Але слід зважати на те, що все це вимагатиме від керівника чималих зусиль щодо роботи над собою і над будівництвом здорового клімату в колективі.

## **УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У ПРОЕКТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ В ІТ-ГАЛУЗІ**

Гуржій Н. М., Жабицька Н. С.

Високий динамізм розвитку є ознакою сфери інформаційних технологій, а в епоху цифровізації не тільки економіки, а й усіх сфер життєдіяльності. Розвиток ІТ-технологій стає ще більш масштабним і багатоаспектним, що породжує появу нових проблем в управлінні проектами в цій сфері і вимагає їх вирішення за допомогою відповідного розвитку існуючих методологій управління проектами. Одним з найважливіших показників роботи проектного менеджера в ІТ-галузі перш за все є вміння управління якістю проекту. Як відомо, проектні менеджери працюють з такими показниками: час, скоуп (зміст) і вартість проекту – пізніше було додано якість, тому спочатку ці три показники мали назву потрійної обмеженості проекту.

На світовому ринку ІТ-технологій прогнозується подальше посилення нормативного середовища, особливо щодо захисту даних, що сформує нові якісні вимоги, які необхідно враховувати у розробці та реалізації ІТ-проектів.

Розвиток інновацій у сфері ІТ, особливо у сфері штучного інтелекту, часто ускладнює навіть ідентифікацію якості і передбачуваність як самого вихідного продукту проекту, так і всіх наслідків експлуатації вихідного продукту для користувачів.

Незважаючи на те, що управління якістю в методології проєкт-менеджменту належить до допоміжних процесів, для ІТ-проекту він є ключовим аспектом управління проектом, який повинен бути інтегрований з основними процесами управління роботами, що визначають зміст проекту, і ресурсами проекту [1].

Якісне управління ІТ-проектами засноване на процесному підході і передбачає формування гарантій якості процесу управління проектом і його вихідного продукту в рамках існуючих стандартів якості і вимог до виконуваних робіт, послуг або виробленому продукту, на основі використаної методології управління проектами, а також стандартів менеджменту якості, використовуваних замовником і виконавцем ІТ-проекту [1; 2].

Нерідко стейкхолдери (зацікавлені сторони) проекту вносять зміни до однієї з трьох обмеженостей проекту, наприклад до скоупу, що зазвичай призводить до зміни термінів (часу) і вартості. Стислі терміни (час) можуть викликати збільшення вартості і зменшення скоупу. Невеликий бюджет (вартість) може викликати збільшення термінів (часу), що може вплинути на якість проекту. Звичайно, результат повинен відповідати узгодже-



ним вимогам, інакше проект буде невдалим через те, що продукт проекту і управління проектом не відповідали очікуванням замовника або стейкхолдера. Ось чому впровадження контролю якості означає управління як процесом, так і людьми.

Якість не є безкоштовною. Вартість якості (COQ – The Cost of Quality) – це гроші, витрачені на вирішення питань під час проекту, а потім після проекту, на виправлення будь-яких збоїв. Вони розділені на дві категорії: вартість відповідності та вартість невідповідності.

1. Вартість відповідності: зростання витрат під час проекту для уникнення нестандартних продуктів. Це можуть бути витрати на запобігання невідповідності (QA) або виявлення його перед випуском (QC).

2. Вартість невідповідності: гроші, витрачені під час і після проекту в результаті нестандартних продуктів. Вони можуть бути попередніми, і тому їх може знайти ваша команда проекту (іноді їх називають “внутрішніми”) або витратами після випуску проблем, виявлених кінцевими користувачами (іноді їх називають “зовнішніми”) [3].

Для управління якістю менеджери проектів в ІТ-галузі використовують План управління якістю (Quality Management Plan). Він включає наступні пункти: очікування стейкхолдерів щодо якості; критерії, за якими можна оцінювати якість; стандарти якості, над якими ви будете працювати; процедури забезпечення якості; процедури контролю якості; процес контролю змін; обов’язки членів команди.

Після визначення концепції наступним кроком є реалізація плану управління якістю проекту, а саме:

1. Спочатку визначаються вимоги до якості результату та способу управління проектом. А саме, як цей процес буде задокументований та як ця інформація буде передаватися. Необхідно регулярно проводити зустрічі, вести листування тощо. План включатиме перелічені раніше особливості, а також метрики для вимірювання якості під час управління проектом. Сюди має входити контрольний список якості для збору та упорядкування оцінок, які необхідно визначити під час проекту.

2. Забезпечення якості (QA), за даними Американського товариства якості (ASQ), – це “заплановані та системні заходи, що впроваджуються в системі якості для задоволення вимог до якості товару або послуги”. Використання системизації забезпечення якості допомагає визначити результативність процесів для досягнення результатів проекту у відповідності з вимогами якості.

3. Контроль якості (QC) проводиться після завершення проекту, щоб переконатися, що правила дотримуються і що очікувана якість досягнута. Як способи гарантування досягнення необхідної якості результатів можуть бути використані експертні оцінки та тестування.

Найважливішим є створення плану управління якістю та перевірка якості результатів під час процесу управління проектами з метою врегулювання результатів, якщо вони не відповідають установленим.

### Список використаних джерел:

1. Ray S. Project Quality Management – A Quick Guide. 2018. URL: <https://www.projectmanager.com/blog/project-quality-management-quick-guide>
2. Тройственная ограниченность. 2019. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
3. Clayton M. Project Quality Management: All You Need to Know. URL: <https://onlinepmcourses.com/project-quality-management>

## РОЛЬ І МІСЦЕ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В АУДИТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Книшек О. О., Синельник В. С.

В умовах розвитку інформаційних технологій важливого значення набуває автоматизація аудиту. Методика аудиту безпосередньо залежить від способу обробки суб'єктом господарювання облікових даних. При цьому не змінюється загальна мета, завдання перевірки та основні аудиторські процедури. Мета аудиту та основні елементи його методології при проведенні перевірки в системі комп'ютерної обробки даних зберігаються. Однак наявність комп'ютерного середовища суттєво впливає на процес вивчення аудитором системи обліку економічного суб'єкта та супутніх йому засобів внутрішнього контролю [2, 46].

Програмні засоби дозволяють аудитору здійснити тестування розрахунків, робити перерахунки і зіставляти отримані результати з нормативними даними, встановити відхилення, з'ясувати їх причини і запропонувати заходи щодо поліпшення облікової та аналітичної роботи, прийняття своєчасних управлінських рішень [3, 374].

Виокремлюють кілька етапів застосування комп'ютера в роботі аудитора:

- формування робочих документів аудитора, підготовка запитів, оформлення результатів аудиту;
- пошук і обробка інформації в правовій базі;
- визначення рівня суттєвості, аудиторської вибірки, розрахунок аудиторського ризику.

Аудиторське програмне забезпечення складається із комп'ютерних програм, що використовуються аудитором як елемент аудиторських процедур для обробки даних, що мають суттєве значення для аудиту і взяті з облікової системи клієнта. Програмне забезпечення може складатись із: пакета програм, програм спеціального призначення і програм-утилітів [1, 163].

Пакет програм – це узагальнені комп'ютерні програми, що призначені для виконання функцій з обробки даних, включаючи зчитування комп'ютерних файлів, відбір інформації, проведення розрахунків, створення файлів з даними і друкування звітів за формою, що визначена аудитором [1, 163].

Програми спеціального призначення – це програми, розроблені для виконання конкретних аудиторських завдань. Ці програми можуть бути створені як самим аудитором, так і іншим спеціалістом.

Програми-утиліти – програми, що використовуються суб'єктом для виконання загальних функцій обробки даних. Такі програми, як правило, не призначені конкретно для аудиторської практики.

Тестові дані – це дані (як правило, вибірккові дані), що призначені для внесення аудитором у комп'ютерну систему суб'єкта та порівняння отриманих результатів із раніше визначеними результатами [1, 163].

Ринок аудиторського програмного забезпечення в Україні, у тому числі і українського виробництва, тільки починає розвиватися. Тожодним з головних інструментів аудитора залишаються Word та Excel, водночас світові розробки програмного забезпечення перебувають уже на дуже високому рівні.

Серед програмних продуктів спеціалізованого аудиторського програмного забезпечення можна виділити: “Асистент аудитора”, “Помічник аудитора”, “Експрес-Аудит: ПРОФ”, “IT Audit: Аудитор” [2, 49].

Враховуючи специфіку роботи аудитора, вимоги до аудиторського програмного забезпечення можуть бути такими:

- наявність ефективних засобів контролю операцій, який має здійснюватися не лише у момент оформлення документів чи бухгалтерських записів, але й у міру потреби;

- гнучкість, тобто здатність налаштовуватися на специфіку підприємства конкретної галузі, зважаючи на відмінності облікової політики, форм звітності, плану рахунків тощо. В комп'ютерних аудиторських системах мають враховуватися не лише загальні вимоги і стандарти аудиту, але й особливості обліку підприємства-клієнта;

- ергономічність – наявність засобів для зручного введення облікових даних, оперативного і доступного формування звітів. Тобто програма має враховувати обмежені знання аудитора в галузі комп'ютерних технологій (знання програміста, оператора);

- тісний зв'язок з бухгалтерськими програмами на рівні баз даних;

- простота освоєння, професійна оперативна підтримка з боку розробників програмного продукту через мінливість законодавчого поля [3, 374].

Комп'ютерний аудит надає не тільки широкий спектр консультаційних послуг, але й здійснює аналіз великих масивів фінансових і оперативних даних в електронному вигляді спеціальними програмними засобами для їх підтвердження і виявлення шахрайства; надає допомогу клієнту з питань забезпечення інформаційної безпеки; перевіряє алгоритм комп'ютерних облікових систем клієнтів [2, 49].

Основною проблемою використання аудиторської програми для аудитора є те, що на підприємствах, які перевіряються, використовується програмне забезпечення різних розробників. Даний фактор не дає реальної можливості в повному обсязі використовувати комп'ютерні аудиторські процедури. Крім цього, немає єдиних методологічних вимог, запропонованих до інформаційних баз даних, а саме до основних полів вихідних інформаційних файлів.

Отже, на сьогоднішній день питання аудиту фінансової звітності в комп'ютерному середовищі стане актуальним питанням для всіх діючих аудиторських фірм та аудиторів, які намагатимуться зайняти певне місце на ринку аудиторських послуг та отримати конкурентні переваги в наданні послуг у сфері інформаційного аудиту. Таким чином, нові комп'ютерні технології обробки інформації в аудиторському процесі сприятимуть удосконаленню інтелектуалізації аудиту та науковому обґрунтуванню його висновків [3, 375].

#### **Список використаних джерел:**

1. *Бондар М. І.* Аудит в АПК: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2003. 188 с.
2. *Пчелянська Г. Б., Маркова Т. Д., Дойчева К. С.* Особливості аудиту в комп'ютерному середовищі. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Т. 8. Вип. 3. С. 46–51.
3. *Русіна Н. В.* Використання програмного забезпечення в аудиті. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. Сер. Економічні науки. 2011. Вип. 20 (1). С. 372–376.

## **ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Шевченко Н. І., Ісаханян С. Р.

Розвиток територій в Україні суттєво залежить від успішного здійснення державної регіональної політики, основною метою якої, згідно зі ст. 2 Закону України “Про засади державної регіональної політики” є “створення умов для динамічного, збалансованого розвитку України та її регіонів, забезпечення їх соціальної та економічної єдності, підвищення рівня життя населення, додержання гарантованих державою соціальних стандартів для кожного громадянина незалежно від його місця проживання” [1].

Інституційне забезпечення – це, з одного боку, наявність відповідних державних органів та громадських організацій, а з іншого – закони, норми, правила, стандарти [2].

Питання державної регіональної політики регулюються Конституцією України, низкою законів України “Про засади внутрішньої і зовнішньої політики”, “Про стимулювання розвитку регіонів”, “Про місцеве самоврядування в Україні”, “Про місцеві державні адміністрації”, “Про транскордонне співробітництво”, “Про регулювання містобудівної діяльності”, “Про державні цільові програми”, “Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України”, “Про Генеральну схему планування території України”, “Про засади державної регіональної політики” та інших законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України, а також міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

У Законі України “Про засади державної регіональної політики” дається визначення, що інституційне забезпечення державної регіональної політики здійснюється через: спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань регіональної політики; Урядовий комітет з

питань державної регіональної політики; Ради регіонального розвитку; Міжвідомчу координаційна комісія з питань регіонального розвитку; агенції регіонального розвитку.

У вересні 2015 р Постановою Кабінету Міністрів України № 714 створено Міжвідомчу координаційну комісію з питань регіонального розвитку, яка покликана сприяти узгодженню довгострокових стратегій, планів і програм розвитку на державному, регіональному та місцевому рівнях, визначенню механізмів та інструментів вирішення питань розвитку регіонів.

Створення агенцій регіонального розвитку відбувається відповідно до постанови Кабінету Міністрів України № 258 від 11.02.2016 р. “Про затвердження Типового положення про агенцію регіонального розвитку”. Агенції регіонального розвитку мають забезпечити якісну координацію та об’єднання зусиль органів влади, бізнесу та громадськості, формування партнерства між ними для забезпечення сталого розвитку регіону, оптимальне поєднання державних, регіональних та місцевих ініціатив з інтересами приватного сектора в межах регіону.

Відповідно до завдань Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 р., в Україні має бути створено до кінця 2018 р. 18 агенцій регіонального розвитку, до 2019 р. – 20, до 2020 р. – 25 [3].

Разом з глобальними проблемами 2020 р, що спричинені поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19 в Україні (падіння ВВП – 4,8 %, інфляція – 11,6 %; рівень безробіття – 9,4 %; падіння середньої заробітної плати – 4,5 %; падіння експорту – 5,5 %, падіння імпорту – 10 %), необхідно враховувати і неефективності системи запобігання поширенню епідемії в регіонах та територіальних громадах, низький рівень матеріально-технічного забезпечення медичних закладів, необхідність адаптації сфер освіти до надзвичайних ситуацій, розроблення економічних заходів щодо підтримки розвитку малих та середніх підприємств тощо. Однією із загроз безпеці держави є слабкість органів виконавчої влади, насамперед на регіональному та місцевому рівні, та органів місцевого самоврядування, що часто проявляється у відсутності ініціативи, досвіду та компетенцій щодо розв’язання проблем регіонального та місцевого значення, оперативного реагування на виклики, що постають, розроблення заходів щодо прискорення економічного розвитку територій [4].

У Державній стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 рр. [4] для досягнення оперативних цілей в рамках регіональної політики серед іншого зазначено завдання за напрямом “Забезпечення професійного розвитку посадових осіб місцевих органів виконавчої влади, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад” та “Підвищення спроможності агенцій регіонального розвитку та інших інституцій місцевого розвитку”: 1. Удосконалення законодавства щодо створення та функціонування агенцій регіонального розвитку, розширення переліку співзасновників агенцій регіонального розвитку в частині залучення до їх складу представників органів місцевого самоврядування, великих підприємств, бізнес-асоціацій, фінансових та банківських установ регіону, наукових

установ та закладів вищої освіти, громадських організацій. 2. Сприяння формуванню системи гарантованого та збалансованого фінансування діяльності агенцій регіонального розвитку за рахунок співфінансування засновників, залучення агенцій до підготовки та виконання програм і проектів регіонального розвитку, добровільних внесків бізнесу та міжнародних організацій, надходжень від надання платних послуг, інших джерел, не заборонених законодавством. 3. Забезпечення методологічної та організаційної підтримки діяльності агенцій регіонального розвитку, що утворені відповідно до Закону України “Про засади державної регіональної політики”, а також інших інституцій місцевого розвитку в частині підвищення їх інституційної спроможності до ефективної реалізації державної регіональної політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 05.02.2015 р. № 156-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19>
2. Валентюк І. Інституційне забезпечення розвитку територій України. *Вісник Національної академії державного управління*. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2009-4-18.pdf>
3. Звіт за результатами реалізації державної регіональної політики в Україні у 2019 році. URL: <https://www.minregion.gov.ua>
4. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки. Постанова КМУ від 05.08.2020 р. № 695-2020-п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020>

## **ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Тополенко Н. М., Гетьман А. А.

На сучасному етапі ринкових відносин сталий розвиток вітчизняної економіки багато в чому визначається економічним зростанням її суб'єктів – промислових підприємств. Ефективність роботи підприємства залежить від управлінської діяльності, що забезпечує реальну економічну самостійність підприємства, його конкурентоспроможність і положення на ринку. Також значної уваги потребує процес управління собівартістю, так як собівартість є одним з визначальних показників господарської діяльності підприємства, оскільки охоплює всі сторони виробничих процесів.

Актуальність теми дослідження полягає в важливості постійного контролю витрат, що формують собівартість для ефективної діяльності підприємства і приймання виважених та своєчасних управлінських рішень з приводу свого подальшого розвитку.

Кожне підприємство, яке виготовляє та реалізовує продукцію, значну увагу приділяє витратам, які вже формують собівартість. Оскільки саме на основі цих даних буде формуватися ціна, за якою можна реалізувати кінцевий продукт покупцям та розраховувати на отримання прибутку.

Слід зазначити, що собівартість являє собою величину витрат підприємства на виробництво загального обсягу продукції або окремих її видів,

що складається з вартості спожитих ресурсів і інших витрат, зумовлених процесом виробництва, а також забезпечує їх відшкодування для продовження процесу відтворення [1, 18].

Своєю чергою, під управлінням собівартістю продукції підприємства слід розуміти безперервний процес її обліку, аналізу, планування і контролю, результатом якого є вироблення управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію витрат і їх зниження. Управління собівартістю за своєю сутністю означає управління всією діяльністю підприємства, оскільки охоплює всі сторони виробничих процесів, що відбуваються на підприємстві [2, 403].

Управління собівартістю продукції формується з 4 складових, а саме аналіз, організація, контроль, регулювання, які взаємодіють між собою, роблячи управління більш ефективним. Розглянемо кожну з функцій детальніше за допомогою табл. 1.

Таблиця 1

### Функції управління собівартістю продукції

Функція	Завдання
1. Аналіз	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналіз навколишнього середовища.</li> <li>2. Аналіз стану ринку.</li> <li>3. Аналіз конкурентів і продукції.</li> <li>4. Визначення виду, асортименту, структури продукції</li> </ol>
2. Планування	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення планових обсягів виробництва продукції, норми витрати матеріальних і трудових ресурсів, майбутніх постачальників та споживачів продукції.</li> <li>2. Впровадження та застосування технічного та технологічного рівня виробництва.</li> <li>3. Організація злагоджених надходжень сировини та матеріалів та ефективний збут</li> </ol>
3. Регулювання	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення технічного рівня виробництва.</li> <li>2. Удосконалення управління організації виробництва та праці.</li> <li>3. Зміна обсягу і структури продукції.</li> <li>4. Зміна умов господарювання</li> </ol>
4. Контроль	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контроль усіх можливих витрат і прийняття рішень щодо їх оптимізації</li> </ol>

Джерело: власна розробка автора на основі [2].

Сучасні системи управління собівартістю здебільшого зорієнтовані на формування тієї чи іншої системи обліку собівартості продукції, запровадження якої недостатньо для ефективного функціонування підприємств. Підвищення ефективності їх діяльності значною мірою залежить від управління рівнем собівартості продукції [1, 20].

Тому ми вважаємо, що ступінь керованості цим процесом можна значно підвищити, здійснюючи всі функції управління, які зазначено в таблиці, відносно цільового рівня собівартості продукції.

Ураховуючи ключове місце собівартості в діяльності підприємства, управління собівартістю має формуватися за допомогою найдосконаліших методів контролю і управління витратами. Для вдосконалення контролю потрібно автоматизувати систему формування собівартості. Таким чином, базові розрахунки зручно проводити в програмі “Microsoft Excel”, де є потужні функціональні можливості табличного формату. Проте в залежності від виду діяльності підприємства важливо розробити повністю автоматизовану систему управління собівартістю продукції, у якій внесення, зміна, перегляд та аналіз даних, роздруківка звітів буде виконуватися тільки за допомогою спеціальної програмної оболонки.

Таким чином, автоматизація системи управління виробничою діяльністю надасть можливість оптимізувати використання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів. Упровадження управлінської системи дозволить контролювати всі бізнес-процеси підприємства в режимі реального часу.

Отже, в сучасному світі досвід підприємств щодо організації управління витратами базується в більшості на перевірках виробничих показників, стану майна та фінансових результатів. Але для того, щоб економічне становище підприємства було стабільним, необхідне управління, функції якого опиратимуться на ефективне використання ресурсів.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Мордовцев О. С., Лінь В. Н.* Система управління собівартістю продукції промислового підприємства. *Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки): зб. наук. пр.* Харків: НТУ “ХПІ”, 2018. № 47 (1323). С. 18–22.

2. *Хринюк О., Вернигора Н.* Сучасні системи управління собівартістю продукції. *Економічний аналіз.* 2013. Вип. 10. Ч. 4. С. 402–406.

### **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЕТИЧНИХ СТАНДАРТІВ ПОВЕДІНКИ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ**

Антоненко А. М.

Етичні стандарти поведінки публічних службовців під час реалізації покладених на них повноважень є надзвичайно важливими, оскільки саме дотримання таких стандартів сприяє реалізації принципів доброчесності, професійності, партнерства між державою та громадянами в ході публічної адміністративної діяльності.

Окремі аспекти стандартизації етики публічних службовців досліджували такі вчені, як В. Б. Авер'янов, В. Д. Бакуменко, Б. А. Гаєвський, В. Д. Горбатенко, С. Д. Дубенко, В. Л. Коваленко, В. М. Князєв, В. І. Луговий, В. К. Майборода, В. А. Малахов, І. Ф. Надольний, Н. Р. Нижник, О. Ю. Оболенський, Є. В. Ромат, В. П. Тронь, В. В. Цветков та ін.

Мета дослідження – аналіз етичних стандартів публічних службовців.

Під стандартами поведінки публічних службовців зазвичай прийнято розуміти конкретні вказівки щодо того, як мають діяти публічні службовці,



щоб їх поведінка відповідала їх суспільно-правовому статусу. Очевидно, що етичні стандарти поведінки публічних службовців – це такі стандарти, які пов'язані безпосередньо з етичною стороною публічної служби, тобто з мораллю, специфічними етичними аспектами тощо.

Будівництво морального фундаменту цивільної служби в багатьох країнах починалося зі створення етичного кодексу як нормативного документа, що містить систему етичних принципів, норм і правил, якими повинні керуватися державні службовці у своїй професійній діяльності. Це був перший, але необхідний етап у тривалому процесі формування корпусу державної служби як інституту суспільного служіння [1].

Наказом Національного агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 р. № 158 “Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування”, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 31.08.2016 р. за № 1203/29333 [2], були визначені стандарти етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, якими вони зобов'язані керуватися під час виконання своїх посадових обов'язків.

Так, розвиток етичної системи державної служби США охоплює понад два сторіччя. Етичні принципи, норми, механізми функціонування державного управління США були запозичені з американської моделі управління бізнесом. Відмінною ознакою американської моделі розвитку теорії державного управління є увага до розвитку індивідуальних здібностей працівників та економічна мотивація. У 30-х рр. ХХ ст. на зміну поняттю “економічна людина” було запроваджено “школу людських відносин”, основними поняттями якої стали “задоволення працею” і “моральний вплив”, а провідну роль став відігравати індивід, а не організація. Основна ідея школи полягала в тому, що зміна системи управління неможлива без зміни поведінки індивідів. Сучасна етична система державної служби США є важливим елементом системи формування прозорого, етичного, відповідального уряду. Вона має цілісний характер, є децентралізованою, у ній логічно поєднано політико-правові й суто морально-етичні засоби, які сприяють створенню умов для функціонування етичної професійної державної служби та її вдосконалення [3].

Україна як демократична держава, що почала формуватись лише в 90-ті рр. минулого століття, безумовно, не має такої тривалої традиції етичних стандартів, що породжує ряд практичних проблем у впровадженні нормативних етичних стандартів поведінки у реальну діяльність посадових осіб публічної служби, як-то етичний нігілізм публічних службовців, перекручування етичних стандартів службовцями, адаптація таких стандартів службовцями під реалії їх публічної адміністративної діяльності тощо.

Для розв'язання окреслених вище проблем, на нашу думку, найдоцільніше здійснювати моніторинги дотримання етичних стандартів в окремих структурних підрозділах, окремих органах та комплексно, проводити опиту-

вання серед публічних службовців та громадян з питань дотримання етичних стандартів першими та на підставі таких досліджень розробляти відповідну концепцію змін і пропонувати відповідні зміни до нормативно-правових актів.

### **Список використаних джерел:**

1. Этика государственной и муниципальной службы: учебник и практикум. URL: [https://stud.com.ua/161286/menedzhment/etika\\_derzhavnoyi\\_i\\_munitsipalnoyi\\_sluzhbi](https://stud.com.ua/161286/menedzhment/etika_derzhavnoyi_i_munitsipalnoyi_sluzhbi)

2. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування: наказ Національного агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 р. № 158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text>

3. Сторінка антикорупціонера: погляд ізсередини на деякі актуальні питання. Правила етичної поведінки. URL: <https://buhgalter.com.ua/articles/derzhavna-sluzhba/storinka-ntikoruptsionera-poglyad-iz-seredini-na-deyaki-aktualni>

## **ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ**

Ковтун Н. С., Чернікова О. І.

Науково-технічний прогрес в організації веде до змін розвитку його персоналу. Застосування діджиталізації в цій сфері за останні роки стрімко пішло вгору. З'явилися багато сайтів для перевірки знань та навичок робітників, заповнення профілів співробітників через професійні мережі, проведення опитувань та оцінок на онлайн платформах, а також багато конференцій з аудиторією нині переходять в онлайн режим.

Цифровий розвиток персоналу передусім означає впровадження передових технологій. Ними можуть бути цифрові платформи, спеціальні сервери та окремі додатки, що ведуть до зміцнення багатofункціональності фахівця та росту його компетентності.

Проникнення та прискорення розвитку цифрових технологій в управлінні організацією неабияк сприяє змінам мислення працівників та появі нових способів здійснення управлінської діяльності. Використання нових технологій вказують на рівень конкурентоспроможності, допомагають збільшити продуктивність праці, дають змогу впровадити інноваційність на підприємстві, а також забезпечують підвищення таких властивостей як адаптивність і гнучкість для робітників та для компанії в цілому.

Останнім часом дедалі частіше можна зустріти організації, в яких діють автоматизовані процеси навчання та оцінювання кадрів, через що зменшується кількість обробки інформації вручну. Насамперед це дає можливість значного заощадження часу для спеціаліста та зменшення матеріальних ресурсів організації. Для спрощення праці фахівця з персонального розвитку застосовується діджиталізація навчання кадрів, яка якісно та швидко може збирати та аналізувати великі обсяги інформації про робітників за допомогою спеціальних програм.

Будь-які зміни у трудовій сфері можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки. До позитивних можна віднести: поява цифрових робочих місць і нових професій, використання різних програм для оцінювання та навчання персоналу, розширення можливостей навчання персоналу, зростання мобільності робочої сили, зменшення навантаження з робітників, підвищення продуктивності праці, гідна оплата висококваліфікованим фахівцям та виявлення прихованих професійних здатностей.

Але використання нових технологій в організації тягне за собою низку проблем: конфлікти та різне бачення щодо змін серед керівної ланки, з яких випливає значна необхідність аналізу інновацій, порівняння ефективності існуючого досвіду з новими ідеями щодо розвитку і визначення правильного напрямку у здійсненні змін, складнощі в праці та опір робітників, соціальна ізоляція та низька мотивація персоналу до розвитку цифрових вмінь.

На жаль, одними з основних недоліків цифровізації є відсутність згуртованості групи, зменшення неформальних зв'язків та відсутність взаємодії. При цьому треба розуміти, що в організації командна робота відіграє одну із ключових ролей. Саме задля цього необхідно проводити групові тренінги, майстер-класи, ділові та інтерактивні ігри, програми гейміфікації та вирішення кейсів і ситуацій, що допоможуть робітникам діяти разом і спільними зусиллями виконувати завдання.

Діджиталізація професійного розвитку робітників не повинна стояти на місці, її треба завжди удосконалювати. Прикладом цього може бути оновлення та розробка новітніх освітніх матеріалів в електронній формі, створення спеціальних електронних бібліотек, вільний доступ до даної інформації, навчання викладачів тонкощам цифрових програм та отриманню зворотнього зв'язку від аудиторії, розвиток цифрового мислення та передача досвіду для майбутнього використання, застосування електронних посібників, оновлення програми навчання з урахуванням діджиталізації, таке як створення корпоративних мереж для внутрішнього розвитку формування навичок і мотивацій до цифрової діяльності працівників.

Отже, для перспективи розвитку діджиталізації треба діяти відповідно до потреб сучасного ринку. Цього можна досягти у випадку, коли навчання персоналу буде базуватися на актуальних цифрових технологіях.

## **ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ СУБ'ЄКТА СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ ТА МЕТОДИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ**

Горелов Є. В.

Потреба у вивченні теоретичних засад щодо формування та управління капіталом страхових компаній зумовлена стрімким зростанням страхового ринку України та підвищеною увагою державних органів до діяльності цих фінансових установ. Для забезпечення надійності виконання своїх зобов'язань страхова компанія повинна ефективно формувати та використовувати фінансові ресурси [1].

Прикінцеві положення чинного Закону України “Про страхування” передбачають мінімальний статутний капітал страховиків, які займаються видами страхування іншими, ніж страхування життя, в 1 млн євро; а страховики, що займаються страхуванням життя, – 1,5 млн євро [2]. Національний банк України планує змінити вимоги до мінімального розміру капіталу страхових компаній, а саме 32 млн грн – для non-life компаній, та 48 млн грн – для life-компаній [3].

Процес формування капіталу страхової компанії здійснюється за певних дій із залучення фінансових ресурсів та організації управління їх розміщенням. Залучені фінансові ресурси трансформуються у різні форми капіталу з метою отримання прибутку та забезпечення надійного рівня фінансової стійкості страхової компанії. Цей процес є надзвичайно важливим, отже, потребує розробки теоретико-методичного забезпечення, врахування стратегічного і тактичного аспектів формування якісної фінансової основи діяльності страховиків. У цьому аспекті перед фінансовим менеджментом страхових компаній постають завдання щодо визначення оптимального складу, структури та методів формування капіталу [4].

Узагальнюючи підходи до визначення дефініції “капітал страхової компанії”, можна зробити висновок, що це сукупність економічних благ у майновій і фінансовій формі, які потребують постійного управлінського впливу з урахуванням факторів часу, ризику, ліквідності, фінансової стійкості та фінансового потенціалу для забезпечення економічної ефективності діяльності страховика у сучасному бізнес-середовищі. Існує певна специфіка формування складу і структури капіталу страхової компанії [5].

Значну частку у структурі капіталу страхової компанії становить власний капітал, тобто фінансові ресурси, що належать страховикові на правах власності. Власний капітал – це частина в активах страхової компанії, що залишається після вирахування її зобов’язань. Він відіграє важливу роль як на стадії створення страхової компанії, так і в процесі її функціонування. Основними джерелами формування власного капіталу є внески засновників та прибуток, отриманий в результаті діяльності страховика. Власний капітал страхової компанії має наступні складові: зареєстрований (пайовий) капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал, резервний капітал, вилучений капітал та нерозподілений прибуток (минулих років та поточного року) [1; 5].

Залучений капітал страхової компанії за обсягами значно перевищує власний, що зумовлено специфікою страхової діяльності. До складу залученого капіталу страхової компанії відносять: страхові резерви компанії, довгострокові та поточні забезпечення, цільове фінансування, доходи майбутніх періодів, обсяги заключених інвестиційних контрактів, відстрочені комісійні доходи (від перестраховиків). Найвагомішою часткою у структурі залученого капіталу страхової компанії зазвичай виступають страхові резерви. По суті, ці кошти не належать страховій компанії, а лише на період дії договорів страхування (тобто певний період часу), перебувають в розпорядженні страхової компанії й можуть викорис-

товуватися на страхові виплати або беруть участь в утворенні додаткового прибутку (внаслідок заключення інвестиційних договорів, або за умови безбиткового проходження договорів. Позиковий капітал складають довгострокові та короткострокові кредити банків, кредиторська заборгованість, зобов'язання.

Оптимізація структури капіталу особливо важлива для страхової компанії, оскільки вона повинна відповідати, з одного боку, вимогам нормативних актів, а з іншого – критеріям фінансової стійкості та платоспроможності, сприяючи збільшенню ринкової вартості організації [1].

Оптимальна структура капіталу характеризується таким співвідношенням позикового капіталу до власного, при якому досягається умова щодо мінімізації сукупних витрат на капітал, які страхова компанія фінансує свої довгострокові стратегічні цілі. У страхових організаціях висока залежність структури фінансових ресурсів від фінансово-інвестиційних факторів, системи державного регулювання. Адже окремі фінансові рішення можуть спричинити відтік капіталу із страхової галузі. Так, у разі надмірного вилучення фінансових ресурсів можуть ймовірно стануть нестійкими не тільки окремі страхові компанії, але й страховий ринок у цілому. Тому кожній страховій компанії необхідно систематично вивчати показники, пов'язані з внутрішніми ризиками, а також оцінювати вплив зовнішніх ризиків для забезпечення фінансової стабільності.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Алексєрова Ю. В.* Управління капіталом страхових компаній. *Гроші, фінанси й кредит*. 2018. Вип. 18. С. 300–308.
2. Про страхування: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>
3. НБУ змінить вимоги до мінімального капіталу страховиків. URL: <https://finclub.net/ua/news/nbu-zaprovadyt-vymohy-do-minimalnoho-kapitalu-strakhovykiv.html>
4. *Добош Н. М.* Основні принципи формування та управління капіталу страхових організацій. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2013. № 767. С. 132–140.
5. *Пристапа Л. А.* Особливості формування капіталу страхових компаній у сучасному бізнес-середовищі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 4. Т. 2. С. 225–228.

## **УПРАВЛІНСЬКА ЕЛІТА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ**

Данієлян Д. Т.

Вивчення перспектив розвитку українського суспільства неможливо без дослідження процесів, які відбуваються всередині суспільства через формування та прояви особистостей на різних рівнях суспільних відносин. Поняття управлінської еліти істотно змінюється в останні десятиліття, а

разом з ним змінюється і соціальний склад еліт, їх ціннісні орієнтири та уявлення про перспективи розвитку. Соціальні процеси вимагають теоретичного осмислення змін, які відбуваються в правлячих елітах в умовах трансформації суспільства.

Поняття “еліта” не має єдиного чіткого визначення як у нормативно-правовій, так і у науковій площині. Критеріїв відбору в групу, яку можна назвати “елітою”, дуже багато, вони суперечливі, і це призводить до того, що суть поняття постійно змінюється.

В Україні, швидкими темпами формується нова еліта, яку політологи характеризують як еліту політико-фінансової олігархії. Процес становлення і первинного формування еліти пов’язаний з об’єднанням у владних структурах представників різних політизованих прошарків суспільства. Відбувся своєрідний симбіоз вихідців з колишніх владних структур, кланів фінансово-промислових груп і колишніх опозиціонерів.

Існує думка, що сучасна політична еліта складається з таких елементів: правляча, бюрократична еліта і ідеологічна еліти.

Для того щоб еліта була здатна формувати базові цінності і транслювати їх суспільству, вона повинна відповідати наступним вимогам: бути здатною адекватно оцінювати поточну ситуацію в країні в цілому з точки зору історичної перспективи; бути пов’язаною з долею держави.

У становленні управлінської еліти в Україні можна позначити головну проблему. Вона полягає в можливості її самореалізації для максимального служіння своєму народові. На жаль, такого прагнення нова українська еліта не демонструє: корпоративні, власницькі, приватні інтереси в діяльності еліт переважають.

Принципово важливим є те, що українська правляча еліта – це не стільки політична еліта, скільки економічна, еліта ділових кіл. Вона, перебуваючи при владі, панує в фінансово-економічній сфері та засобах масової інформації, допущена до державних секретів, має власні структури.

Всій правлячій еліті перш за все не вистачає політичної культури. Політична культура – це глибоке розуміння елітою свого не просто класового, а й підтримка національних інтересів, активна діяльність в їх реалізації в процесі служіння своїй державі.

Досліджуючи питання управлінської еліти, доцільним також є застосування терміна “антиеліти”, під яким розуміють представників правлячої еліти, що фактично узурпували панівне становище в суспільстві. Існування антиеліти є небезпечним для громадян, оскільки вона аморальна, здатна заради власного збагачення пожертвувати стабільністю суспільства [1].

Сучасна еліта не має авторитету у громадянського населення України, тому не може впливати на його свідомість; відтворювати і генерувати прогресивні ідеї, цінності, традиції нації; відповідати за стратегію розвитку нашої держави і суспільства.

За всіма ознаками, в сучасній Україні домінуючою за ціннісними орієнтаціями є тоталітарно-ліберальна еліта. До першої належать колишні функ-

ціонери, до другої – еліта, безпосередньо пов'язана з соціально-ринковою, підприємницькою діяльністю, бізнесом.

Одним із стратегічних завдань розвитку організаційної культури публічного управління є впровадження відповідної часу публічної політики, що сприятиме формуванню української еліти як авангарду публічного управління і духовного провідника нації, генератора творчих ідей, великих національних проектів, надійного захисника від впливу глобалізаційного негативу [2].

Існуючий стан національної управлінської еліти породжує проблеми і протиріччя: низький рівень довіри до абсолютної більшості українських політиків; невисокий рівень підготовленості значної частини управлінської еліти; низька ефективність управлінської діяльності; відчуження управлінської еліти від суспільства.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що управлінська еліта є важливим елементом функціонування держави, яка має бути вираженням інтересів усього суспільства. Проте на даний час в Україні швидкими темпами формується нова еліта, яку політологи характеризують як еліту політико-фінансової олігархії. Процес становлення і первинного формування еліти пов'язаний з об'єднанням у владних структурах представників різних політизованих прошарків суспільства, цінності яких не відповідають цінностям суспільства.

Наголошується на пріоритеті для еліти знань і духовної роботи над собою для того, щоб відповідати своєму високому соціальному стану, важливості для неї пам'ятати про головне – обов'язок, щоб не втратити, а розвивати елітарне становище.

За актуальними науковими дослідженнями пропонувані напрями розвитку еліти нового типу, серед яких: повна гласність, відсутність монополій у засобах масової інформації; наявність сильної опозиції; формування інститутів громадянського суспільства; дотримання законності.

#### **Список використаних джерел:**

1. <http://visnyk.academy.gov.ua/pages/dop/62/files/b1a6c75b-15b5-470b-a22f-0d3533a0fce4.pdf>
2. <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2016-1/doc/1/02.pdf>

## **ЗМІНА РОЛІ ТА ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖЕРА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Єдинак В. Ю.

Динамічна зміна економічних процесів з використанням новітніх цифрових технологій та комунікаційних засобів зумовлює необхідність перегляду підходів до ролі та функцій менеджера в управлінні такими економічними процесами.

За традиційними підходами до управління менеджер відігравав ключову роль в організації як посередницька ланка між вищим керівництвом та підлеглими з визначенням певного кола завдань та сфери відповідальності. В сучасних умовах переходу до цифрового управління акценти щодо ролі та функцій менеджера в організації дещо зміщуються. Окрім наявності управлінських якостей та навичок, менеджер повинен бути активним користувачем цифрових продуктів.

Використання в управлінні організаціями інформаційних продуктів та різного програмного забезпечення дає змогу автоматизувати цілий комплекс управлінської діяльності. Так, для розробки організаційних регламентів та автоматизації роботи організації в цілому активно використовуються програмні продукти щодо бізнес моделювання. Використання таких продуктів (ARIS Toolset, BonitaSoft, BPCord (Business Process Coordinator, Business Architect for ER/Studio, Business Studio, Camunda Modeler, Casewise Corporate Modeler Suite, Fox Manager, IBM Rational System Architect) значно спростить побудову в організації процесної системи управління.

Використання збалансованої системи показників (Balanced Score Card) дає змогу трансформувати місію та стратегію організації в єдину систему цілей та задач в поєднанні з показниками ефективності діяльності (фінанси, маркетинг, внутрішні бізнес-процеси, персонал). Таким чином, відбувається фіксація цілей організації, показників досягнення цих цілей, оперативно збирати дані про діяльність організації. Для таких цілей використовуються такі програмні продукти, як: ARIS BSC, Business Scorecard Manager, Business Studio, Business Objects Performance Management, Casewise Corporate Modeler Suite, Cognos Metrics Manager, IBM Rational System Architect, Livelink ECM – eDOCS, Oracle Balanced Scorecard, QPR ScoreCard, QPR Suite та ін.

Для роботи з клієнтами та виявлення їх бажань та потреб активно використовуються програми класу CRM (1С:CRM ПРОФ, CLIENTmanager, CORPORATE BUSINESS, Galloper CRM, Marketing Analytic, PDS CRM тощо). Такі програми спрощують процес формування цільових груп клієнтів та дають змогу оперативно здійснювати аналіз збутової діяльності організації.

Найбільш широко на ринку управлінських інформаційних продуктів представлені програми щодо комплексного управління організаціями (ERP системи): System21 Aurora, 1С:Предприятие 8.0, AVASystems, PDS Менеджер, IT-Предприятие, BPCord (Business Process Coordinator), Business Control, Oracle Applications та ін. Такі програми розраховані на менеджерів вищої ланки управління та дають змогу в режимі реального часу здійснювати моніторинг та контроль за діяльністю усіх структурних підрозділів та організації в цілому. Ці програми збирають необхідну інформацію, обробляють її, аналізують та формують різноманітні звіти та прогнози. Програми складаються з різноманітних модулів та можуть налаштовуватися під особливості діяльності конкретної організації.



Програми з управління документообігом в організації дають змогу підвищити рівень контролю за виконанням документів (фіксують дату та час створення документу, адресата та адресанта, стадії проходження, тривалість роботи з документом кожного працівника, місцезнаходження документа на поточний момент тощо).

Ефективним управлінським рішенням є створення корпоративних інформаційних порталів. Такі портали мають вигляд сайту, однак є доступними тільки для співробітників організації. На таких порталах розміщується інформація про структуру організації, її співробітників разом із контактними даними, різні регламентні та довідкові матеріали, чати для спілкування працівників, новини компанії та ін. Використання таких платформ значно підвищує якість управління, оскільки містять в собі концентрацію усієї необхідної для роботи інформації.

Активно сучасними організаціями використовуються інформаційні продукти щодо управління проектами, бюджетування, здійснення кадрової роботи, бухгалтерського обліку, створення бізнес-планів тощо.

Таким чином, сучасні менеджери можуть мати в своєму розпорядженні цілий комплекс різноманітних програмних продуктів, які будуть допомагати їм у виконанні управлінських задач та функцій. Тому й відбувається зміщення акцентів у ролі менеджера в організації. Якщо раніше менеджер був основним комунікатором та безпосереднім учасником в бізнес-процесах, то сьогодні менеджер – це модератор, який запускає управлінські процеси та здійснює контроль їх виконання. За таких умов наявності у менеджера тільки управлінських навичок уже є недостатнім. Менеджер повинен бути активним користувачем сучасної комп'ютерної техніки та управлінських програмних продуктів. Як правило, вартість управлінських програм є досить високою, тому їх запровадження повинно бути економічно обґрунтованим. Разом з тим менеджер повинен мати глибокі знання в різних бізнес-процесах організації для того, щоб мати змогу налаштувати програмний продукт саме під потреби своєї організації, враховуючи специфіку її діяльності та інші фактори. Динамічна зміна інформаційного простору та поява нових програмних продуктів вимагатиме від менеджера постійного підвищення кваліфікації як в здійсненні управлінських операцій, так і користуванні інформаційними продуктами.

## **ОБЛІКОВО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ПЕРІОД ВСЕСВІТНЬОЇ ПАНДЕМІЇ**

Зіх Вітольд, Крупка Я. Д.

Пандемія Covid 19 суттєвим чином вплинула на економіку більшості країн, у тому числі Польщі й України. Враховуючи те, що за рівнем зараження вірусом обидві країни посідають досить високі місця в Європі і світі, урядами запроваджено ряд кардинальних заходів, спрямованих на обмеження прямих контактів між громадянами. А це негативно відбивається на комуні-

каційних стосунках між працівниками всередині підприємств та спричиняє обмеження взаємовідносин суб'єктів господарювання з контрагентами.

Загалом такі обмеження, як заявляє більшість вчених, політиків, економістів-міжнародників, призводять до суттєвих змін, зокрема:

- світ стає менш відкритим, вільним та процвітаючим;
- закриваються кордони між країнами, спостерігається бажання до укріплення державності і посилення національної самодостатності у деяких з них;
- очікується порушення вироблених останнім часом основ глобалізації та посилення впливу національних економік;
- у бізнесі відбувається скороченням ланцюга поставок, перенесення виробництва ближче до ринків збуту, збільшення розмірів страхових запасів, що призводить до зниження прибутковості компаній.

Обмеження комунікацій викликає певні зміни й у інформаційному забезпеченні бізнесу, зокрема у веденні бухгалтерського обліку, формуванні та подачі користувачам звітної інформації. Фахівці аудиторської мережі “Deloitte”, що входить до “Великої четвірки”, поряд з узагальненням глобальних наслідків коронавірусної пандемії через зниження рівня продаж, виручки, продуктивності, оплати праці персоналу, закриття торгових мереж, згорання туристичної, спортивної та культурної діяльності, роблять певні прогнози й стосовно сфери облікового-інформаційного забезпечення бізнесу. Зокрема, виникає потреба в уточненні оцінки активів і зобов'язань, резервуванні коштів на покриття понесених під час пандемії додаткових витрат і втрат, необхідність перегляду багатьох довгострокових контрактів тощо [1].

Через велику тривалість пандемії, її перехід на наступні роки багато підприємств, особливо у малому бізнесі, вимушені призупиняти діяльність. У зв'язку із цим може бути порушений основоположний для бухгалтерського обліку принцип безперервності. Тривала перерва у здійсненні діяльності може призвести до самоліквідації багатьох суб'єктів, через що добавиться роботи щодо відображення в обліку ліквідаційних процедур. Через тривалу бездіяльність очікується знецінення нематеріальних активів і гудвілу, виникне потреба в уточненні оцінки запасів та інших активів з орієнтацією на їхню справедливу вартість. Потрібно буде перекваліфікувати короткострокові і довгострокові кредити та інші зобов'язання. Виникне потреба у створенні страхових резервів під збиткові договори і перебої в роботі тощо.

Відповідно до українського і польського законодавства підприємства самостійно обирають форму організації бухгалтерського обліку, встановлюють договірні відносини з обліковими працівниками. Серед них:

- ведення бухгалтерського обліку та складання звітності безпосередньо власниками чи керівниками підприємств;
- залучення у штат підприємства бухгалтера чи формування бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;
- організація обліку на підприємстві сторонньою юридичною особою на договірних умовах;

– ведення обліку самозайнятою особою, що здійснює свою діяльність у сфері бухгалтерського обліку.

Дві останні форми передбачають ведення обліку і складання звітності сторонніми юридичними чи фізичними особами. У світовій практиці такий облік ще називають аутсорсингом (англ. outsourcing), що полягає у дорученні одного суб'єкта, який виступає в ролі замовника, іншій особі виконувати певний обсяг роботи. Слід зазначити, що аутсорсинговим обслуговуванням у сфері обліку і звітності охоплено в Європі 86 % підприємств малого і середнього бізнесу, у США їх кількість становить 92 %, в Ізраїлі – 96 % [2, 96].

Крім традиційних переваг аутсорсингу (висока професійність та компетентність облікових кадрів, їх незалежність від керівних структур суб'єкта щодо об'єктивності інформації, відповідальність за умовами договору), під час пандемії важливим позитивним моментом є значне обмеження особистих контактів. Робота облікових працівників дистанційно, в домашніх умовах зменшує ризики зараження вірусом на роботі, у транспорті, при контактуванні з іншими працівниками, контрагентами.

Проте така форма організації обліково-звітних процесів вимагає відповідного програмно-комп'ютерного забезпечення, добре налагоджених комунікацій для безконтактної передачі інформації. Як зазначають Анна Брайтон і Кріс Вотерстон, переваги електронної аутсорсингової обробки інформації ще й у використанні усієї доступної бази даних, з якою обліковий персонал має можливість працювати дистанційно [3, 324]. Це свідчить про очевидні переваги аутсорсингового обліку, особливо в умовах пандемії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційний лист експертів аудиторської мережі Deloitte. URL: <https://gaap.ru/news/159576/?fbclid=IwAR3IVJNxy-3jdofO7wQnNIvWeX7R8quW6cDvHdmW2Gh41d0btereHda2s>

2. *Krupka Yaroslav D., Muravskiy Volodymyr V.* Outsourcing and communication technologies in the sphere of enterprises accounting-information support. *Zeszyty Naukowe Malopolskiey Wyszzyey Szkoły Ekonomiczney w Tarnowie*. Tarnow, Polska, 2019. Vol. 4. T. 44. S. 95–103.

3. *Britton A., Waterston C.* Financial accounting. [Fifth edition]. Harlow, England: Prentice Hall, Pearson Education, 2010. 427 p.

## **МОШЕННИЧЕСТВО В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ**

Романченко Ю. А., Самедова М. Т.

Пути для мошенничества разнообразны, как и способы незаконного завладения средствами доверчивых покупателей. Среди самых распространенных, скажем, использование доменных имен (веб-адрес) или коммерческих наименований сайтов, которые похожи (часто различаются одной буквой в названии или доменом) на популярные интернет-магазины. Мошенникам

удается даже выкупить доменное имя, которое когда-то принадлежало настоящему интернет-магазину, и использовать его в своих интересах.

Мошенники интернет-торговли предлагают разнообразные товары, которых у них на самом деле нет, по привлекательной цене (цифровую технику, электрооборудование, строительные материалы). Также возможно замена товара на подделки (особенно это касается одежды, обуви, косметики) или испорченный товар. Иногда предлагают предоставление услуг в сети Интернет: написание курсовых или дипломных работ, психологические тренинги как статья успешным или методики похудения и тому подобное.

В торговые деятельности ответственность за мошенничество, включая совершенное с помощью интернет-инструментов, предусмотрена нормой ст. 190 Криминального кодекса Украины [1].

Косвенными признаками того, что перед вами мошеннический сайт, послужат значительное количество нерабочих ссылок на нем, ошибки и неряшливость в оформлении, большое количество сторонних рекламных баннеров. Подозрительно выглядеть и наличие на самом сайте исключительно положительных отзывов при минимуме упоминаний в Интернете в целом.

Торговые предприятия и физические лица – предприниматели обычно не просят предоплаты за интернет продажи, ожидая оплату по факту поставки товара или оказания услуг (однако возможны и исключения). Покупатель (заказчик) здесь уже должен ориентироваться на косвенные признаки легальности бизнеса и собственную интуицию.

Отметим, что продавец (юридическое и физическое лицо) должен продемонстрировать на своем сайте все реквизиты, предусмотренные в ч. 1 ст. 7 Закона об электронной коммерции [3]:

- полное наименование предприятия (интернет-магазина) или фамилия и инициалы физического лица-предпринимателя;
- местонахождение предприятия или место регистрации и место фактического проживания физического лица-предпринимателя;
- адрес электронной почты и/или адрес интернет-магазина;
- идентификационный код для юридического лица или регистрационный номер учетной карточки налогоплательщика для физического лица – предпринимателя;
- сведения о лицензии (серия, номер, срок действия и дата выдачи), если хозяйственная деятельность подлежит лицензированию;
- сведения о включении налогов в расчет стоимости товара, работы, услуги и, в случае доставки товара;
- информацию о стоимости доставки;
- другие сведения, в соответствии с законодательством подлежат обнародованию.

Отметим, что потребитель, приобретая некачественный товар через интернет-магазин, не может реализовать свои права, предусмотренные Законом о защите прав потребителей [2], прежде всего из-за невозможности установить наименование продавца и его местонахождения.

Если вам предлагают связываться с продавцом исключительно через сайт, по электронной почте или через мессенджер, то стоит задуматься, почему это с вами не хотят пообщаться по телефону и не предоставляют контакты для непосредственного визита (для самовывоза, возврат некачественного товара, направленные претензий). Кроме поиска отзывов о продавце, можно воспользоваться онлайн-инструментами для выяснения дополнительных подробностей относительно него.

Другим полезным ресурсом является поиск по данным продавца (адрес интернет-ресурса, номер телефона и/или банковской карты) на сайте Департамента киберполиции. В соответствующие перечни заносят тех злоумышленников, которые уже попали в поле зрения правоохранителей.

Если вы заказали онлайн телефон или другой радиоэлектронное средство, то при получении попросите курьера подождать, пока вы проверите уникальный ИМЕИ-код товара. Его можно определить, набрав комбинацию “\*#06#” или подсмотрев на упаковке. Полученное проверьте на сайте Украинского центра радиочастот. Благодаря этому можно убедиться, что вам привезли именно сертифицированный товар, а не подделку.

Важно помнить, что работники банка никогда не звонят и не запрашивают информацию о пин-код, срок действия платежной карты, ее коды безопасности или одноразовые пароли.

#### **Список использованных источников:**

1. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII / Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VII / Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>

## **THE PLACE AND ROLE OF CUSTOMS RISK IN THE NATIONAL SECURITY SYSTEM**

Kritenko O., Szabó A., Baranets O.

The defining element of any system is its purpose. Thus, it is obvious to consider this component when creating a system of national security of Ukraine. From this point of view, it can be argued that the purpose of the national security system is to organize the management of the national security system through the effective functioning of the security system itself. In this context, the purpose of the customs security system is to achieve a stable and predictable work of the customs service, a sufficient level of foreign economic activity in unstable external and internal conditions, reducing risks, and identifying and neutralizing risk factors that directly affect the implementation of customs cases and indirectly – on foreign economic activity and its efficiency. Customs security can be defined as a state of protection of customs interests of the state.

The Customs Code of Ukraine defines customs security as “... state of protection of customs interests of Ukraine”, which are the national interests of

Ukraine, "... provision and implementation of which is achieved through the implementation of state customs" [2].

The interests of the state in the customs sphere should be determined by the current state of foreign economic relations, the degree of implementation of strategic guidelines for socio-economic development, meeting the material needs of citizens and the degree of protection of the cultural environment of the state [3].

The interests of subjects in the customs sphere are determined by the degree of realization of the rights and freedoms of such subjects in carrying out foreign economic activity, movement of goods across the customs border, ensuring optimal interaction with subjects of the customs sphere.

Under the customs interests of the business entity should be understood the specific interests of the subject of foreign economic activity, the provision and implementation of which are achieved through the functioning of an effective mechanism for the implementation of customs. Due to the tendency to expand the service function of customs, effective interaction with the subjects of foreign economic activity is one of the priority areas of its operation.

The purpose of the customs interests should be to maintain a state of the economic sphere of the state, which is characterized by resistance to negative external threats, the ability of this area to ensure the effective functioning of the state economy and economic growth.

The risks arising from the interaction between the customs authorities and the enterprise can be divided according to the level of confidence in the submitted documents by the subject of control into: the risk of excessive trust and the risk of insufficient trust. The risk of overconfidence in the customs enterprise arises when one of the entities, usually using one source of information, trusts the other entity. In turn, the risk of lack of trust is a deviation in the usual activities of the subjects of interaction "customs-enterprise", due to the fact that there are doubts about the veracity of the information provided and confirmed.

The risk management process requires additional resources and, sometimes, the costs of identifying and managing risks [4] far exceed the socio-economic impact of identifying, managing and reducing them. Therefore, in the system of interaction, both the company and the customs authorities are forced to take risks. Accordingly, risks can be divided by acceptability into: risk acceptable and risk unacceptable. Risk is acceptable when the losses and negative consequences resulting from the interaction in the system of "enterprise-customs" do not pose a significant threat to the activities of each of the subjects of such interaction.

Regarding the definition of components and the relationship between the concepts of customs security, customs interests and customs risks in our study, we agree with the position of Dzhumurat O.V., who systematized the list of concepts in the scheme shown in Fig. 1 [1].

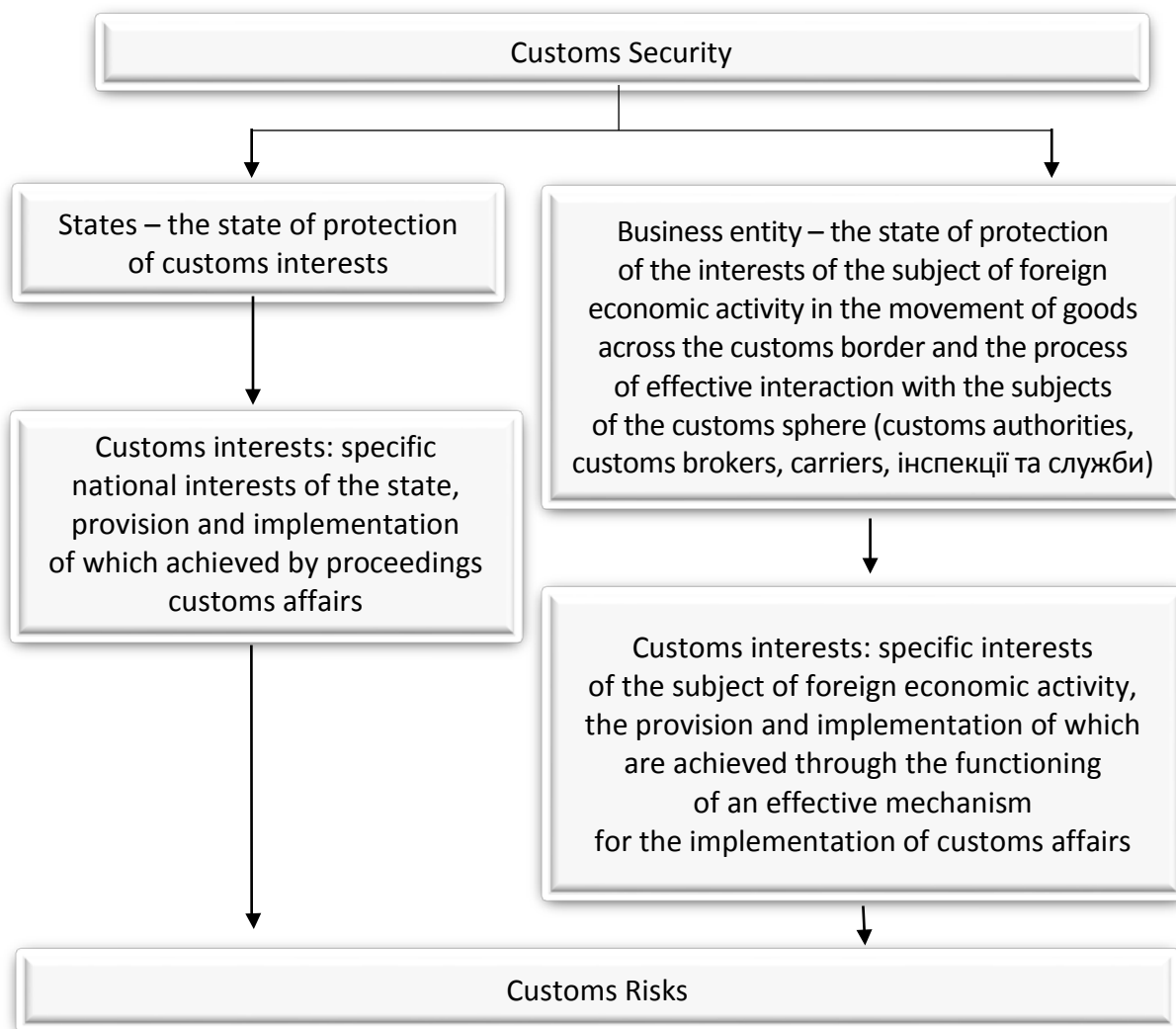


Fig. 1. Components and relationship of customs security, customs interests and customs risks

Gradual integration and transformation of the customs business of Ukraine in accordance with international practice, puts forward new requirements for the customs security system. Its effectiveness largely depends on the effectiveness of customs risk management. Therefore, further research in this area will soon require effective methods and tools, which determines the prospects of scientific achievements in this area.

#### References:

1. *Dzhumurat O. V* The place and role of risks in the customs security system of the state. *Bulletin of Khmelnytsky National University*. 2013. Issue 3. Vol. 2. P. 307–311.
2. Customs Code of Ukraine of March 13, 2019, № 4495-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>
3. On the national security of Ukraine: Law of Ukraine of June 21, 2018, № 2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>

4. Csaba, Zágon: Experiences and spread of risk analysis in the law enforcement. In: Czene-Polgár, Viktória; Zsámbokiné Ficskovszky, Ágnes (eds.) Innováció, elektronizáció, tudásmenedzsment. Magyar Rendészettudományi Társaság Vám-és Pénzügyőri Tagozat, Budapest, 2018. P. 47–57. URL: <http://real.mtak.hu/93368>

## ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ С ТРЕТЬИМИ СТРАНАМИ

Ганчева З.

Существующая тенденция к диджитализации общества существенно влияет на деятельность лиц, занимающихся международной торговлей, что, в свою очередь сказывается на организации процессов как в деловых, так и в таможенных администрациях государств – членов Европейского Союза.

Современные итерации способствуют автоматизации значительной части таможенных процедур. Это также изменило способ общения таможенных органов с экономическими операторами. Связь между ними осуществляется в основном в электронной среде, поскольку экономические операторы обрабатывают и предоставляют в электронном виде большую часть документов, используемых в международной торговле.

В целях соблюдения требований к оформлению и осуществлению импортных, экспортных и транзитных товаров, компании, занимающиеся международной торговлей, должны подготовить и представить различным контрольным учреждениям значительный объем информации и документов, зачастую идентичного характера. На практике это затрудняет работу контролирующих органов и бизнеса и замедляет обработку грузов в импорте и экспорте.

В ответ на новые реалии Европейская комиссия в 2008 г. приступила к глобальной реформе по созданию **Электронной таможенной системы** (Information Customs System – ICS) на территории ЕС, обеспечивающей **безбумажную среду** в таможенной и торговой сфере. Эта система должна создать возможности для электронной связи между таможенными органами в ЕС, между таможенной и бизнесом, а также между таможенными и другими контрольными органами, расположенными на пограничных пунктах пропуска [1]. В связи с этим возникает необходимость разработки и внедрения новых информационных систем в европейских таможнях, которые являются функционально совместимыми, безопасными и доступными для обмена данными, содержащимися в таможенных декларациях и других документах, сопровождающих товары.

Диджитализация европейской таможни должна способствовать: снижению административных затрат, связанных с соблюдением правовых требований, сокращению времени на выпуск товаров; повышению конкурентоспособности экономических операторов ЕС и повышению безопасности границ.

Принимая во внимание обязательства Таможенного агентства, вытекающие из инициативы ЕС по программе “Электронная таможня”, агентство разработало свою собственную Отраслевую стратегию “Электронная таможня” (2016–2025) [2], которая является составной частью



Стратегии развития электронного правительства в Республике Болгария 2014–2020 г. Одним из основных операционных факторов, принимаемых во внимание при его разработке, является улучшение обмена информацией и возможность интеграции процессов между Таможенным агентством и другими департаментами государственной администрации. В связи с этим в целях оптимизации контроля за внешними границами Союза в последние годы все больше и больше проводится работа по реализации концепции “единого окна” (single window) [3].

Суть концепции заключается в возможности для стран, участвующих в международной торговле, представлять стандартизированную информацию и документы, касающиеся импорта, экспорта и транзита товаров только одному органу. Таким образом, информация о конкретной внешнеторговой сделке будет подаваться на электронный «вход» один раз. Это требует установления связи между информационными системами отдельных государственных учреждений для использования единой базы данных.

В соответствии с европейской политикой на протяжении последних нескольких лет Республика Болгария работает над внедрением системы “единого окна”. В настоящее время Национальная система электронного обмена информацией в болгарских портах находится в процессе создания и внедрения: (PCS – port customs system) [4]. Система охватывает два крупных морских порта Варна и Бургас и речной порт Русе. Она включает в себя все аспекты грузовых перевозок: морские, воздушные, порты, аэропорты и пограничные пункты. Также может охватывать всю логическую цепочку поставок в стране, что может обеспечить непрерывный поток информации для всех транзакций. Через эту платформу будет собираться и распространяться информация о потребностях бизнеса среди всех заинтересованных сторон. Каждая из сторон должна иметь особую роль и ответственность с правом доступа к определенной информации.

Система PCS должна обеспечивать основные операции для заинтересованных сторон, применяя информационные потоки бизнес-процессов и обмен данными между пользователями системы портового сообщества, а также обмен данными с другими внешними информационными системами. Основным принцип системы “единого окна” предполагает, что после введения в отдельные информационные системы (таможня, администрация порта, агенты, операторы терминалов и т. д.), информация будет направлена в PCS для обеспечения возможности разовой подачи документов.

Таможня играет ключевую роль в перемещении товаров через порт, и их процессы могут существенно повлиять на время, необходимое для перемещения товаров. Она участвует в полном спектре деятельности, связанной с процессом импорта или экспорта груза (от прибытия судна до отправки груза по суше и от прибытия груза по суше в порт до его отправления на судне) [4].

Внедрение единой базы данных (PCS) будет способствовать: ускорению процесса таможенного оформления товаров и автоматизации процесса выявления рисков; улучшение коммуникации и управления потоками дан-

ных; облегчение работы экспедиторов и легальной международной торговли; повышение эффективности бизнес-процессов и снижение затрат; оптимизации логистических операций. Услуги “единого окна” могут быть определены в качестве средства практического применения концепции обеспечения безопасности и содействия законной торговле.

#### **Список использованных источников:**

1. Решение Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 70/2008/ЕС от 15 января 2008 г. о безбумажном документообороте для таможи и торговли. *ОБ L 23*, 26.01.2008 г. С. 21.

2. Секторна стратегия за развитие на електронно управление в Агенция “Митници” – “Е-Митници” (2016–2025 гг.).

3. Концепцията за едно гише и митниците. *Митническа хроника*. 2004. Бр. 2. С. 13–16.

4. Концепция за изграждане и внедряване на PCS за българските морски пристанища. Изготвена за: Държавно предприятие “Пристанищна инфраструктура”. 20.10.2017. С. 62, 129.

## **DIGITALIZATION OF MARKETING MANAGEMENT – PREREQUISITES AND EFFECTS**

Grigorova V. P.

In the last three decades, the digitalization of society, economic processes and especially marketing – in marketing management processes – is increasingly gaining ground along with the development of the Internet. This paper presents the main objective trends that lead to the increasing penetration of digitalization in marketing management.

### **1. Trends in marketing management related to digitalization**

The modern development of marketing management is accompanied by diverse trends – some of them are developing outside marketing (external), others are the result of the natural progress of marketing management as a science (internal).

The *external trends* can be divided into two main groups:

– *Related to markets* – These include: \*saturation of consumer markets; \*striving to enter, conquer and dynamize markets, caused by companies looking for new marketing niches; \*increased consumption as a result of the society consuming more and more and the increased number of the world population; \*the depletion of resources globally, giving rise to a search for alternative sources of resources; \*need for accelerated flow of information and movement of goods and services; \*striving for personalization while meeting customer needs.

– *Related to the development of Internet technology* – These trends include the spread of Internet services around the world (transition to 5G networks); \*ensured maximum accessibility of information for consumers; \*receiving information, goods, services as quickly and cheaply as possible for the consumer; \*striving to store ever-increasing volumes of information about everything and

on the smallest possible media; \*increasing the opportunities for forecasting markets and economic processes in the individual regions (through simulation and other scientific-applied approaches and models).

The *internal trends* include: \*emergence of new marketing concepts; \*innovative development of marketing tools; \*adaptation of established marketing approaches to the dynamics of modern processes; \*creation of new marketing approaches aimed at “irradiating” larger and larger target audiences; \*search for new communication channels to reach all customers; modification of marketing tools, policies and strategies; \*search for new means of communication beyond the traditional ones; \*compression of marketing documents and processes through data electronization.

The coincidence in time of these trends naturally leads to the development of a new form of marketing management – *digitalization*. As a set of marketing management activities carried out in a digital environment (most often the Internet), it is applicable in B2B and B2C marketing. Digitalization is manifested in marketing in various forms, such as interactive marketing, network marketing, direct marketing, Internet of Things Marketing, video marketing, social media marketing, digital advertising, content marketing, Big Data Analysis, anticipation and modelling of consumer attitudes, automation, etc. The main goal is to get as close as possible to potential and actual consumers, accelerate and simplify marketing processes, strengthen control over processes and their strategic direction, achieve a high degree of accuracy of market analysis and forecasts. In marketing management, the process of accelerated digitalization mainly affects product innovation, logistics, communication strategies, market research and marketing risk management.

## **2. Effects of marketing management digitalization**

The process of digitalization causes a number of short-term and long-term effects in marketing management. On the one hand, the processes, goods and services, the subjects and objects of marketing are digitalized, the material carriers of information give way to the electronic ones, as well as the marketing tools themselves, which directly influences the implementation of companies’ strategies. Innovation in marketing is becoming an ongoing process. On the other hand, the symbiosis between real and virtual marketing is growing. Customer satisfaction is facilitated through diversification, differentiation and proper product positioning, as well as the formation of complex products. The upgrade of customer experience, the study of changes in consumer behaviour and the study of their “experiences” come into the foreground. Digital marketing management achieves a better understanding of the dynamics of consumer behaviour. The ubiquitous penetration of cashless payments for purchases, as well as virtual money are promoted. Marketing integration between companies and the formation of marketing networks independent of the geographical location of the partners are increasing through digital marketing. In short, the rapid digitalization of marketing management leads to overcoming competitors easily, ensuring independence from the limiting factors of the environment and market expansion – finding potential customers faster, faster sales, higher turnover and profits.

In marketing, digitalized management processes are becoming the “new norm”. In addition, new *risks* are emerging, hitherto unknown: robotics, economic espionage, the elusive uniqueness of goods and services, the virtualization of many services and unemployment among marketing staff, the redeployment of skilled marketers to digitally growing sectors and businesses lagging behind, etc. The ways in which marketing, the economy and society as a whole will address these new challenges are yet to evolve.

#### References:

1. *Chaffey Dave and Ellis-Chadwick Fiona*. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. London: Pearson. 2019.
2. Digital marketing megatrends 2019. URL: <https://www.smartinsights.com/advice/digital-marketing-megatrends>
3. 10 Top Trends Driving The Future Of Marketing. URL: <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2015/04/14/10-top-trends-driving-the-future-of-marketing/#5ca7abcd5f97>

### ТАКСОНОМІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Шольно О., Фесенко В. В.

Становлення та активний розвиток цифрового суспільства обумовлює виникнення новітніх методів електронного подання та представлення фінансово-економічної інформації про підприємства та організації. Особливо актуальними такі методи стають в умовах асиметричності інформації про діяльність підприємств, звітність яких становить суспільний інтерес і стає інформаційним джерелом ухвалення інвестиційних рішень та рішень щодо злиття та поглинання груп підприємств у міжнародному масштабі. В таких умовах висувуються особливі вимоги до прозорості, достовірності, транспарентності, релевантності, порівнянності та доступності інформації про підприємства. Одним з інструментів підвищення транспарентності фінансової звітності, поданої за вимогами Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), та підвищення інвестиційної привабливості підприємств є таксономія фінансової звітності.

Таксономія – це систематизована в електронному форматі інформація з фінансових звітів, складених за МСФЗ, про підприємство за показниками як фінансового, так і нефінансового характеру, включаючи додаткові пояснення та коментарі, які зазвичай подаються у Примітках до фінансової звітності.

У процес запровадження таксономії фінансової звітності залучені більше 30 країн світу та велика кількість міжнародних організацій, що привело до формування чотирьох найбільш розповсюджених форматів таксономії фінансової звітності у світі: за ініціативою відповідної організації (Швеція, Швейцарія); обов’язкове застосування (Канада, Франція, Німеччина, Італія, Японія, США тощо); обов’язкове застосування за умови формування звітності за МСФЗ (Австралія, Великобританія);

обов'язкове застосування за умови формування звітності за МСФЗ та надання незалежного аудиторського висновку (Китай, Нідерланди).

Відповідно до законодавства України визначено коло підприємств, які зобов'язані складати і подавати фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за МСФЗ органам державної влади на основі української таксономії МСФЗ у єдиному електронному XBRL форматі, визначеному Міністерством фінансів України. Для виконання цієї законодавчої вимоги у 2020 р. більше 5 тис. підприємств України повинні подати свою звітність у новому електронному форматі.

Таксономія передбачає застосування мови XBRL, яка стала широко розповсюдженим стандартом формування звітності за МСФЗ. XBRL (eXtensible Business Reporting Language – розширювана мова ділової звітності) – відкритий стандарт для подання фінансової звітності в електронному вигляді. На сьогодні мова XBRL застосовується для подання фінансової звітності підприємств і організацій, для внутрівідомчого обміну інформацією у багатьох країнах, серед яких Польща, Австрія, Бельгія, Німеччина, Іспанія, Франція, Японія, Великобританія, Литва, Індія та ін.

Процес таксономії для підготовки фінансової звітності полягає у тому, що компанії маркують інформацію у звітах, присвоюють кожному елементу звіту свій індивідуальний маркер (індивідуальний тег). Маркування інформації полегшує її сприйняття, дає змогу користувачам звітів швидко обробляти дані, аналізувати, порівнювати з аналогічними даними інших суб'єктів, зберігати дані для подальшого користування. Таксономія застосовується не тільки для маркування кількісних показників (залишкова вартість обладнання, чистий фінансовий результат, терміни користування основними засобами), а і для інших видів цінної інформації, яка подається у фінансових звітах у текстовому форматі (опис облікової політики, рішення акціонерів щодо виплати дивідендів у звітному періоді, назви пов'язаних сторін та інша текстова інформація).

В Україні таксономія фінансової звітності вперше була розроблена і оприлюднена у 2018 р. Міністерством фінансів України. Вона враховує специфіку бізнесу та особливостей складання фінансової звітності в Україні і має два розширення – для банків та страхових компаній.

Застосування таксономії фінансової звітності має привести до підвищення рівня достовірності та порівнянності даних за рахунок більш стандартизованого підходу до формування даних, зменшити вартість доступу до даних звітності підприємств, які становлять суспільний інтерес, за рахунок вільного доступу до даних таксономії, що зменшить рівень інформаційної асиметрії між відповідальними за дані фінансової звітності та основними стейхолдерами (зацікавленими сторонами).

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт XBRL. URL: <https://www.xbrl.org>
2. Таксономія фінансової звітності за Міжнародними стандартами: базові вимоги. 2019. URL: <https://cutt.ly/Io8jmYg6>

3. Офіційний сайт СФЗ. URL: <https://frs.gov.ua>

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

5. *Slobodyanik Y., Chyzhevska L.* The Contribution of Supreme Audit Institutions to Good Governance and Sustainable Development: the Case of Ukraine. *Economista*. 2019. № 4. P. 472–486.

## **РОЗВИТОК ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

Скаско О. І., Манчур І. М.

Упровадження в життя будь-яких нових технологій, зокрема цифрових, – процес, безумовно, тривалий і несе в собі масу невідомих ще викликів та небезпек для людства. Їх зазвичай об'єднують у три групи: соціально-економічні, техніко-організаційні та природні. Усе це достатньо повно досліджено і усвідомлено ще в ХХ ст. внаслідок впровадження в економіку досягнення науково-технічного прогресу. Так, розвиток масового (конвеєрного) виробництва свого часу стимулював глибоке вивчення соціальних і правових питань організації реальної економіки – адекватна платня за працю, система пільг і компенсацій, морального і матеріального стимулювання за шкідливі умови праці тощо.

У ХХІ ст. стрімко почали розвиватись цифрові трансформації економічної сфери і призвели до виникнення цифровізації економіки, а також окреслили нові вектори у розвитку бухгалтерського обліку, спричинили дискусії щодо переродження професії бухгалтера чи, за радикально-негативного сценарію, навіть її поступового зникнення.

На сьогодні дослідженням цифрової економіки займаються такі провідні науковці, як С. В. Іванов, О. С. Вишневський, С. В. Коляденко. А також дану тему досліджують зарубіжні науковці Р. Інклар, М. Тіммер, Б. Ван Арк.

Найбільшого прогресу у сфері впровадження цифрової економіки досягли такі країни, як США, Китай, Велика Британія, Ізраїль, Нова Зеландія, Південна Корея, Естонія. Вони на державному рівні розробляють і фінансують програми з дослідження та застосування нових технологій, зокрема блокчейн.

В Україні ж донедавна не було навіть власної “цифрової” стратегії чи плану дій у цьому напрямі. Однак у 2018 р. Кабінетом Міністрів України ухвалено “Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр.” та затверджено план заходів з її реалізації [2].

Концепція максимально детально визначає основні цілі цифрового розвитку різних сфер в Україні, принципи цифровізації, напрямки цифрового розвитку та напрямки гармонізації з цифровими європейськими ініціативами, цифровий порядок денний для Європи [1].

Безперечно, закладений у Концепції розвиток таких передових технологій та концептів як великі дані, блокчейн, предиктивна аналітика, хмарні

та туманні обчислення, машинне навчання, штучний інтелект тощо вже має та й у майбутньому матиме значний вплив на процеси організації і ведення вітчизняного бухгалтерського обліку. На кінець 2020 р. застосування згаданих технологій в процесах бухгалтерського обліку українськими підприємствами є ще мізерним [2]. Найбільшого поширення облікові хмарні сервіси в Україні набули на великих підприємствах сфери торгівлі, переробній промисловості та при обслуговуванні автотранспорту.

Процеси цифровізації вже сьогодні починають запроваджувати у практичну площину міжнародні підприємства, діяльність яких присутня і в Україні. Серед них виокремити можна такі підприємства, як OpenMarket Ощадбанк, Приватбанк, Unitybars, Nestle. Оснливними їх векторами є блокчейн. Цифрові трансформації вимагатимуть наявності цифрових навичок у бухгалтерів, які уможливляють їх роботу на цифрових робочих місцях. Також цифровізація, своєю чергою, здійснюватиме вплив на зміни у підготовці працівників за спеціальністю “облік і оподаткування”, що має забезпечити набуття фахівцями відповідних компетенцій. Перетворення зазнає й професійна культура бухгалтера у частині нових моделей його поведінки в умовах розвитку цифрової культури на підприємстві. Модернізація бухгалтерського обліку завдяки цифровим технологіям дозволяє зробити процес його ведення для підприємств конкурентоспроможним, більш ефективним та якісним, а також простішим й дешевшим.

Отже, цифрова трансформація, що передбачає використання цифрових технологій в бухгалтерському обліку, є джерелом розвитку й інноваційності, зміни моделі його ведення та перетворення професії бухгалтера з обслуговуючої в управлінську, а його роботи – в більш інтелектуальну, продуктивну та таку, що створює нову цінність.

#### **Список використаних джерел:**

1. <https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/ukrayina-v-cifri-napryamki-reformuvannya.html>
2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

### **МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Міщенко Д. А., Міщенко Л. О.

Ціну можна вважати основним чинником, який визначає вибір покупців. Це твердження характерно, передусім, для країн із низькою купівельною спроможністю населення і товарів широкого вжитку або для країни, економіка якої перебуває у кризі. У сучасному ринковому середовищі конкурентна боротьба за споживача стає дедалі жорсткішою. Саме тому вітчизняним підприємствам потрібно використовувати різні інструменти політики ціноутворення.

Серед поширених методів ціноутворення можна відзначити: метод повних (середніх) витрат; метод граничних (маржинальних) витрат; на основі цінності товарів, що відчувається; беззбитковості, цільового прибутку. У ринковому середовищі підприємства встановлюють остаточні ціни, враховують психологічне сприйняття споживачами товарів підприємства, реакцію конкурентів, умови надання і рівня знижок за цінами тощо. Одними з найпоширеніших методів ціноутворення є методи встановлення цін на основі витрат на виробництво та реалізацію продукції. Ринкові методи враховують ціни конкурентів, доходи, смаки і звички клієнтів. Слід пам'ятати, що в діяльності підприємства визначення ціни за певним методом є тільки початком вирішення найважливішого завдання: розрахунку такої ціни, яка б зробила товари доступними для споживачів, комерційно вигідними для підприємства та конкурентоспроможними. Надалі ціну товарів необхідно регулювати, враховуючи зміни в бізнес-середовищі [2].

Процес ціноутворення передбачає збір даних, їх аналіз та прийняття на цій основі обґрунтованих рішень щодо ціни товару, її коригування, здійснення постійного контролю. Передумовою ефективного ціноутворення є його імплементація у загальну систему прийняття рішень на підприємстві.

Формування маркетингової цінової політики потребує індивідуального підходу до її розробки. Надання маркетологам всебічної та детальної інформації забезпечить вірну цінову політику підприємства. Ринковий механізм ціноутворення повинен сприяти конкуренції та ліквідації монополізму. Під час формування маркетингової цінової політики необхідно визначити конкурентів, здійснити моніторинг їх цін та спланувати подальші дії щодо забезпечення цінової конкурентоспроможності. При цьому слід звертати увагу на асортимент товарів, рівні цін на них, знижки та акції, контролювати реакцію конкурентів на зміну цін, досліджувати їхню практику ціноутворення. В процесі ціноутворення обов'язково треба відслідковувати наміри споживачів та ступінь їхньої чутливості до рівня ціни. Вдале використання цих інструментів допоможе виробникам досягти поставлених цілей [3].

Розгляд питання ціноутворення є неповним без врахування ролі держави у цьому процесі адже ринкові перетворення в Україні, процеси роздержавлення, розподілу капіталів вочевидь довели необхідність участі органів державної влади у створенні інституційного поля, «правил гри» цивілізованого ринку. Однак, національний досвід також свідчить, що держава не тільки забезпечує інституційне поле економічної діяльності, але й сама виконує функції підприємця. Досвід розвинених країн свідчить, що підвищенню ефективності ціноутворення та стабілізації внутрішніх та зовнішніх цін сприяють: простота та зручність системи оподаткування; мобільність і гнучкість податкової системи в умовах швидких соціально-економічних змін; обґрунтованість фінансових потреб держави; помірність оподаткування (потреби держави у фінансах не повинні знижувати зацікавленість платників податків у господарській діяльності); відповідність податкової системи критеріям справедливості (прогресивне оподаткування, запобіган-



ня подвійному та багаторазовому оподаткуванню, мінімізація податкових пільг тощо); інтеграція цільових соціальних податків та їх реформування спираючись на ефективний світовий досвід [1].

Однією з основних проблем у галузі цінової політики вітчизняних підприємств є недосконалість її інформаційного забезпечення. Водночас систематичний збір і аналіз інформації – необхідна умова прийняття оптимальних рішень щодо цін. Прийняти вдале цінове рішення можливо тільки за умови врахування всіх чотирьох категорій суттєво важливих даних: про витрати, про покупців, про конкурентів і про урядову політику. Такий підхід – найпоширеніший. На думку вчених, під час прийняття рішень щодо встановлення цін необхідно аналізувати такі види інформації: про ринок загалом, про конкуренцію на ринку, про ціни, про урядову політику, про виробництво і витрати, про обсяги збуту товарів і прибутку [4].

Отже, маркетингове ціноутворення є мистецтвом управління цінами й ціноутворенням, встановлення на товари та послуги таких цін і таке управління ними залежно від ринкової кон'юнктури, щоб поставлених цілей було досягнуто й підприємство мало від цього дохід.

#### **Список використаних джерел:**

1. Божкова В. В., Рябченко І. М. Систематизація методів маркетингового ціноутворення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 4. С. 74–80.
2. Дудяк Р., Бугіль С., Карпова Я. Сучасна маркетингова цінова політика та проблеми ціноутворення у діяльності підприємств України. Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер : Економіка АПК. 2013. № 20 (1). С. 361–367.
3. Рябченко І. М. Удосконалення методичних підходів до ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах з урахуванням вимог ринку. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 3. 2015. С. 398–403.
4. Сташкевич Н. М., Красільнікова К. В. Сучасні проблеми ціноутворення в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2017. № 2–3 (63–64). С. 135–143.

*Секція 3. Розвиток фінансової системи України  
в умовах цифрової економіки*

**ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ЄВРОПІ**

Ченцов В. В.

Освіта в Україні – одна із сфер діяльності, навколо якої завжди формувалося багато дискусій. Нова хвиля реформ, пов'язана із запровадженням мінімальної ціни на навчання, яку мають застосовувати заклади вищої освіти при встановленні тарифів на надання освітніх послуг, стала причиною для хвилювання не лише для вишів, але і для вступників. Стало очевидним, що крім досить високих вимог для вступу (мінімальний конкурсний бал для участі у конкурсному відборі за окремими спеціальностями) при незначному обсязі державного замовлення вступ на контрактні місця також ускладнився через значне підвищення вартості навчання.

На фоні закордонних закладів освіти (Польщі, Словаччини, Чехії), де не потрібно складати ЗНО та долати бар'єри порогових балів, вступ на навчання до українських ЗВО виявився навіть складнішим. Ще більше вступників поповнили лави студентів закордонних вишів, які зараз ще менше відрізняються від українських за ціновою політикою.

Очевидно, що видатки на освіту в Україні є одними з найвищих у Європі (16,8 % видатків зведеного бюджету, 21,1 % з яких направляється на фінансування вищої освіти [1]), але наскільки ефективно вони розподіляються?

У країнах ЄС та високорозвинених країнах ОЕСР по-різному відбувається розподіл витрат на вищу освіту між публічними та приватними. У таких країнах, як Австрія, Фінляндія та Люксембург публічні витрати становлять межах 95% від усіх витрат, тоді як у США, Португалії, Японії та Австралії – це приблизно 50 % і більше від загальної маси. Але в середньому в країнах ЄС показник публічного фінансування становить 80 %, тоді як у країнах ОЕСР – 70 % [2].

У країнах ЄС і високорозвинених країнах світу державні (публічні) витрати на освіту включають прямі витрати на навчальні заклади, а також прямі субсидії навчальним закладам і субсидії, які надаються домогосподарствам на витрати, пов'язані з навчанням. Приватні витрати на освіту – це фінансування за рахунок домогосподарств та інших приватних осіб. Приватні витрати на освіту включають усі прямі витрати на навчальні заклади, за винятком державних субсидій, також за винятком видатків поза навчальними закладами, такими як підручники, придбані сім'ями, приватні заняття для студентів і витрати на проживання студентів. Державні та приватні витрати включають витрати на школи, університети та інші державні й приватні установи, які надають або підтримують освітні послуги [2].

Розглянемо рейтинг 10 країн Європи за показником Індексу освіти. Це агрегований показник, що включає показники грамотності дорослих та молоді та частку дорослого населення з середньою освітою (табл. 1).

## Рейтинг країн Європи за індексом освіти у 2018 р.

Рейтинг	Країна	Індекс освіти	Видатки на освіту у % до ВВП	У т. ч. видатки на вищу освіту у % до ВВП
1	Німеччина	0.946	4,2	0,8
4	Данія	0.920	6,4	1,6
5	Норвегія	0.919	5,4	1,2
6	Ісландія	0.918	7,3	1,5
7	Ірландія	0.918	3,2	0,5
8	Великобританія	0.916	4,8	0,6
9	Фінляндія	0.915	5,5	1,7
10	Швеція	0.914	6,9	1,1
11	Нідерланди	0.906	5,1	1,4
13	Швейцарія	0.896	5,6	1,3

Джерело: складено автором за даними: [3, 4]

Отже, найвищий показник індексу освіти має Німеччина – 0,946, при цьому вона направляє на фінансування освіти 4,2 % ВВП. Данія витрачає на освіту 6,4 % ВВП, причому на вищу освіту припадає 24,6 % усіх видатків на освіту, а індекс освіти становить 0,920. Найбільший обсяг видатків на освіту в аналізованих країнах здійснюється у Швеції – 6,9 % ВВП.

Із країн, що аналізуються, найбільшу частку коштів саме на вищу освіту здійснює Фінляндія: із 5,5% ВВП, що витрачаються на освіту, 1,7% ВВП (або 30,5% цієї суми) припадає саме на вищу освіту. Країна перебуває у рейтингу 10 країн світу за рівнем індексу освіти.

Як уже зазначено, фінансування освіти і вищої освіти в Україні здійснюється на рівні країн Європи, при цьому за індекс освіти становить лише 0,797, отже модель фінансування освіти в цілому та вищої освіти в Україні потребує суттєвих змін.

### Список використаних джерел:

1. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2018 рік (2019) Державна казначейська служба України URL: [treasury.gov.ua](http://treasury.gov.ua).
2. Усик В. І. Особливості фінансування вищої освіти: аналіз українського та світового контекстів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2019. Вип. 2. С. 59–68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2019\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2019_2_10).
3. Human Development Reports (2019) Education Index URL: <https://hbr.org/2020/04/ensure-that-your-customer-relationships-outlast-coronavirus>.
4. General government expenditure in the EU on education amounted to EUR 624 billion or 4.6 % of GDP in 2018. (2019) General government expenditure in the EU on education amounted to EUR 624 billion or 4.6 % of GDP in 2018. [Electronic resource]. Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Government\\_expenditure\\_on\\_education#Evolution\\_of\\_.27education.27\\_expenditure\\_over\\_2001-2018](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Government_expenditure_on_education#Evolution_of_.27education.27_expenditure_over_2001-2018).

# CLASSIFICATION OF MODELS OF FINANCIAL SYSTEMS AND THEIR IMPACT ON ECONOMIC PROCESSES IN THE COUNTRY

Frolov Serhii, Shukairi F. B.

The existing FS model becomes significant in the context of its impact on economic processes in the country, and economic growth, since the FS can become a source of economic crisis, which could be repeatedly observed not only in Ukraine but also in the world. On the contrary, the presence of a stable FS allowed smoothing out the adverse effects on the country's economic development if the causes of the crisis were beyond its borders.

Nowadays, several classifications of the FS in different countries can be distinguished. Given the analysis of existing research in this direction, the classification of the FS is systematized (see Figure 1).

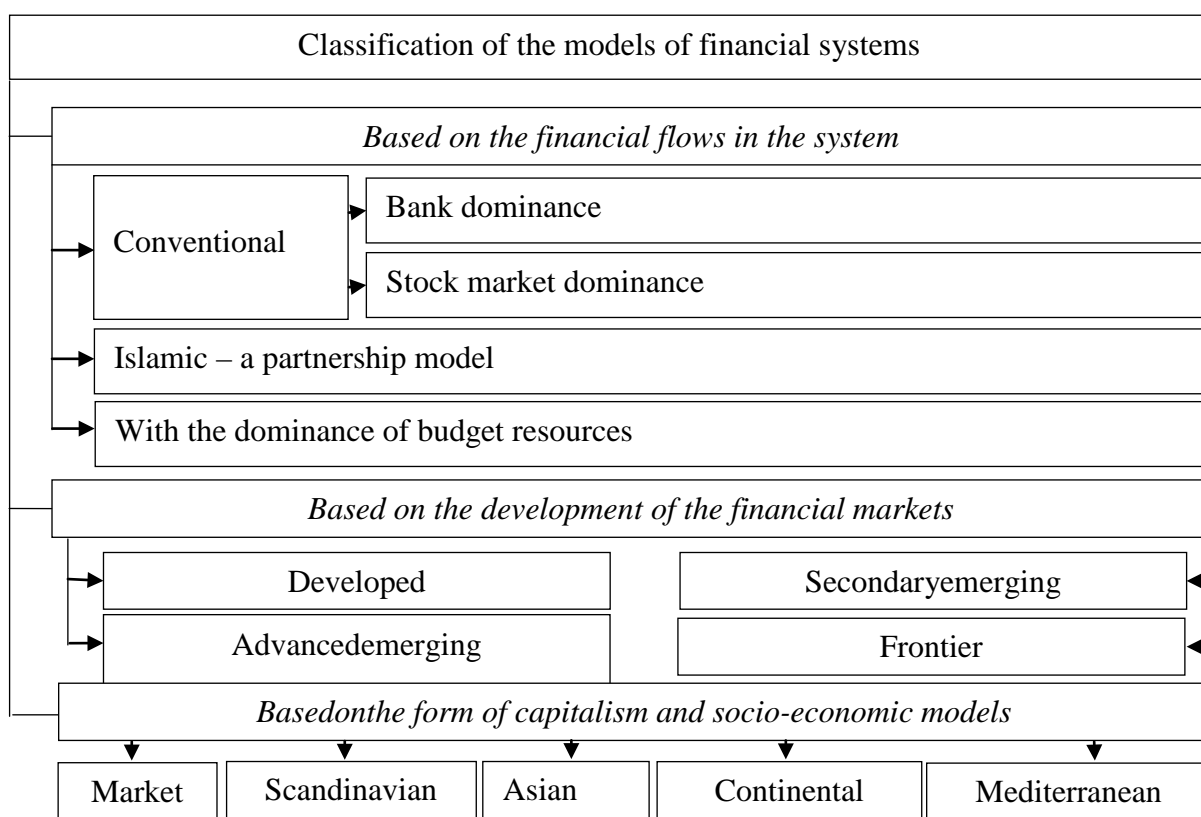


Fig. 1. Classification of the models of financial systems

Source: Author's development

The Islamic FS, as distinct from the traditional financial systems, is characterized by the principles that have been enriched in it and that are fully correspond to Sharia. The most famous of them is the prohibition to determine the interest rate, since in this case, no new value is created and, therefore, the growth of public welfare cannot be ensured. At the same time, making a profit is entirely legitimate. Therefore, the first principle implies the distribution of risk and benefits. In this case, the classical understanding of the creditor is absent in the Islamic FS. A person who lends money is an investor in fact, not a creditor,

because the two parties to the agreement must initially agree on the profit and risk distribution. In this case, a partnership agreement is concluded. From this perspective, the Islamic FS is called the partnership system, since almost all contracts provide for the relations of two equal partners. The distribution mechanism itself will depend on the financial instrument used.

It should also be noted that, despite the FS type, they have a loss of stability. This issue is particularly acute nowadays because it is the main purpose of regulating the FS in each country and in the whole world. From both a theoretical and practical perspectives, this problem is complicated by the lack of a common understanding of the “financial stability” concept, both among Ukrainian and foreign scientists. Having studied and systematized approaches to determining financial stability, two main groups can be distinguished, namely, some scientists, both domestic and foreign, consider financial stability as a certain state of the FS, while others determine this concept from the perspective of the opposite phenomenon – instability.

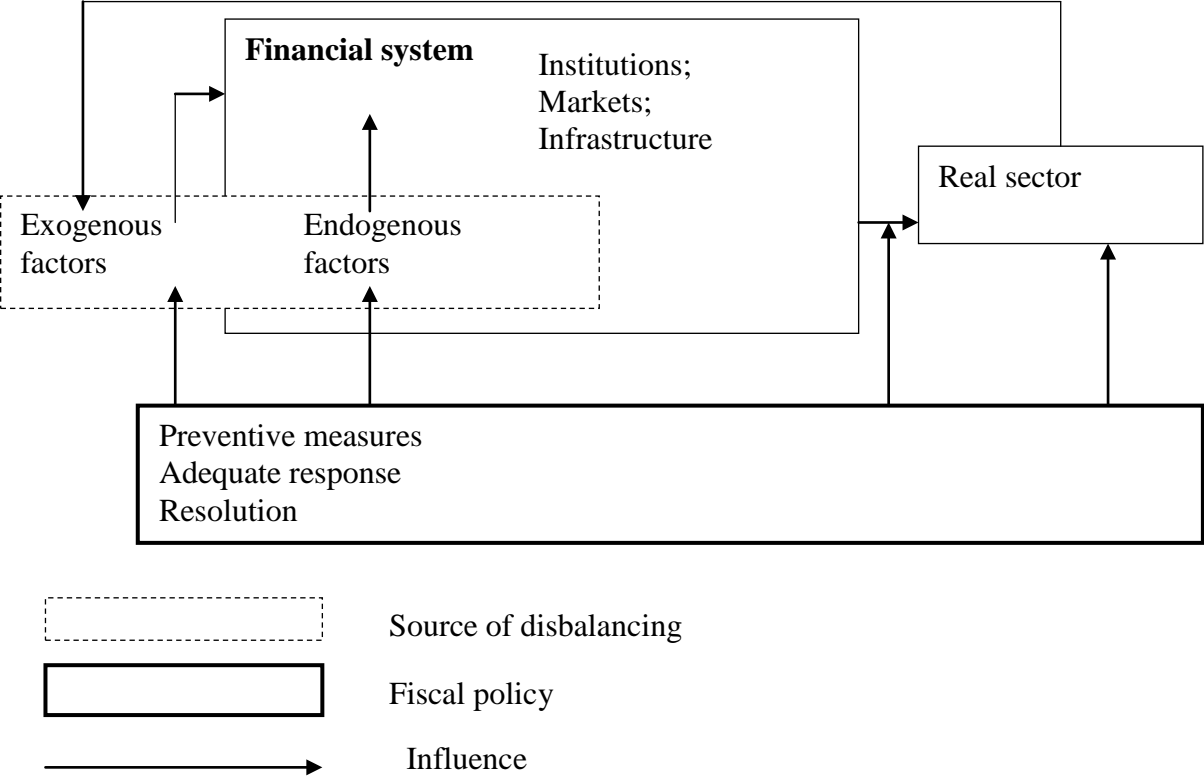


Fig. 2. Influence of factors on developing the financial system stability [1]

Figure 2 reflects the development of financial instability in general terms. It can be assumed that the disbalance of the FS can occur both within the FS, when the endogenous factors come into effect and outside influenced by the situation in the real sector of the economy. The key role can be played by both the market situation of the commodity market and social factors, and especially important for the functioning of the FS is trust on the part of economic entities. It is the

loss of confidence that could undermine the FS stability, even if the country's economic situation is generally stable and has favorable development rates. We can thus conclude that financial stability exists when vital financial institutions are stable [2–7], when the FS is in a position, in which it is able to “withstand the violation, while not allowing cumulative processes that can harm savings, investments and payments in the economy” [8], when the system promotes the efficient allocation of economic resources in time and space, ... “manages financial risks and maintains its ability to perform these key functions, even when they face external shocks or increased imbalances” [24].

#### **List of sources:**

1. *Houben A., Kakes J., Schinasi G.* Towards a Framework for Safeguarding Financial Stability. *IMF Working Paper*. 2004. № 04 (101). 49 p.
2. Macropudential policy framework. 2015. URL: <https://www.eestipank.ee/sites/>
3. Crockett, A. Why is financial stability a goal of public policy? *Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City*. 1997. Vol. 82. P. 5–22.
4. *Фарина О. І., Дадашова П. А.* Сучасні підходи до оцінки стабільності фінансової системи країни. *Економічний аналіз* : зб. наук. 2015. Т. 20. С. 210–217.
5. *Каллаур П. В.* Формирование системы мониторинга и оценки финансовой стабильности Республики Беларусь. *Банкауский вестник*. 2008. №. 6. С. 4–8.
6. *Беленька Г. В.* Математичні методи діагностування фінансової стабільності банківського сектору України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.11 “Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці”. Київ, 2011. 22 с.
7. Wellink A.H.E.M., 2002, ‘Current issues in central banking’, speech at Central Bank of Aruba, Oranjestad, Aruba.
8. *Padoa-Schioppa T.* Central banks and financial stability: exploring a land in between. Second ECB Central Banking Conference “*The transformation of the European financial system*”. Frankfurt am Main. 2002. October
9. *Schinasi G. J.* Preserving Financial Stability. *International Monetary Fund. Economic Issues*. 2005. 36. 30 p.

## **ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВА СПРЯМОВАНІСТЬ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ УКРАЇНИ**

Роменська К. М.

Цифровізація всіх сфер життя і економіки країни шляхом використання нових технологій сприяє створенню моделі електронної держави. Електронна держава – це відкриті, прозорі і зручні можливості доступні онлайн і в будь-який час, адже впровадження цифрових технологій дозволить на-

селенню і суб'єктам господарювання швидко і самостійно отримувати державні послуги в електронному форматі. Такі цифрові рішення забезпечують дистанційний зв'язок між державними органами, органами місцевого самоврядування, населенням, бізнесом без зайвої необхідності відвідування установ, що сприятиме економії часу і коштів а також якісному наданню бюджетних послуг. Таким чином, розвиток фінансової системи в умовах цифрової економіки сприяє підвищенню якості надання бюджетних послуг, що є важливою передумовою підвищення якості життя населення та забезпечення сталого економічного розвитку [5].

Одним зі складових компонентів електронної держави є електронний бюджет. Перехід бюджету в електронний формат сприяє прозорості, відкритості бюджетного процесу. Оскільки бюджетне законодавство супроводжує процеси формування інформаційного простору, цифровізація дозволить вийти на нову траєкторію розвитку бюджетного процесу України.

Проявом цифровізації бюджету в Україні є інформаційно-аналітична система “Прозорий бюджет”. Одна з основних задач системи “Прозорий бюджет” – автоматизувати бюджетний процес та викоринити корупційну складову в цьому процесі. Інформаційно-аналітична система “Прозорий бюджет” забезпечує прозорість бюджетних процесів та процедур на державному та місцевому рівнях, а також дозволяє громадянам контролювати використання коштів розпорядниками, одержувачами бюджетних коштів, державними підприємствами, Пенсійним фондом та Фондом соціального страхування [2].

Система “Прозорий бюджет” є частиною відкритого уряду України, відповідає запиту громадянського суспільства на прозорість у використанні публічних коштів і враховує рекомендації Світового банку, Міжнародного валютного фонду та Міжнародного бюджетного партнерства щодо міжнародних стандартів прозорості, як “Відкритий бюджет” (Open Budget), Відкриті витрати (Open Spending), Відкриті контракти (Open Contracting) та Участь громадськості (Citizen Participation). Система «Прозорий бюджет» надає доступ громадянам до інформації про публічні кошти на всіх стадіях планування та використання, сприяє підвищенню інвестиційної привабливості країни за рахунок більш відкритої політики уряду, зменшує вірогідності зловживань та вчинення порушень бюджетного законодавства на всіх етапах бюджетного процесу.

За сучасних умов розвитку інформаційного середовища інформаційно-аналітична система “Прозорий бюджет” охоплює три веб-портали: державний веб-портал бюджету для громадян; єдиний веб-портал використання публічних коштів; державний веб-портал реєстру проектів соціального і економічного розвитку України.

Державний веб-портал бюджету для громадян – це форма презентації основних бюджетних показників, спрямована на інформування широкого кола громадськості в доступній формі про основні цілі, завдання та пріори-

тети бюджетної політики, джерела наповнення бюджету, обґрунтування бюджетних витрат, планові і досягнуті результати використання бюджетних коштів.

Єдиний веб-портал використання публічних коштів є найбільшою відкритою базою даних публічних фінансів України. Портал розроблено на виконання вимог Закону України від 11 лютого 2015 року № 183-VIII “Про відкритість використання публічних коштів”. Метою порталу є забезпечення доступу до інформації про використання публічних коштів розпорядниками та одержувачами коштів державного і місцевих бюджетів, суб’єктами господарювання державної і комунальної власності, фондами загальнообов’язкового державного соціального страхування [3; 4].

Державний веб-портал реєстру проектів соціального і економічного розвитку України, які реалізуються із залученням коштів міжнародних фінансових організацій. На порталі у доступній формі оприлюднена інформація по проектах, а також є статистика для розуміння динаміки використання коштів по роках та структури фінансування проектів за галуззю реалізації, за кредиторами та відповідальними виконавцями.

Забезпечення впровадження цифрових рішень в умовах розвитку бюджетного процесу та застосування новаторських технологій, за допомогою яких організовано надання бюджетних послуг населенню та суб’єктам господарювання у всіх галузях і сферах, що утримуються за рахунок бюджетних коштів, є індикатором дотримання принципу публічності та прозорості бюджетної системи України та красномовно свідчить про ефективність регулювання органів державної влади та місцевого самоврядування на різноманітні і руйнівні економічні, соціальні та екологічні проблеми і виконання зобов’язань уряду перед громадянами [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Інформаційно-аналітична система “Прозорий бюджет” URL: <https://edata.gov.ua/>
3. Прозорий бюджет: офіційний сайт Міністерства фінансів України URL: <https://mof.gov.ua/uk/open-budget>
4. Про відкритість використання публічних коштів: Закон України від 11 лютого 2015 року № 183-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/183-19#Text>
5. Государственная программа “Цифровой Казахстан”. URL: <https://digitalkz.kz/it-sektor/>



## ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПЛАТЕЖІВ ТА ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ

Архірейська Н. В., Щасна О. Ю.

За останні кілька місяців коронавірус (COVID-19) став частиною нашої нової реальності. Пандемія привела до переходу на безконтактні платежі, зростання кількості електронних гаманців і більш широкого застосування автоматизації платежів B2B. Питання щодо переведення більшості операцій в безготівкову форму вже багато років стоїть перед НБУ та Міністерством фінансів, однак потужний імпульс цьому процесу дала саме епідемія коронавірусу.

Загальна кількість операцій (безготівкових та отримання готівки) з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, у першому півріччі 2020 р. становила 2 742,9 млн шт., а їх сума – 1 784,4 млрд грн.

Навіть попри складну ситуацію, пов'язану з карантинними обмеженнями через поширення коронавірусу, кількість зазначених операцій зросла на 16,6 %, а сума – на 7,0 %, якщо порівнювати з аналогічним періодом 2019 р.

Безготівкові операції у першому півріччі цього року продовжили зростати за кількістю та сумою. Їх частка переважала у загальній сумі та кількості операцій із платіжними картками. Так, кількість безготівкових операцій становила 2 360,6 млн шт. (86,1 % усіх операцій), а сума – 982,9 млрд грн. (55,1 % від суми усіх операцій із картками). Торік, за підсумками першого півріччя, цей показник становив 49,4 %.

Водночас, у першому півріччі 2020 р. кількість операцій з отримання готівки зменшилася на 12,0 %, а сума – на 5,0 % проти першого півріччя 2019 року.

Аналіз розподілу безготівкових операцій за їх видами свідчить: у січні – червні 2020 р., як і раніше, найбільша кількість операцій із використанням карток припадала на розрахунки в торговельних мережах – 49,5%, за сумою домінували перекази з картки на картку – 42,3% (середній чек однієї такої операції становив 1420 грн).

Загальна кількість емітованих платіжних карток в Україні станом на 01 липня 2020 р. становила 71,7 млн шт. Це більше на 4,9 %, порівняно з січнем 2020 р.

Третина платіжних карток (33,9 % або 12,3 млн шт.), із застосуванням яких були здійснені видаткові операції у червні 2020 р. – безконтактні та токенизовані картки.

Так, у червні 2020 р. для здійснення операцій було використано 9,6 млн безконтактних карток. Це на 25,6 % більше порівняно з січнем 2020 р. Кількість токенизованих карток, якими українці користувалися для здійснення операцій у червні 2020 р., становила майже 2,7 млн шт. Це на 22,5 % більше, якщо порівнювати з січнем 2020 р.

Суттєве зростання популярності цих карток пояснюється тим, що платежі з їх використанням зручні, швидкі та безпечні.

Отже, можна стверджувати, що Україна поступово еволюціонує на шляху до безготівкових розрахунків. Однак, на сьогодні є декілька проблемних моментів, які гальмують подальший розвиток у цьому напрямку.

По-перше, це відповідна платіжна інфраструктура. Вона в Україні ще недостатньо розгалужена, хоча й зростає рік від року. Співвідношення загальної кількості платіжних терміналів до чисельності постійного населення України станом на 01 січня 2020 р. становило 8,4 тис. шт. на 1 млн населення. В Європі на 1 млн жителів припадає 29 тис. терміналів, у США – 31 тис. В цілому безготівкові платежі на сьогодні готові приймати трохи більше третини вітчизняних підприємств (відповідна європейська частка становить понад 62 %). Регіональний розподіл термінальної мережі на території України також залишається досить нерівномірним.

По-друге, це розповсюдження інтернет мережі на території України. За дослідженнями Інтернет-асоціації Factum Group, лише 65% українців мають інтернет вдома. У містах з населенням понад 100 000 жителів за 2019 р. інтернет-проникнення зросло з 71 до 74 %, в населених пунктах з населенням менше 100 000 жителів – з 53 до 70 %, а в селах – з 53 до 58 %. Однак, цю ситуацію виплавляє «смартфонізація» населення. На сьогодні 22 % користувачів заходять в інтернет виключно за допомогою смартфонів.

По-третє, це поступове зменшення мережі відділень банків. У 2019 р. закрили 507 банківських відділень, у 2018 р. – 980, у 2017 р. – 827 відділень. Більшість “втрат” на рахунку “Ощадбанку” та “Приватбанку”. Це є наслідком того, що за останні роки обсяги онлайн-платежів істотно зростали. З початку пандемії COVID-19, кількість фінансових та торгових транзакцій, які проводяться за допомогою комп’ютерних мереж (e-commerce) зросла на 23 %. Такий стрибок обумовлений тим, що через обмежувальні заходи люди змінили підхід до свого спілкування, роботи і витрати грошей.

Нажаль, не всі мешканці країни мають змогу долучитися до цифровізації. На кінець 2019. за даними Нацбанку 37% українців не мають банківських рахунків. Вони отримують пенсії, грошові виплати чи перекази через відділення Укрпошти готівкою. Однак, можна констатувати, що пандемія коронавірусу змінила ставлення людей до готівкових грошей. Багато людей почали використовувати для онлайн покупок мобільні платіжні програми, такі, як Apple Pay, Google Pay, Square Cash, Venmo чи PayPal. Для оплати офлайн покупок більшість використовують пластикові картки. Не дивлячись на перепони, які стоять на сьогодні перед державою, пандемія коронавірусу дала дуже суттєвий поштовх до розвитку ринку цифрових активів, який буде активно розвиватися і надалі, витісняючи наявні технології та методи роботи з грошима.

## РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ ФІНАНСІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Лисяк Л. В., Біневич Ю. О.

Основним напрямом реформування системи місцевих фінансів України в умовах євроінтеграції стало впровадження реформи децентралізації в 2014 році. Цілями проведення реформи було досягнення належного рівня економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць, їх фінансового забезпечення і достатніх джерел для наповнення місцевих бюджетів [1].

Проаналізуємо результати втілення реформи. В таблиці наведено частки доходів та видатків місцевих бюджетів, без урахування трансфертів в структурі зведеного бюджету в Україні та в країнах ЄС.

Таблиця

### Частки доходів та видатків місцевих бюджетів в структурі зведеного бюджету в Україні та в країнах ЄС

Роки	Частка доходів місцевих бюджетів в зведеному, %		Частка видатків місцевих бюджетів в зведеному, %	
	Україна	ЄС	Україна	ЄС
2014	22,2	24,8	42,7	23,3
2015	18,5	24,8	40,7	23,3
2016	21,8	24,3	41,4	23,2
2017	22,6	23,9	46,4	23,2
2018	22,2	23,8	45,1	23,2
2019	23,3	23,5	40,6	23,2

*Джерело: побудовано автором на основі [2, 3].*

Отже, за результатами розрахунків, представлених в таблиці, видно, що частка доходів місцевих бюджетів в зведеному бюджеті в Україні майже така сама як і в країнах ЄС. Проте частка видатків – значно вища. Так, в країнах ЄС частки доходів і видатків місцевих бюджетів в зведеному бюджеті приблизно рівні, що свідчить про можливість місцевої влади самостійно виконувати покладені на неї повноваження. В Україні ж, на місцеву владу покладено понад 40% видатків зведеного бюджету, в той час як доходи місцевих бюджетів складають лише близько 20 %. Зазначене свідчить про значну залежність місцевої влади від державної підтримки. Для підтвердження проаналізуємо забезпеченість місцевого самоврядування власними фінансовими ресурсами (рис. 1).

З рис. 1. можна побачити, що місцеві бюджети України й досі залишаються недостатньо самостійними та значно залежать від трансфертів з державного бюджету. Проте спостерігається позитивна тенденція до зростання питомої ваги власних ресурсів.

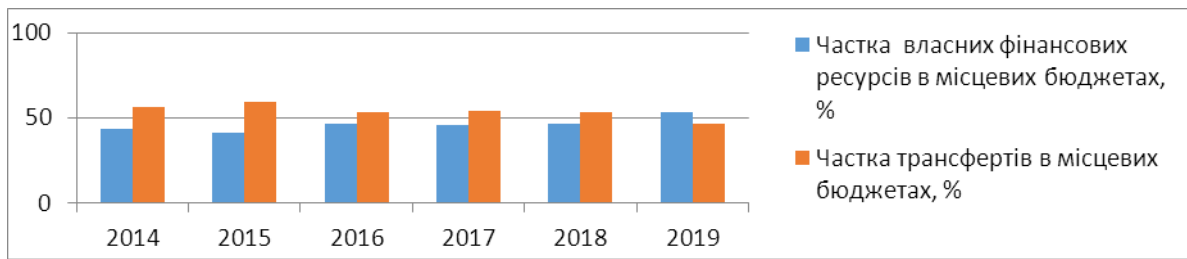


Рис. 1. Забезпеченість місцевого самоврядування України власними фінансовими ресурсами  
Джерело: побудовано автором на основі [2].

Також для оцінки ефективності впровадження реформи децентралізації розглянемо як змінилася частка ВВП, що розподіляється через місцеві бюджети в Україні за 2014–2019 рр. та порівняємо з показниками країн ЄС (рис. 2).

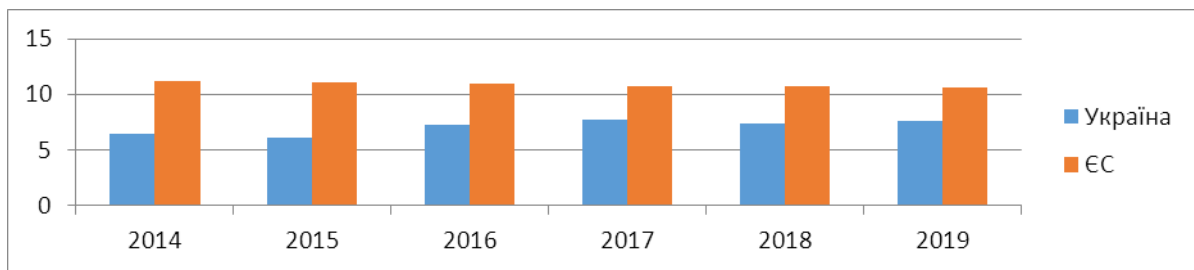


Рис. 2. Частка ВВП, що розподіляється через місцеві бюджети  
Джерело: побудовано автором на основі [2,3].

З рис. 2 видно, що місцеві бюджети України розподіляють меншу частку ВВП, ніж місцеві бюджети країн ЄС. Проте, за даним показником також спостерігається позитивна тенденція до зростання.

Таким чином, можна сказати, що європейський досвід, втілений в реформі децентралізації, позитивно впливає на місцеві фінанси України, проте серед основних завдань залишається збільшення власних фінансових ресурсів місцевого самоврядування та чіткий розподіл повноважень між центральною та місцевою владою.

### Список використаних джерел:

1. Місцеві фінанси та бюджетна децентралізація/ Децентралізація: офіційний сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/finance>
2. Статистичний збірник: “Бюджет України 2019” / Міністерство фінансів України: офіційний сайт. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/2\\_Budget\\_of\\_Ukraine\\_2019\\_\(for\\_website\)%20\(1\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/2_Budget_of_Ukraine_2019_(for_website)%20(1).pdf)
3. Government revenue, expenditure and main aggregates / Eurostat: офіційний сайт. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/GOV\\_10A\\_MAIN\\_custom\\_72825/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/GOV_10A_MAIN_custom_72825/default/table?lang=en)

## ПОДАТКОВЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Баранник Л. Б., Соломка Я. А.

В останні роки цифрова трансформація економіки в Україні є одним з головних пріоритетів. З метою реалізації концепції розвитку інформаційного суспільства затверджено програму «Цифрова економіка України». Можна виділити два основних підходи до трактування поняття «цифрова економіка», які спираються на дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених у даній області. До цього визначення включають всі напрямки економічних відносин, в основі яких лежать інформаційні технології та телекомунікації.

Вплив цифрової економіки на податкову систему України можна окреслити в чотирьох аспектах:

- впровадження та надання цифрових державних послуг Державною податковою службою (далі – ДПС) України;
- автоматизована система податкового контролю;
- створення сприятливих податкових умов для стимулювання інвестицій в цифрові технології;
- визначення та розробка механізму оподаткування нових продуктів, операцій, що виникли в зв'язку з застосуванням цифрових технологій.

До переваг економіки нового типу слід віднести простоту та швидку взаємодію між учасниками, за допомогою якого економічні процеси управляються просто, прозоро; така економіка може розвиватися досить легко на міжнародному рівні, без проблем інтегруватися в різні державні процеси. При цьому цифровізація економіки вимагає визначення нових підходів до податкового адміністрування в зв'язку з виникненням бізнес-моделей якісно нового формату [1, 90].

У сфері оподаткування державні послуги надає ДПС України. Кожному платнику податків надається доступ до особистої податкової інформації. Наприклад, електронний сервіс «Особистий кабінет фізичної особи» надає можливість обмінюватися інформацією з податковою інспекцією, заповнювати декларації з податку на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО) онлайн, відслідковувати статус їх камеральної перевірки, контролювати стан розрахунків з бюджетом. Для фізичних осіб, які є індивідуальними підприємцями або платниками єдиного соціального внеску, представлені окремі сервіси, що дозволяють їм виконувати необхідні для їх діяльності функції.

Варто відзначити високий рівень податкового адміністрування в Швеції, яке влаштовано таким чином: на кожного платника податків оформляється ІД за принципом дії розрахункового рахунку; на ньому відображаються всі суми сплачених податків та отриманих з бюджету повернень зайво сплачених сум; податкова декларація заповнюється самостійно податковим органом, який має доступ до інформації про доходи платників податків.

Отже, податковими органами багато робиться в напрямі покращення роботи з платниками податків, ці взаємовідносини все більше приймають сучасні

проєвропейські форми. Основні виклики податкового адміністрування в умовах цифрової економіки можна визначити так:

- в бізнес-процеси залучається величезний обсяг об'єктів оподаткування;
- неухильно зростає велика кількість нових бізнес-моделей;
- складно визначити юрисдикцію, з якою пов'язано отримання доходу;
- у компаній з'явилася можливість мати on-line присутність без адекватного податкового навантаження;
- висока мобільність покупця і бізнес-функцій показала, що визначення покупця через громадянство втратило актуальність;
- спостерігається здійснення незаконної підприємницької діяльності за допомогою використання мережі Інтернет, включаючи електронну торгівлю і фінансові послуги [2, 136].

Цифровізація змінює форми і структуру зайнятості, ринку праці в цілому. Люди все більше стають самозайнятими і вільними у виборі місця та часу роботи. У найближчій перспективі, як прогнозують спеціалісти, повна зайнятість буде змінюватись на часткову, а наймані працівники – на фрілансерів. Це означає, що дохід, який вони отримуватимуть за свої послуги і податок з нього буде сплачуватись не з джерела доходу, а все більш поширеним стане – декларційним способом сплати податків з персонального прибуткового податку. В структурі доходів населення існує тенденція до зменшення питомої ваги трудових доходів найманих працівників. Це зрозуміло буде мати вплив на динаміку об'єкту оподаткування і податкові надходження [3, 18].

Таким чином, формування цифрової економіки є процесом глобальних змін у всіх сферах діяльності, особливо державного управління. Поява в економіці України новітніх фінансових інструментів, заснованих на цифрових технологіях, вимагає вирішення цілої низки проблем в оподаткуванні. Причому в якнайшвидшому вирішенні питань оподаткування зацікавлена не тільки держава, але і учасники ринку - платники податків, так як відсутність конкретних правових аспектів визначення цифрових грошей не представляє можливості внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів.

### **Список використаних джерел:**

1. Гулькова Е. Л., Карп М. В., Тупалина М. В. Нологовы вызовы цифровой экономики. *Экономика: проблемы, решения и перспективы*. 2019. № 4. С. 89–95.
2. Баранник Л. Б. Проблеми оподаткування в епоху цифрової економіки. Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (29 лютого 2019 р., м. Кривий Ріг). Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. 2019. С. 136.
3. Швабій К. І. Оподаткування в епоху діджиталізації. Оподаткування та економічна безпека держави в епоху діджиталізації: збірник матеріалів науково-практичного круглого столу, (23 лютого 2018 р., м. Ірпінь). Ірпінь: Університет ДФС України, 2018. 265 с.

# ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Рудик М. О.

Сучасний розвиток суспільства, зокрема його економічний та технологічний аспекти характеризується небаченими досі темпами. Одним із головних чинників, що зумовлює такий стрімкий поступ, є діджиталізація, чи перехід до цифрового суспільства. Інформаційні технології сьогодні всюди, їхній швидкий розвиток є передумовою створення нових галузей економіки, докорінних змін інших, а ще окремі галузі залишають в історичному минулому. Між іншим, цифровізація також вплинула на функціонування економіки в цілому та різних учасників ринку зокрема. Оскільки, що економіка, що інформаційні технології є тими елементами, з якими кожен індивід взаємодіє майже безперервно, то й проблематика впливу ІТ на суспільство є актуальною.

На думку Карчевої Г. та інших, з якою ми погоджуємось, “цифрова економіка – це інноваційна динамічна економіка, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення” [1].

Безперечно, перехід до концепції цифрового суспільства має ряд переваг. Серед них і вищезгадане підвищення ефективності економіки, легший доступ до фінансових ресурсів, нові технології збереження та захисту даних, цифрові фінансові послуги та багато іншого. Важливим позитивним наслідком цифровізації економічних процесів є широка фінансова інклюзія населення, що, з одного боку, пришвидшує трансформацію заощаджень у інвестиційні ресурси, з іншого, – підвищує рівень фінансової грамотності окремих індивідів та суспільства в цілому.

Окрім переваг, існує ряд викликів та загроз, які слід взяти до уваги, впроваджуючи новітні технології. Перш за все, це збільшення технологічного безробіття та зростання обсягу необхідних ресурсів для перекваліфікації персоналу. Також важливим аспектом є збільшення витрат на кібербезпеку, розбудову нової фінансової інфраструктури, щоби головно запобігти слабинам цифрового суспільства (збереження персональних даних користувачів, належний захист інтелектуальної власності тощо).

Зауважимо, що вплив цифрових інформаційних технологій особливо акцентовано помітний у сфері банківської діяльності. Стабільне функціонування цієї сфери фінансової системи на сьогодні є наріжним каменем безперервного забезпечення фінансовими ресурсами суб'єктів господарювання, зокрема щодо фінансування їхніх оборотних активів. Розвиток банківського сектору є запорукою безперебійного функціонування виробничого процесу в реальному секторі економіки. Однак діджиталізація вносить

корективи у механізми взаємодії банків та суб'єктів господарювання. Серед викликів, що постають перед банками, є кібербезпека, захист персональних даних споживачів, шахрайство та необхідність безперервної роботи.

Варто зазначити, що ці нові проблеми ще не до кінця охоплені традиційними наглядовим та регулюючим підходами як в національній, так і у світовій фінансових системах, тому необхідною є адаптація нормативно-правової бази до нових реалій, що дозволяло б у майбутньому пом'якшувати або усувати кризові ситуації. На думку Гонзалез-Парамо Ж., “реакція [на проблеми, пов'язані з цифровізацією] повинна опиратися принаймні на чотири основні аспекти: чітко визначена політика щодо контролю та управління новими технологічними ризиками у фінансовому секторі, запуск інноваційних центрів, створення безпечного середовища для ринкових експериментів (так звані “регуляторні пісочниці”) та набуття нових цифрових навичок і колективного мислення” [5].

Погоджуємося, що регулюючі та наглядові органи є ключовими рушіями змін, що так необхідні при трансформації фінансової сфери. Також варто звернути увагу на особливості фінансового сектора, який через свій суперечливий характер потребує нагляду й регулювання, можливо, й ефективнішого, ніж інші сектори економіки. Численні приклади економічних потрясінь, з якими зіткнувся світ в останні десятиліття, показали, що наявність сильної фінансової системи є необхідною чинником для стабільного економічного зростання. А важливою передумовою цього є забезпечення нормального функціонування фінансових інституцій. З цією метою Європейський центральний банк висунув чотири цілі, що імплементуються через регулювання та нагляд. Насамперед, сприяння стабільності фінансової системи, уникнення системного ризику, банківських панік та неправильної роботи платіжних систем; підтримка безпеки та платоспроможності банків; захист споживачів фінансових послуг та підвищення ефективності та конкуренції в системі [4].

Також, важливо зазначити, що технологічний прогрес, крім створення нових викликів, допомагає фінансовій сфері та урядам краще вирішувати проблеми задля фінансової стабільності, захисту споживачів та цілісності фінансової системи. Зокрема, технологія “RegTech” покращує функції управління ризиками та сприяє більш дієвому дотриманню нормативних вимог. Це досягається за допомогою автоматизації ручних процесів завдяки програмам, які здатні самонавчатись [2]. Приміром, високу оцінку вищезгаданій технології дав De Nederlandsche Bank, сказавши, що це відкрило їм можливість автоматизації певних процесів нагляду [3].

Підсумовуючи вищевикладене можемо стверджувати, що трансформація суспільства у напрямку цифровізації докорінно змінює спосіб функціонування багатьох механізмів розвитку суспільства. Зокрема, відповідні зміни відбуваються і в економіці. Поряд з перевагами, які досвідчує світове господарство, воно зустрічається із рядом нових викликів, серед яких важливим є оновлення методів регулювання та нагляду за фінансовим



сектором, як і підтримання стабільності його функціонування, оскільки він є основою подальшого економічного зростання, а також забезпечення кібербезпеки та захисту даних користувачів фінансових послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карчева Г., Огородня Д., Опенько В. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір, вип. 3 (27), Червень 2017. С. 13–21. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/523>

2. Casadas, V., & Sebastián, J. (2016) *RegTech, the new magic word in FinTech*. Digital Economy Outlook, February 2016. P. 4–5. URL: <https://www.bbvaresearch.com/en/public-compuesta/digital-economy-outlook-february-2016/capitulo/regtech-the-new-magic-word-in-fintech>

3. De Nederlandsche Bank (2017). Technological innovation and the Dutch financial sector

4. European Central Bank, Mission statement of the SSM, ECB (website), URL: <https://www.bankingsupervision.europa.eu/about/mission-statement/mission-statement-of-the-ssm/html/index.en.html>

5. González-Páramo, J.M. (2017). Financial innovation in the digital age: challenges for regulation and supervision. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Financial-innovation-in-the-digital-age%3A-challenges-González-Páramo/380982873caa34f525b3985b24204ffa5cdd5179>

### **AUDYT BEZPIECZEŃSTWA INFORMACJI BANKU PODCZAS PRACY Z PIENIĄDZEM ELEKTRONICZNYM**

**Melnychenko Oleksandr**

W dzisiejszych warunkach prowadzenia biznesu najwięcej uwagi poświęca się ochronie informacji. Dlatego należy zwrócić szczególną uwagę na jej bezpieczeństwo – ochronę informacji i infrastruktury wspierającej przed przypadkowymi lub umyślnymi działaniami o charakterze naturalnym lub sztucznym, które mogą powodować niedopuszczalne szkody dla podmiotów informacji, w szczególności właścicieli i użytkowników informacji i wskazanej infrastruktury.

Podczas pracy z pieniędzmi bezpieczeństwo informacji odgrywa decydującą rolę w dobrobycie społeczeństwa i bezpieczeństwie finansowym podmiotów gospodarczych i państwa jako całości.

Przeprowadzając audyt bezpieczeństwa informacji w bankach podczas pracy z pieniądzem elektronicznym, weryfikując gotowość organizacyjną, techniczną i prawną instytucji do działalności z tym instrumentem płatniczym, audytorzy powinni zwrócić uwagę w szczególności na szkolenie pracowników banku odpowiedzialnych za bezpieczeństwo informacji, na organizację dostępu do elementów systemu informatycznego, ograniczenie dostępu do sprzętu i oprogramowania systemu informacyjnego itp. Dlatego jednym z ulepszeń

bezpieczeństwa banku jest ciągle i systematyczne podnoszenie kwalifikacji tej kategorii pracowników, w szczególności uczestnictwo w konferencjach, sympozjach, wystawach odpowiednich tematów. W związku z tym wskazane byłoby, naszym zdaniem, również oszacowanie kosztów uczestnictwa w wydarzeniach edukacyjnych, w szczególności odnośnie funkcjonowania systemów pieniądza elektronicznego i organizacji ich obiegu, ochrony itp.

Analizując działania organizacyjne mające na celu ochronę informacji, wskazane jest, aby audytorzy zwracali uwagę na dostępność i jakość dokumentów regulujących emisję, obieg i spłatę pieniądza elektronicznego. Ponadto banki emitujące powinny opracować szczegółowe instrukcje dla użytkowników odnośnie pracy z pieniądzem elektronicznym.

Następujące dokumenty powinny określać zalecenia, w szczególności:

- ograniczanie długości, złożoności i czasu życia haseł zapewniających dostęp do portmonetek elektronicznych lub innych elementów systemu informacyjnego;

- aby hasło było znane tylko jednemu użytkownikowi. W przypadku incydentu, posiadacz konta zostanie pociągnięty do odpowiedzialności, ponieważ nie będzie dowodów na to, że nie zostało to zrobione przez niego. To zostanie zapisane w protokołach aktywności pracowników, które potwierdzają wszelkich działania w systemach informatycznych. Dlatego posiadacz konta lub portfela elektronicznego jest zainteresowany tym, aby jego hasło było znane wyłącznie jemu;

- zakaz korzystania z funkcji automatycznego pamiętania haseł, jeśli zapewnia taką możliwość system informacyjny;

- zalecenia, że hasła dostępu do systemów informacyjnych nie powinny być używane w różnych środowiskach;

- unikanie podglądania przez innych osób podczas wprowadzania haseł;

- zalecenia zmienić hasło w przypadku podejrzenia naruszenia hasła lub przekazania go innym osobom.

Tak, hasło dostępu nie powinno być: puste lub proste, na przykład "12345"; zgadzać się z imieniem właściciela konta, numerem telefonu komórkowego itp.; być słownictwem; kojarzyć się z informacją o użytkowniku. Jednocześnie hasło musi zawierać co najmniej 8 znaków i kombinację cyfr, wielkich i małych liter oraz znaków specjalnych (~! @ # \$% ^ & \* () {} |. ;;; < > ").

Jednocześnie wskazane jest sprawdzenie dotrzymania aspektów prawnych, które polegają na tworzeniu zasad zachowywania się personelu, tworzeniu metod wykrywania i ujawniania przestępstw za pomocą systemów i technologii informacyjnych.

W konsekwencji, przeprowadzając audyt bezpieczeństwa informacji banku uczestniczącego w systemach pieniądza elektronicznego, należy zwrócić uwagę nie tylko na tradycyjne działania organizacyjne i techniczne, ale także na psychologiczne przygotowanie pracowników do metod inżynierii społecznej. Takie podejście do prowadzenia nowoczesnego audytu w banku pozwoli na zapewnienie bezpieczeństwa informacji na odpowiednim poziomie w kontekście

szybkiego rozwoju technologicznego i dokładnego podejścia do kategorii systemu informatycznego, która jest znacznie szerszą niż np. bezpieczeństwo komputerowe, finansowe lub ekonomiczne i wymaga specjalnego szkolenia audytorów i zaangażowanie ekspertów w przeprowadzanie kontroli.

Audyt bezpieczeństwa informacji banku podczas działalności z pieniądzem elektronicznym nie jest instrumentem weryfikacji lub kontroli, ale środkiem zapewnienia użytkownikom, że system jest niezawodny, bezpieczny i nie powoduje napięć finansowych i społecznych w społeczeństwie.

#### **List of sources user:**

1. Мельниченко О. В. Аудит інформаційної безпеки банку при роботі з електронними грошима // Проблеми економіки. 2013. № 4. С. 341–347.

2. Мельниченко О. Аудит електронних грошей за міжнародними стандартами // Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 6, Т. 1. С. 115–122.

3. Мельниченко О. В. Теорія, методологія та практика обліку, аналізу і аудиту електронних грошей в банках. Житомир : ЖДТУ, 2015. 384 с.

4. Drozd W., Marszalek-Kawa J., Miskiewicz R., & Szczepanska-Waszczyzna K. (2020). *Digital Economy in the Comporary World*. Torun: Wydawnictwo Adam Marszalek.

5. Drozd W., Miskiewicz R., Pokrzywniak J., & Elzanowski F. (2019). *Urban Electromobility in the Context of Industry 4.0*. Torun: Wydawnictwo Adam Marszalek.

6. Dźwigol H. (2019). Research Methods and Techniques in New Management Trends: Research Results. *Virtual Economics*, 2(1), 31–48. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01(2))

7. Dźwigol H. (2019). The Concept of the System Approach of the Enterprise Restructuring Process. *Virtual Economics*, 2(4), 46–70. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04\(3\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04(3))

8. Dźwigol H., Dźwigol-Barosz M., & Kwilinski A. (2020). Formation of Global Competitive Enterprise Environment Based on Industry 4.0 Concept, *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1–5.

9. Dźwigol H., Dźwigol-Barosz M., Zhyvko Z., Miskiewicz R., Pushak H. (2019). Evaluation of the Energy Security as a Component of National Security of the Country. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 8(3), 307–317. URL: [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3\(2\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3(2))

10. Dźwigol H., Shcherbak S., Semikina M., Vinichenko O., & Vasiuta V. (2019). Formation of Strategic Change Management System at an Enterprise. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(SI1), 1–8.

11. Dźwigol H.; & Wolniak R. (2018). Controlling w procesie zarządzania chemicznym przedsiębiorstwem produkcyjnym [Controlling in the Management Process of a Chemical Industry Production Company]. *Przemysł Chemiczny*, 97(7), 1114–1116. URL: <https://doi.org/10.15199/62.2018.7.15>

12. Dźwigol H., Dźwigol-Barosz M., Miskiewicz R., & Kwilinski A. (2020). Manager Competency Assessment Model in the Conditions of Industry 4.0.

*Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2630–2644. URL: [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(5\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(5))

13. Kwilinski A., Vyshnevskiy O., & Dzwigol H. (2020). Digitalization of the EU Economies and People at Risk of Poverty or Social Exclusion. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(7), 142. URL: <https://doi.org/10.3390/jrfm13070142>

14. Miśkiewicz R., & Wolniak R. (2020). Practical Application of the Industry 4.0 Concept in a Steel Company. *Sustainability*, 12(14), 5776. URL: <https://doi.org/10.3390/su12145776>

15. Miśkiewicz R. (2019). Challenges Facing Management Practice in the Light of Industry 4.0: The Example of Poland. *Virtual Economics*, 2(2), 37–47. URL: [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.02\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.02(2))

16. Miśkiewicz R. (2018). *The Importance of Knowledge Transfer on the Energy Market*. *Polityka Energetyczna*, 21(2), 49–62. URL: <http://dx.doi.org/10.24425%2F122774>

17. Miskiewicz R. (2017b). *Knowledge Transfer in Merger and Acquisition Processes in the Metallurgical Industry*. Warsaw: PWN.

18. Miskiewicz R. (2017a). Knowledge in the Process of Enterprise Acquisition. *Progress in Economic Sciences*, 4, 415–432. URL: <https://doi.org/10.14595/PES/04/029>

19. Pajak K., Kvilinskyi O., Fasiiecka O., & Miśkiewicz R. (2017). Energy Security in Regional Policy in Wielkopolska Region of Poland. *Economics and Environment*, 2(61), 122–138. Retrieved from URL: [https://www.ekonomiaisrodowisko.pl/uploads/eis%2061/11\\_pajak.pdf](https://www.ekonomiaisrodowisko.pl/uploads/eis%2061/11_pajak.pdf)

## ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ХАРАКТЕРНІ РИСИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Смєсова В. Л.

Сучасне господарство характеризується активним розвитком цифрового суспільства і цифрової економіки, що обумовлює формування все нових і нових потреб економічних суб'єктів у цій сфері та створює необхідність розширення виробництва цифрових економічних благ.

Якщо звернутися до трактування сутності категорії “цифрова економіка” науковцями, то приходимо до висновку, що частіше за все під цим поняттям розуміють такий тип економіки, для якого є характерним домінування цифрових технологій (Д. Тепскотт) або ж специфічний тип господарювання, ключову основу якого складають інформаційні ресурси, зокрема, цифрові дані, а також способи і методи управління ними, що обумовлюють відповідний характер виробництва, розподілу, обміну та споживання в економіці (Н. Стефанцова, А. Седова). Останнє визначення використано також в Економічній стратегії України 2030Е “Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою”.

У вузькому значенні під цифровою економікою часто розуміють діяльність, пов'язану з використанням цифрових інформаційних даних та цифрових інформаційних технологій. При цьому йдеться не тільки про виробництво цифрових товарів та послуг, але і про їх споживання шляхом використання цифрових технологій.

Дійсно, сьогодні цифрові інформаційні технології проникли у всі сфери суспільного життя, галузі та сфери економічної діяльності. Рівень використання цифрових інформаційних технологій та цифрових даних прямо пов'язаний з ефективністю виробництва, розподілу й обміну в економіці, ступенем використання економічних ресурсів, темпами і пропорціями економічного розвитку. З одного боку, підприємства масово переходять до виробництва продукції, виготовленої з використанням цифрових технологій, все більше і більше застосовують у своїй діяльності цифрові технології для фінансових розрахунків, отримання дозвільних документів, реалізації продукції через Інтернет-мережу, проведення рекламних та маркетингових заходів в Інтернеті, прийняття економічних та адміністративних рішень шляхом застосування цифрових технологій, проведення онлайн-зустрічей, підбору персоналу і підвищення кваліфікації трудових ресурсів та ін. З іншого боку, споживачі ставлять все нові і нові вимоги до якісних характеристик товарів та послуг, до можливості економії часу в процесі купівлі товарів, швидкості здійснення розрахунків, наявності технічної підтримки, можливості онлайн-замовлення та отримання сервісних послуг в режимі 24/7 тощо. Держава також активно застосовує цифрові технології в процесі надання державних послуг, оподаткування, ведення державних реєстрів, оформлення дозвільної документації, державного управління, у діяльності різноманітних державних служб та установ.

Цифровізація охопила сфери охорони здоров'я, освіти, науки, фінансів, паливно-енергетичний комплекс, національної та економічної безпеки тощо. Відповідно цей процес безпосередньо впливає на її кількісні, а також якісні показники, причому як на макро-, так і на мікрорівні – ВВП, національний дохід, обсяги інвестицій, темпи економічного зростання, прибуток і заробітну плату, рівень розвитку продуктивних сил, науки, техніки і технологій виробництва, якість суспільних товарів та послуг, рівень людського розвитку, конкурентоспроможність тощо. За таких умов визначальну роль у розвитку економіки і суспільства відіграють вже не матеріальні, а інформаційні і людські ресурси, зокрема, інтелектуальні, оскільки саме вони є основою для створення і реалізації інформаційних продуктів та інформаційних технологій, наукових відкриттів та винаходів, нових знань та досвіду, технологічних інновацій та інвестицій у інформаційно-комунікативні технології (ІКТ). У зв'язку з цим науковці зауважують, що цифрова економіка є не просто тенденцією сучасного економічного розвитку, а є новою стадією суспільного розвитку, відмінною рисою якої є масове застосування у господарстві цифрових інформаційних технологій, зміни у характері і структурі виробництва, каналах і способах взаємодії економі-

чних суб'єктів, методах організації та управління виробництвом, закономірностей її розвитку, якості продуктивних сил. Характерними відмінностями цифрової економіки є повсюдне використання у виробництві інформаційних послуг, зміна якісних характеристик готового продукту в бік застосування інформаційних технологій, знань та досвіду, а також використання нових технологій організації та управління, заснованих на ІКТ, розширення інноваційної складової виробництва, збільшення частки інвестицій в науку, техніку і технології, розширення ринку цифрових технологій і продуктів, розвиток інформаційно-мережевої інфраструктури та ін.

Ступінь розвиненості цифрової економіки оцінюється за допомогою Індексу цифрової економіки та суспільства (DESI). Даний індекс розраховується Європейською комісією для країн Євросоюзу та оцінює рівень цифровізації їх економіки у таких сферах як зв'язок, використання економічними суб'єктами мережі Інтернет, наявність і рівень розвитку людського капіталу, ступінь інтеграції цифрових технологій у суспільстві, діджиталізація державних послуг. Аналіз Індексу цифрової економіки та суспільства у 2020 році свідчить про те, що найбільший прогрес в сфері цифровізації спостерігається у Ірландії, Нідерландах, Мальті, Іспанії, які проводять економічну політику, спрямовану на розвиток цифрових технологій у суспільстві, збільшили обсяги інвестицій у ІКТ, здійснюють цифровізацію державних послуг. Лідерами за показниками цифрових технологій є Фінляндія, Швеція, Данія та Нідерланди. Аутсайдерами – Болгарія, Греція, Румунія та Італія. У зв'язку з тим, що найбільш розвинені країни Євросоюзу не входять до країн – цифрових лідерів, оскільки у цих країнах не так активно впроваджують цифрові технології в економіці і суспільстві, рівень продуктивності цифрового ринку в Європі не такий високий як може бути. Істотні зміни можуть відбутися вже у кінці 2020 р., коли заплановане повсюдне підключення 5G з надвисокою пропускнуною спроможністю. Україна, спираючись на досвід ЄС, сьогодні також активно здійснює процес діджиталізації у сфері державних послуг та діяльності підприємств, енергоспоживання, національної безпеки, освіти, охорони здоров'я, що стане основою для забезпечення економічного розвитку кожної людини і суспільства.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКІВ УКРАЇНИ**

Khmarskyi V., Овчаренко Є. С.

Роль банків в сучасній економіці можна звести до трьох основних аспектів. По-перше, розвинена структура банків дозволяє управляти системою платежів у суспільстві. По-друге, акумулюючи кошти, банки спрямовують їх фактичним позичальникам, при цьому віддаючи пріоритет тим з них, які зможуть спожити грошові кошти найкращим чином. Таким чином, банки найдоцільніше перерозподіляють грошові резерви суспільства. По-третє, банки, діючи відповідно до грошово-кредитної політики держави, регулюють кількість грошей, що перебувають в обігу в тій чи іншій економічній сис-

темі. Діяльність комерційних банків не обмежується акумуляцією та розміщенням зростаючої маси грошових коштів компаній, підприємств і частини населення. Слід зазначити, що банки сприяють накопиченню капіталу, не лише активно втручаючись в усі сторони господарського життя, але і безпосередньо беруть участь у діяльності функціонуючого капіталу або здійснюють контроль над ним. Завдяки банкам діє механізм розподілу та перерозподілу капіталу за сферами або галузям виробництва, який в значній мірі забезпечує розвиток народного господарства залежно від об'єктивних потреб виробництва [1, 519]. У зв'язку з цим оцінка фінансового стану банків являє собою пріоритетний напрямок дослідження з точки зору інформативності для власників, інвесторів, вкладників та інших зацікавлених осіб.

Аналіз фінансового результату діяльності банківського сектору України свідчить, що у 2016-2017 рр. банківський сектор України мав негативний фінансовий результат. Найбільший збиток в сумі 159388 млн. грн. банківська система України отримала за результатами 2016 р. через відрахування до резервів. У 2017 р. банківська система також отримала збиток, але він значно скоротився в порівнянні із 2016 р. У січні-серпні 2020 р. платоспроможні банки України отримали 32641 млн грн чистого прибутку, що на 26,3% менше аналогічного періоду 2019 р., коли банківський сектор заробив понад 44294 млн грн. У II кварталі 2020 р. чистий фінансовий результат банків становив 7,7 млрд грн, що удвічі менше, якщо порівняти з попереднім кварталом, та в 2,4 раза – якщо порівняти з II кварталом 2019 р. Основною причиною стало формування на випередження резервів під очікувані збитки в сумі 13,1 млрд грн за квартал, як це передбачено міжнародними стандартами фінансової звітності [3]. Загальне зниження бізнес-активності під час карантину та падіння попиту на кредити й банківські послуги, а також збільшення неплатежів за кредитами негативно позначаються на процентних та комісійних доходах банків.

Для підвищення прибутковості банків України їхня частка доходів від основної діяльності повинна бути максимальною і прагнути до 100 %, при цьому зберігаючи рівномірність темпів приросту. Для цієї мети необхідно збільшити обсяг найбільш дохідних активних операцій, до яких слід віднести надання позик юридичним і фізичним особам, операції з валютою, операції, що приносять комісійний дохід, а також слід підвищити рівень стабільних джерел доходу. І відповідно знизити обсяг активних операцій, які є недостатньо прибутковими.

До управління витратами банки повинні ставитися з таким же підходом, як і до управління доходами. Необхідно знижувати частку процентних та непроцентних витрат, так як саме вони більшою мірою впливають на зниження фінансового результату. У сучасній ринковій ситуації серед можливих напрямків скорочення витрат можна виділити: підвищення ефективності планування, підвищення ефективності роботи співробітників та ефективна робота відділу кредитування [2].

Національний банк України постійно вдосконалює підходи до аналізу фінансового станку банків і у жовтні 2020 року оприлюднив етапи впровадження оновлених регуляторних вимог до банків на 2021–2024 рр. Зміни ґрунтуються на міжнародних стандартах регулювання діяльності банків, визначених Базельським комітетом та директивами ЄС.

У найближчі чотири роки передбачено введення таких вимог:

- запровадження коефіцієнта чистого стабільного фінансування (NSFR). Це один із двох коефіцієнтів ліквідності, розроблених Базельським комітетом, який стимулюватиме банки поклатися на стабільніші та довші за строками джерела фондування, наприклад, довгострокові депозити, зменшуючи свою залежність від короткострокового фінансування.

- підвищення ваг ризику для незабезпечених споживчих кредитів до 150%. Це стимулюватиме банки до проведення зваженої кредитної політики та забезпечення покриття капіталом ризиків, притаманних сегменту незабезпеченого споживчого кредитування. Також це захистить сектор від накопичення системних ризиків, що сприятиме збереженню фінансової стабільності;

- запровадження мінімальних вимог щодо покриття капіталом операційного та ринкового ризиків. На сьогодні в межах розрахунку мінімальних вимог до капіталу банки повинні тримати капітал лише на покриття кредитного ризику і частково - ринкового ризику (у частині відкритої валютної позиції). Від початку 2022 року банки повинні будуть розраховувати достатність капіталу також і з урахуванням операційного та ринкового ризиків.

- приведення структури капіталу банків у відповідність до міжнародних стандартів. Будуть запроваджені: трирівнева структура капіталу (основний капітал 1 рівня, додатковий капітал 1 рівня та капітал 2 рівня), нові вимоги до складових капіталу та порядку вирахувань із капіталу, додаткові "пруденційні фільтри", спрямовані на очищення капіталу від складових, які по суті не здатні поглинати збитки та не забезпечують фінансову стійкість банку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карчева Г. Т. Фінансовий стан банків України в умовах загрози світової фінансово-економічної кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7708> (дата звернення: 14.10.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.3.9

2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення 13.10.2020)



## ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Неголюк Ю. В.

В сучасних умовах поширення глобалізації та виходу бізнесу на світову арену, одним із основних ресурсів, який може зробити цей процес легшим та більш ефективним є інформація. Сьогодні, в міру загострення екологічних, економічних та політичних проблем, Інтернет-простір став одним із найбезпечніших та найприбутковіших серед суспільства XXI століття. Свою роль зіграла і пандемія Covid-19, оскільки в епоху закритості кордонів та самоізоляції одним із способів заробляти та поширювати інформацію та свою продукцію стало використання цифрових технологій. Онлайн бізнес, онлайн промоутери, таргетологи – зайняли основні ніші в рейтингах професій майбутнього.

Країни, які успішно включали диджиталізацію в усі сфери життя суспільства, а саме: економічну, юридичну, політичну, фінансову, соціальну та медичну, легше справилися з кризою пандемії. Так, наприклад, у Латвії, Естонії та Китаї не виникло ніяких проблем зі сплатою податків чи державними виплатами, оскільки система цих країн є цифровізованою, відкритою та керується з будь-якої країни.

Проблема цифровізації економіки та політичного апарату все ще гостро проявлялася в Україні. Недостатня відкритість інформації, важкість подання й високі податки та збори для підприємців – все це призвело до суттєвих втрат у бюджеті країни. Також спостерігається недовіра громадян до впровадження нових технологій, оскільки не спостерігається підтримки уряду. Наприклад, влада затягує виплати, здійснює обіцяні виплати по «зеленому тарифу».

Цифровізація – це процес переходу суспільства на новий рівень розвитку Індустрії 4.0, за умов включення у всі її сфери життя нових технологій та введення інформації, як основного відновлювального ресурсу, який призведе до піднесення економічних показників та покращення добробуту населення при найменших затратах.

Узагальнюючи існуючі визначення цифрової економіки, слід зазначити, що у більшості визначень домінує компонентний підхід при розгляді економічної сутності цифрової економіки. Так, Міжнародна організація OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) та вчений Томас Мезенбург виділяють три основні компоненти цифрової економіки [1]:

- підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);
- електронний бізнес або e-business (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);
- електронна комерція або e-commerce (дистрибуція товарів через Інтернет).

Для успішного формування цифрової економіки потрібні ефективно функціонуючі три компоненти [1]: нормативно-правова база, яка б сприяла конкуренції і виходу на ринок підприємствам, дозволяла фірмам повною мірою використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій; навички, необхідні працівникам, бізнесменам, державним службовцям, для використання можливостей цифрових технологій; ефективні підзвітні інститути, що використовують Інтернет для розширення прав і можливостей громадян.

Звичайно впровадження цифрової економіки несе і свої виклики, а саме: готовність суспільства, якісна Інтернет-мережа, достатня забезпеченість знаннями та ресурсами всіх верст населення.

Чудовим прикладом для України може стати Естонія. За останнє десятиліття країна спромоглася вийти на зовсім новий рівень інформаційного забезпечення та вивести свою фінансову та політичну сферу повністю на «е-рівень». Так з 2010 р. у них почала діяти система e-Residency, що дозволила спростити процедуру ведення бізнесу та оплати податків, полегшити контроль за виконанням своїх обов'язків населенням та зробити доступною всю політичну та фінансову інформацію для громадян країни, де б вони не були.

Естонська економіка — одна з найбільш динамічних у балтійському регіоні, а частка урядових інвестицій у національному ВВП найвища в Європі. За даними Держстату Естонії, у третьому кварталі 2019 р. ВВП країни зріс на 4,2 %, порівняно з цим же періодом 2018 р., ІТ-сектор — на 0,9 п. п. та становив 6,2 % ВВП країни.

Динаміка ВВП Естонії відображена на рис. 1.

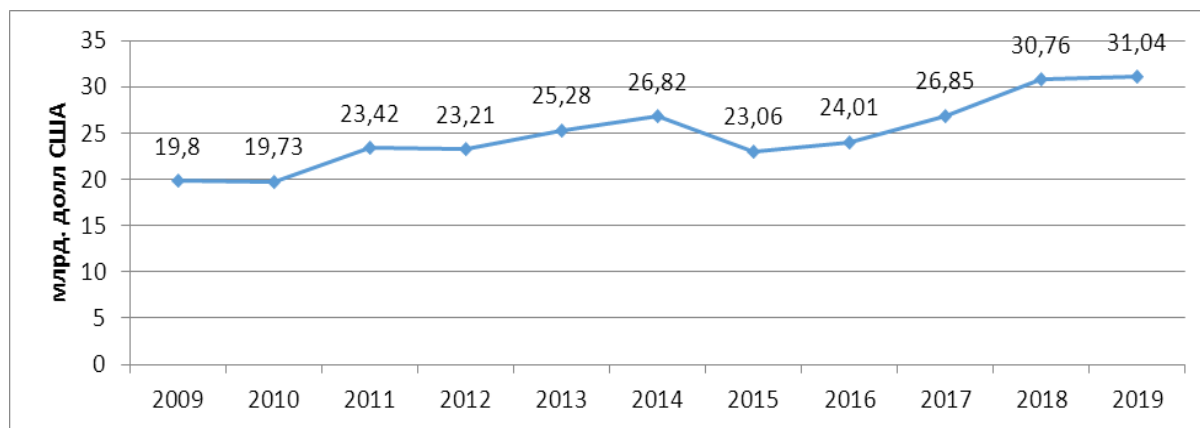


Рис. 1. Динаміка ВВП Естонії, 2009–2019 рр., млрд. дол. США [2]

Таким чином, цифровізація та діджиталізація економіки сприяє прискоренню економічного зростання країни та покращенню загального благополуччя населення. Залучення цифрових технологій призводить до зростання рівня основних економічних показників та підвищення конкурентоспроможності країни за правильних та чітких дій уряду. В еру все більшо-

го використання ресурсів та пошуку їх заміни, інформація, як ресурс, може стати основним чинником економічного процвітання суспільства та поширення цілісності й рівності доступу до нього для всіх країн.

#### **Список використаних джерел :**

1. Данилова Н. Ф, Сараева И. В. Глобальное цифровое пространство. Перспективы и угрозы для экономического развития стран. Известия Саратовского университета. 2019. С. 4-6

2. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/home?> (дата звернення: 11.10.2020)

### **ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГАЛУЗІ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Біліченко А. П.

Сучасний етап становлення постіндустріального суспільства і його економічної системи нерозривно пов'язаний із розгортанням діджиталізації (цифровізації) господарських процесів внаслідок бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, електронного врядування, мережевих систем тощо.

Нинішні тенденції економічних трансформацій в Україні в умовах становлення цифрової економіки супроводжуються формуванням відповідного інформаційного (цифрового) простору між учасниками суспільства постіндустріального типу – громадянами, бізнесом і владою. Важливою частиною такого простору й об'єктом цифровізації виступає податкова система країни, податкове регулювання господарських процесів.

Проблематика застосування ІТ-технологій у сфері оподаткування в межах України починає вивчатися на науковому рівні. Зокрема, дане питання висвітлювали в своїх працях такі вітчизняні вчені, як В. Вишневський, О. Бречко, М. Гаман, Л. Матвейчук та ін.

В умовах євроінтеграції для держави постає потреба в оцінюванні податкових ризиків, оптимізації податкових результатів та покращенні податкового планування, а також виникає проблема недостатнього оснащення сучасними ІТ-рішеннями в галузі податкового контролю. Таким чином, актуальним є вдосконалення методів податкового планування та аналізу, зокрема шляхом застосування сучасних технологічних рішень.

Технологічними рішеннями, які використовуються в податках та зазвичай працюють одночасно й активно взаємодіють між собою, є:

– комплаєнс-рішення, метою застосування яких є підвищення ефективності та якості підготовки податкової звітності, скорочення часу на підготовку податкової звітності, уникнення помилок через людський фактор;

– інсайт-рішення, які застосовуються для більш глибокого аналізу бухгалтерської та комерційної інформації, надання цінних даних для прийняття рішень (інсайтів) та виявлення помилок у нарахуванні податків;

– управління процесами, яке застосовується з метою організації та контролю звітного процесу й оцінювання ризиків;

– інфраструктура для забезпечення роботи щодо комплаєнс-, інсайт-рішень і управління процесами, яка використовується для підтримки та забезпечення роботи вищезгаданих рішень.

Основними технологіями для побудови системних рішень в оподаткуванні є блокчейн (розподілена база даних, що зберігає впорядкований ланцюжок записів або блоків, що постійно довшас), штучний інтелект та роботизація.

Блокчейн може застосовуватись в таких напрямках: податок на додану вартість (ПДВ), податок на прибуток, трансфертне ціноутворення, цифрові рахунки тощо. Практична реалізація даної технології полягає, наприклад, у реєстрації ПДВ в блокчейн-реєстрі, фіксації даних щодо всіх інвойсів та платежів у блокчейн, фіксації прибутку за трансакційною основою для визначення частки його розподілу тощо.

Напрямами застосування технології штучного інтелекту в оподаткуванні є: податковий аналіз, природна мова, автоматизація, аналіз процесів, оцінка рівня розвитку податкової функції. На практиці застосування вищевказаної технології полягає в «розумному» розподілі звернень до податкової служби та автоматичних відповідях на типові питання, інтелектуальному перекладі технічних документів, чат-ботах для відповіді на запити та звернення платників податків, роботизації процесу заповнення податкових декларацій, побудові алгоритмів автоматизованого пошуку та збору податкової інформації із різних джерел, контролі та аналізі процесів підготовки податкової звітності та ін.

До напрямків застосування роботизації в оподаткуванні відносяться: автоматизація введення даних, інтеграція різних систем, виконання однакових, регулярно повторюваних завдань, погодження даних із різних систем, перевірка якості та коректності даних, обробка простих бізнес-алгоритмів. Роботизація застосовується під час обробки первинних документів, автоматизованого перенесення даних із різних систем у бухгалтерські системи, виявлення помилок введення даних через автоматизований аналіз та зіставлення заздалегідь заданих алгоритмів, надсилання автоматизованих нотифікацій щодо звірки даних контрагентам та ін. [1].

Отже, з метою вирішення проблеми недостатнього оснащення ІТ-рішеннями в галузі податкового контролю, а також вдосконалення методів податкового планування та аналізу слід використовувати технологічні рішення (комплаєнс-, інсайт-рішення, управління процесами та інфраструктура для забезпечення їх роботи) та застосовувати такі технології в оподаткуванні, як блокчейн, штучний інтелект та роботизація.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чижикова О. В. Глобальні тренди впровадження технологій у сфері оподаткування в контексті цифрової трансформації економіки. *Облік і оподаткування*. Наукові праці НДФІ. 2019. № 3 (88). С. 126–134. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Npndfi\\_2019\\_3\\_11.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npndfi_2019_3_11.pdf)

## ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Новікова Л. Ф., Манза М. М.

Ефективне функціонування економіки країни значною мірою визначається рівнем розвитку банківської системи та її станом. У розвинутих країнах банківська система являє собою результат тривалого й складного історичного розвитку в умовах ринкової економіки. Вітчизняна ситуація з перетворення економіки від планово-адміністративної до ринкової системи управління відбулася за історично короткий проміжок часу, що спонукало банківську систему до швидкого розвитку та особливих трансформаційних кроків.

У контексті таких динамічних подій фахівці банків повинні своєчасно реагувати на всі зміни, що відбуваються на фінансових ринках та в банківській сфері, особливо в кризові часи, коли питанням банківської безпеки необхідно приділяти особливу увагу та розуміти її сутність. Тільки виділивши основні проблеми, оцінивши їх масштаби та зрозумівши причини, що призвели до виникнення проблем, можливо створити систему забезпечення належного рівня фінансової безпеки банку. І система буде ефективною, якщо буде охоплювати комплекс взаємопов'язаних інформаційних, діагностичних та контрольних підсистем, що допомагають оптимізувати фінансові потоки, мінімізувати банківські ризики, забезпечити ефективну діяльність банку, а також зменшити вплив внутрішніх та зовнішніх загроз на його фінансову безпеку.

Становлення і трансформація вітчизняної банківської системи відбувалося в кілька етапів:

1. Етап становлення й трансформації (1991–1996 рр.)
2. Етап якісного зростання та розвитку (1997–2007 рр.)
3. Криза (2008–2009 рр.) та післякризове відновлення (2010–2013 рр.).
4. Банківська криза (2014–2019 рр.)

Ефективне функціонування банківської системи – необхідна умова розвитку ринкових відносин в Україні, що об'єктивно визначає головну роль центрального банку стосовно регулювання банківської діяльності.

Аналізуючи розвиток банківської системи України з часів здобуття незалежності, можна зробити висновок, що її ефективність залежить від кількох зовнішніх макроекономічних і політичних аспектів, а також прорахунків у внутрішній організації банківської справи Національним банком.

- 1) Залежність української економіки від імпорту.
- 2) Відсутність внутрішнього ринку і сировинна спрямованість українського експорту.
- 3) Тіньова економіка і тіньовий валютний ринок.
- 4) Нестабільність політичної системи країни.
- 5) Прорахунки в грошово-кредитній політиці.

Основними проблемами банківської системи України у 2017–2019 рр. стали:

- необхідність докапіталізації низки важливих банківських установ згідно результатів їх стрес-тестування;
- збитковість усієї банківської системи в 2017 році;
- високий рівень інфляції, який значно відхиляється від прогнозованого та постійний ризик зростання валютного курсу.

Стабільність банківської системи країни є необхідною умовою для розвитку ринкової економіки. Ефективність банківської системи повинна виражатися не тільки у операційній ефективності та рентабельності, а у функціональній ефективності, забезпечення якої у сьогоднішніх реаліях розвитку вітчизняної економіки потребує дієвих рішень Національного банку України та уряду щодо створення умов для перерозподілу банківської ліквідності з рахунків центрального банку в кредитування реального сектору.

Головними заходами для забезпечення подальшого ефективного розвитку банківської системи України встановлено наступні:

1. Забезпечення стабільності національної грошової одиниці як у зовнішньому вимірі, так й у внутрішньому.

2. Поступове виведення з ринку фінансових послуг проблемних неплатоспроможних банків та банків, що порушують банківське законодавство та займаються відмиванням коштів.

3. Підвищення банками власної капіталізації з метою забезпечення фінансової стійкості банківської системи України.

4. Удосконалення банківського регулювання, оптимізація валютно-курсової політики.

5. Поступове збільшення вимог щодо платоспроможності, ліквідності банків, впровадження систем і методів управління банківськими ризиками відповідно до вимог ЄС.

6. Посилення захисту прав кредиторів у частині надання їм права на придбання майна боржника, яке є предметом забезпечення за кредитним договором, у рахунок погашення його заборгованості.

Запропоновані заходи сприятимуть стабілізації банківської системи, що у свою чергу зумовить перехід на якісно новий рівень фінансового регулювання і нагляду та забезпечити підвищення стабільності фінансово-кредитної системи в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Вдовенко Л. О.* Тенденції розвитку банківської системи в контексті впливу фінансової кризи // Електронне наукове фахове видання з економічних наук “Modern Economics”. 2018. № 8. С. 37–44.

2. *Грубінка І. І.* Особливості розвитку та сучасного стану банківської системи України в контексті державної монетарної політики // Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. № 10. С. 579–582.

3. *Дзюблюк О.* Актуальні проблеми розвитку банківської системи України // Банківська справа. 2016. № 1. С. 3–32.

## ДЕЯКІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Сосєдка О. В.

За останні 10 років смартфони зробили інтернет мобільним. У 21 тисячолітті діти з раннього віку користуються комп'ютерами, мобільними пристроями та інтернетом, це так зване покоління Z.

Вивченням проблем банківського ринку є предметом дослідження багатьох вітчизняних і закордонних вчених, таких як О. Й. Шевцова, М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Д. Алексєєнко, О. В. Васюренко, В. В. Вітлінський, Д. Д. Гладких, У. М. Гулієв, О. В. Дзюблюк, О. Т. Євтух, Ю. А. Заруба, О. А. Кириченко, В. І. Павлюк, М. К. Реверчук, Крис Скіннер та інші. Однак, сьогодні настільки швидко нові технології входять в наше життя, що необхідні нові дослідження і практичний досвід, щоб передбачити, в якому напрямку рухається банківська система.

05 жовтня 2020 року відбувся Dii Summit від Міністерства цифрової трансформації України, на якому відбулася презентація нових електронних послуг. Ми дізнались, що наша країна першою у світі зробила електронні паспорти, що ми четверті у Європі, хто має електронні права та техпаспорт. Застосунком Дія користується більш ніж 5 мільйонів українців.

Що сьогодні можуть запропонувати банки своїм клієнтам? Адже пандемія змусила багатьох переглянути свою стратегію і змінити напрямки взаємодії між банком і клієнтом. Все більше стали говорити про «Банк на дивані». Такий підхід передбачає:

1. Будь-яку операцію зробити в пару кліків на будь-якому планшеті.
2. Вирішувати всі питання в одному місці (не витрачати час на пошук розділів на сайті і навіть на дзвінки в call-центр).
3. Отримувати готову банківську продукцію без візиту в банк – від покупки валюти до кредитки, привезеної кур'єром.
4. Легальність, безпеку, прозорість операції без шкоди для швидкості.
5. Позбавлення від паперового документообігу.

Які важливі переваги забирає онлайн у офлайна?

Зникає:

– особистий контакт, як додатковий мотив для рішення про покупку продукту;

– додатковий бар'єр для шахрайства (для налагодження процесів потрібен час);

– шарм VIP-обслуговування (коли підтримка важливіше технологій).

З'являються: - залежність від сторонніх ресурсів і технологій (Bank ID, ряд державних баз);

– великі вкладення в IT-сферу + коригування в загальну бізнес-стратегію.

Ідучи шляхом адаптації до змін, які відбуваються в суспільстві нами напрацьований певний досвід в «поєднанні» сили офлайн і онлайн:

1. Розробка і запуск клієнт-банку за принципом «Банк одного візиту». Фізична особа або ФОП вирішує будь-яке питання в одному віртуальному вікні з одноразовим офлайн-контактом з банком за весь період співпраці (10-хвилинна реєстрація або зустріч кур'єра з уже готовим продуктом).

2. Розробка «Банк-месенджер»: навіть без реєстрації в інтернет-банкінгу, просто запустивши свій улюблений месенджер, отримуєте доступ до всіх основних своїх операцій.

3. Виїзні офлайн-відділення на всіх масштабних заходах країни – від п'ятитисячного іт-змагання до всеукраїнського фітнес-марафону.

Обов'язковою складовою цифрової трансформації банку є створення мобільного банкінгу. Ця трансформація набирає швидкість і від банку потрібна активність щоб витримати конкуренцію і бути лідером в галузі.

Збудувавши свій власний процесінговий центр «ПРОКАРД», CONCORDBANK створив три кита безпеки покупок та переказів в інтернеті:

1. Дотримання вимог міжнародних стандартів інформаційної безпеки PCI DSS

2. Підтримка технології 3D Secure від МПС Visa (Verified By Visa) та MasterCard (MasterCard Identity Check)

3. Anti-Fraud Firewall - власна онлайн-система запобігання шахрайським операціям

Сучасні банки мають постійно вивчати зміни в світі ІТ-технологій та впроваджувати їх у конкретні банківські продукти з одночасним контролем операційних, технологічних, стратегічних та інших ризиків. Збалансований розвиток електронної комерції у банківській системі є важливою науковою-практичною задачею.

### **Список використаних джерел:**

1. *Крис Скіннер* «Цифровой банк: как создать цифровой банк или статья им», Москва, ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2015, ISBN 978-5-00057-277-1

2. *Тищенко О. І.* Огляд сучасних тенденцій на ринку онлайн-банкінгу в Україні, Економіка і суспільство, випуск № 13, 2017 р. -URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-13/20-stati-13/1615-tishchenko-o-i,> 12.03.2020.

3. *Ляшенко В. І., Вишневський О. С.* Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.

4. *Мироненко М. Ю. Польова О. Л.* Банки та банківська система: підручник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2017. 416 с.



## ІННОВАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Жарікова Ю. К.

Стрімкі зміни у грошовій структурі та виникнення нових форм грошей спонукають банківську систему до змін. Впровадження інновацій у банківській сфері пов'язане перш за все із процесами глобалізації. Ми погоджуємося з науковцями та практичними фахівцями, які стверджують, що банківською інновацією є результат діяльності банку, спрямованої на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, що сприяють клієнтам в отриманні прибутку [1].

На сьогодні в Україні найбільш розповсюдженими є такі види інноваційних банківських продуктів:

1) мобільний та інтернет-банкінг – це різновиди дистанційного банківського обслуговування, які надають доступ до рахунків та банківських операцій за допомогою мобільного додатку, встановленого на смартфон, або комп'ютера, планшету;

2) “зона 24” – за допомогою цього продукту клієнт може самостійно керувати своїми рахунками, одержувати консультацію фахівця call-центру, залишати заявку на одержання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку;

3) електронний залишок – упровадження даної послуги в касах банку дозволяє скоротити витрати на обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зараховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера;

4) POS-термінали в торговельних мережах – надають можливість розраховуватися картою за придбані товари та послуги, а тому зменшують обсяг готівки в обігу;

5) QR-банкінг – це винахід, за допомогою якого можна, не беручи з собою пластикову картку, легко та швидко оплатити рахунки за товари, послуги та Інтернет-покупки, через QR-код за безконтактною банківською системою, та інші.

Серед нових функцій, які поступово набувають поширення є: онлайн-чати для підтримки клієнтів; послуги з отримання відомостей про розмір заборгованості за державні послуги і комунальні платежі.

В даний час все активніше розробляються і впроваджуються блокчейн-технології, які сприятимуть поліпшенню сервісу транзакцій і акредитації, що представляє особливу значимість для клієнтів банку. Як свідчить зарубіжний досвід, за допомогою розвитку блокчейн-технологій і «хмари» даних банківський бізнес країни може вийти на новий, в тому числі і міжнародний рівень.

Особливу роль в розвитку інновацій банківських комунікацій відіграють Фінтех-стартапи, які виступають розробниками альтернативних рішень в сфері підвищення якості банківських послуг. Основною метою їх

взаємного співробітництва з банками є розробка інноваційних банківських послуг. Останнім часом кількість фінтех-компаній в Україні зростає, активізується і їх співпраця з великими банками, такими як Ощадбанк, Укргазбанк, Райффайзен банк Аваль, Альфа-Банк, Укрсиббанк, ПУМБ, ОTR bank та Мегабанк. Виняток – ПриватБанк, який усі технологічні рішення розробляє без залучення сторонніх команд [3].

Щодо нововведень, то Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Міністерство фінансів України та Фонд гарантування вкладів фізичних осіб 16.01.2020 підписали та почали втілювати Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 р. – покроковий план створення в Україні повноцінної фінтех-екосистеми з інноваційними фінансовими сервісами та доступними цифровими послугами. Стратегія визначає п'ять стратегічних напрямів: фінансова стабільність, макроекономічний розвиток, фінансова інклюзія, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток. Кожен напрямок має свої стратегічні цілі та індикатори виконання.

Стратегічний напрям інноваційного розвитку передбачає: розвиток відкритої архітектури фінансового ринку та оверсайта, забезпечення розвитку ринку FinTech, цифрових технологій та платформ регуляторів, розвиток цифрової економіки.

Вже від 03 жовтня 2020 р. Національний банк дозволив відкривати банківський рахунок з цифровим паспортом. Відтепер громадянам під час дистанційного відкриття рахунку в банку не потрібно фізично пред'являти ID-картку або біометричний закордонний паспорт, якщо вони мають цифровий паспорт або закордонний цифровий паспорт у мобільному застосунку “Дія” [5].

Підводячи підсумки, можна відмітити, що банківська система України перебуває на етапі розвитку та впроваджує новітні продукти в свою діяльність. Якщо збережеться така тенденція, то українські банки будуть мати можливість стати конкурентоспроможними на світовому ринку послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Єгоричева С. Б.* Банківські інновації : навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 208 с.
2. *Золотарьова О. В., Чекал А. А.* Інноваційні банківські продукти та специфіка їх впровадження в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 16. С. 112–115.
3. *Клюско Л. А.* Інновації у сфері банківського бізнесу: збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2019. Вип. 2. С. 109–128.
4. *Онищук М.* Інноваційні продукти на ринку банківських послуг України URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/276.pdf>
5. Офіційний сайт “Національний банк України” URL: <https://bank.gov.ua/>

## **ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ЯК ЧИННИК ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ**

Заруцька О. П., Волошко К. В.

Проблема сутності кредитного ризику та управління ним сьогодні є найактуальнішою для різних кредиторів, а особливо для банківських установ. Під час визначення умов кредитного договору, і далі безпосередньо впродовж терміну його дії постає питання про вибір методів контролюкредитного ризику. Ефективне управління рівнем ризику повинно включати ряд етапів, починаючи з виявлення чинників і закінчуючи постійним моніторингом ризику. Виявлення, вимірювання та моніторинг ризику треба проводити регулярно, безперервно, постійно уточнюючи рівень ризику.

Банки України виконують нормативи кредитного ризику, але мають велику частку проблемних і непрацюючих кредитів. Це свідчить про лояльність нормативних обмежень та необхідність застосування інших заходів управління ризиками. Так, наприклад, нормативне значення Н7 встановлюється з метою обмеження кредитного ризику, що виникає внаслідок невиконання окремими контрагентами своїх зобов'язань та становить не більше 25 %. За три останні роки спостережень в АБ “УКРГАЗБАНК”, значення даного нормативу коливалося в межах 13,0–19,55 %. Норматив Н8 встановлюється з метою обмеження концентрації кредитного ризику за окремим контрагентом або групою пов'язаних контрагентів (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу). У АБ “УКРГАЗБАНК” значення нормативу коливалося в межах від 146,82–449,5 в аналізованому періоді, що вважається нормою. Станом на 01.09.2020 спостерігаємо суттєве зменшення даного нормативу, що свідчить про низьку концентрацію кредитних ризиків в АБ “УКРГАЗБАНК”. Норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами (Н9) знаходиться в межах 0,30–0,36 %, що свідчить про низький рівень ризику за операціями кредитування пов'язаних з банком осіб [1].

У той же час, якість кредитного портфелю АБ “УКРГАЗБАНК” не є задовільною. Наприклад, 52,1 % кредитів в національній валюті видано боржникам, що знаходяться в 5 класі, тобто є непрацюючими. Розподіл кредитів за класами боржника – юридичної особи станом на 01.09.2020 р., показує, що найбільша частка кредитів – 24,95 % видана саме 10 класу боржників, які є непрацюючими. Це свідчить про необхідність вдосконалення систем управління кредитним ризиком.

Порядок та процедури управління кредитним ризиком висвітлені в Постанові № 64 від 11.06.2018 “Про затвердження Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах”. Банк розробляє та періодично (не рідше одного разу на рік) переглядає кредитну політику, порядок та процедури управління кредитним ризиком з метою забезпечення їх ефективності та відповідності рівню ризик-апетиту банку до цього ризику [2].

Порядок та процедури управління кредитним ризиком повинні обов'язково містити: процедури щодо виявлення, вимірювання, моніторингу, контролю, звітування та пом'якшення кредитного ризику, включаючи інструменти/індикатори, що використовуються; перелік документів, що має надати потенційний боржник для розгляду кредитної заявки; порядок розгляду кредитної заявки, підстави для ухвалення рішень щодо надання кредитів, включаючи надання споживчих кредитів пов'язаним з банком особам, кредитів пов'язаним контрагентам; порядок роботи зі споживачем до і під час надання споживчого кредиту, включаючи розкриття інформації про реальну вартість кредитів; вимоги до оцінки майна, що отримується банком в заставу та оцінювачів, порядок оцінки майна, якщо оцінювачем є працівник банку; процедури кредитного адміністрування та моніторингу; порядок формування резервів під очікувані кредитні збитки за фінансовими активами відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності; порядок перегляду кредитів, включаючи порядок перегляду кредитів, наданих пов'язаним особам; процедуру виявлення та управління нормативно-правовими актами; порядок списання кредитів; програму проведення стрес-тестування кредитного ризику; порядок складання та перевірки достовірності статистичної звітності щодо кредитного ризику, що надається до Національного банку.

Важливим поштовхом для розвитку споживчого кредитування є розвиток скорингу – автоматизованих систем на основі статистичних та математичних методів у бізнесі. Для скорингу використовується різноманітна інформація про клієнтів, на основі якої за допомогою економіко-математичних методів проводиться прогноз кредитоспроможності позичальників. Перевагами скорингових систем є зниження рівня неповернення кредиту, швидкість і безсторонність в ухваленні рішень, можливість ефективного управління кредитним портфелем та відсутність необхідності тривалого навчання персоналу [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Основні показники діяльності банків. URL : <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#2> (дата звернення: 15.10.2020).
2. Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах. Постанова Національного банку України від 11.06.2018 № 64 / Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18> (дата звернення 15.10.2020).
3. *Аврамчук Л. А.* Ризик-менеджмент як метод управління кредитним портфелем банку URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.1/3.pdf>.

## РОЛЬ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Дудчик О. Ю.

В сучасних умовах жодне підприємство не може функціонувати без необоротних активів, вагомою складовою яких є основні засоби. Залишкова вартість основних засобів на кінець 2018 р. на підприємствах усіх видів економічної діяльності становила 3783,5 млрд. грн.[1], що складало 82,5 % від загальної вартості необоротних активів і 34,8 % вартості активів підприємств. На кінець 2018 р. ступінь зносу основних засобів становив 60,6 %, при цьому на сільськогосподарських підприємствах знос становив 35,4 %, що є досить прийнятним і свідчить про постійне їх оновлення, а от на підприємствах промисловості – на рівні 66,4 %, що вже є загрозливим фактом. Ще гірший стан основних засобів на підприємствах сфери деревообробки, виробництва паперу, поліграфічної діяльності, сфери адміністративного обслуговування, де знос перевищує 83 %. Крім основних засобів, до складу необоротних активів відносяться нематеріальні активи, інвестиційна нерухомість, довгострокові дебіторська заборгованість, фінансові інвестиції та біологічні активи та інші активи тривалого використання. Отже, необоротні активи є найменш мобільною частиною активів підприємства, що характеризуються низькою ліквідністю і маневреністю. Але при цьому необоротні активи більш витривалі щодо інфляційних процесів, можуть приносити додатковий прибуток від здачі їх в оренду, зберігають свій зовнішній вигляд, підлягають індексації, отже не втрачають свою вартість. Необоротні активи підприємства складають вагому частину його стратегічного потенціалу.

Активи підприємства в балансі розподіляють, насамперед на дві групи: необоротні та оборотні активи. Розглянемо їх динаміку і структуру на основі статистичних даних за 2016-2018 роки (табл. 1).

Таблиця 1

### Динаміка і структура активів підприємств України [1]

Показники	2016		2017		2018		Відхилення 2018 до 2016	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Необоротні активи	4212,8	42,1	4303,3	43,2	4584,3	42,1	371,5	8,8
Оборотні активи	5772,8	57,8	5650,8	56,7	6285,1	57,8	512,3	8,9
Необоротні активи та групи вибуття	6,2	0,1	7,7	0,1	8,7	0,1	2,5	40,3
Баланс	9991,8	100	9961,8	100	10878,1	100	886,3	8,9

Загальна вартість активів підприємств всіх видів економічної діяльності за період 2016–2018 рр. зросла на 886,3 млрд. грн. або на 8,9 %. На 40,3 % зросли необоротні активи та групи вибуття, але вони не справляють суттєвого впливу на формування активів підприємств, адже їх питома вага близько 0,1 %. В структурі активів переважають оборотні активи, їх питома вага на кінець 2018 р. – 57,8 % і це є позитивним, адже вони більш мобільні і забезпечують ліквідність підприємств. На необоротні активи припадає 42,1 %. За три роки структура активів не зазнала суттєвих змін. Але відбулось зростання як оборотних засобів (на 512,3 млрд. грн. або на 8,9 %), так і необоротних активів (на 371,5 млрд. грн. або на 8,8 %).

За 2017–2018 рр. активи підприємств Дніпропетровської області (табл. 2) збільшились на 249,4 млрд. грн. або на 28,7 %, з них зростання оборотних активів відбулось в сумі 219,9 млрд. грн. або на 40,7 %, а необоротних активів – 29,6 млрд. грн. або на 9,0 %. Необхідно відмітити, що на активи підприємств Дніпропетровської області припадає 10,3 % активів всіх підприємств України (табл. 1 і 2). Крім того, з 886,3 млрд. грн. приросту активів, 249,4 млрд. грн., а це 28,1 %, припадає саме на підприємства Дніпропетровщини, що характеризує область як потужного товаровиробника. Що стосується оборотних та необоротних активів, то відповідно 42,9 % (219,9 млрд. грн. з 512,3 млрд. грн.) та 8,0 % (29,6 млрд. грн. з 371,5 млрд. грн.) їх зростання відбулось на підприємствах Дніпропетровського регіону. Структура активів суттєво відрізняється від середніх показників по Україні. Питома вага необоротних активів поступово зменшувалась (з 37,8 до 32,0 %), відповідно питома вага оборотних активів збільшувалась з 62,1 до 67,9 %. Що пояснюється двома причинами:

- 1) в регіоні багато підприємств з мобільними активами,
- 2) в Дніпропетровській області багато потужних промислових підприємств, заводів, основні засоби яких мають високий ступінь зносу і потребують оновлення і відтворення.

Таблиця 2

### Динаміка і структура активів підприємств Дніпропетровської області [2]

Показники	2016		2017		2018		Відхилення 2018 до 2016	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Необоротні активи	329,2	37,8	334,1	32,8	358,8	32,0	29,6	9,0
Оборотні активи	540,8	62,1	681,3	67,1	760,7	67,9	219,9	40,7
Необоротні активи та групи вибуття	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	- 0,1	- 50
Баланс	870,2	100	1015,8	100	1119,6	100	249,4	28,7

В останні роки в Україні намітилась тенденція дозростання необоротних активів в середньому на 2,2-6,5% за рік, це хоч і незначні, але позитивні зрушення, які необхідні для відтворення необоротних активів підприємств в сучасних умовах, адже існує пряма залежність між рівнем оснащення підприємств та загальним рівнем розвитку економіки країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Статистичний збірник “Діяльність суб’єктів господарювання 2018 рік”. *Державна служба статистики України*, 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Офіційний сайт Головного управління статистики в Дніпропетровській області. URL: <http://www.dnprstat.gov.ua/statinfo/rpid/>

### **ШЛЯХИ СКОРОЧЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ АКТИВІВ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Заруцька О. П., Самуха А. В.

На сучасному етапі розвитку економіки України однією із найскладніших проблем розвитку банківських установ, є неповернення позичальниками виданих кредитів. Управління кредитним ризиком передбачає постійний та всебічний контроль як за виконанням позичальником умов кредитного договору, цільовим використанням кредитних коштів, так і за якістю предмета забезпечення і зміною фінансового стану позичальника.

Банківська діяльність завжди пов’язана з кредитним ризиком, а поява проблемної заборгованості свідчить про його реалізацію. Обсяги проблемних кредитів особливо зростають у кризові періоди [1]. Проблемний кредит – це кредитний продукт, в якому позичальником порушено одну чи декілька умов кредитного договору, а також є підстави вважати, що з високою ймовірністю через певний час цей кредитний продукт втратить свою якість, що вимагає вжиття комплексу заходів організаційного та адміністративно-правового характеру щодо повернення його бажаної якості з метою усунення можливих економічних збитків банку [2]. За міжнародними стандартами у сучасній банківській системі введено термін непрацюючих кредитів (NPLs). Непрацюючі кредити – цеактив, “non-performingloans” за яким прострочення погашення боргу перевищує 90 днів (30 днів для банків-боржників), або за яким контрагент неспроможний забезпечити виконання зобов’язань без стягнення забезпечення [3].

Непрацюючі та проблемні кредити призводять до таких негативних явищ, як зниження рівня рентабельності, ліквідності, розбалансованості активів та пасивів, скорочення регулятивного капіталу, ускладнення рекапіталізації, зниження кредитних рейтингів та інвестиційної привабливості банківської установи.

Дослідження обсягів проблемних активів банківської системи показависокий темп приросту непрацюючої частки у кредитному портфелі банків

України у кризовий період: у 2016 р. – 53,7 %, у 2017 р. – 54,55%, у 2018 р. – 56,8 %. Починаючи з 2018 р. частка поступово скорочується, якість кредитних портфелів покращується в усіх групах банків, крім банків із російським капіталом. Між тим, частка непрацюючих кредитів залишається вкрай високою: у 2019 р. – 52,8 %, у 2020 р. – 48,4 %. Найбільшу частку непрацюючих активів сконцентрували великі банки: “Промінвестбанк” з часткою проблемних кредитів у 99,5%, “Сбербанк” (83,5 %), “ПриватБанк” (79,4 %), “Банк Кредит Дніпро” (65,1 %), “Укресімбанк” (56,6 %) [4].

Значна частина проблемних кредитів у кредитному портфелі банків стримує розвиток банківської системи України. Зниження рівня такої заборгованості відбувається повільними темпами, а в умовах поширення світової фінансової кризи прогнозованим є значне підвищення обсягів таких кредитів. Тому дана проблема знаходиться у центрі уваги Національного банку України. Відповідно до вимог постанови «Про особливості застосування вимог Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями у зв'язку із запровадженням обмежувальних заходів», затвердженої постановою Правління Національного банку України від 26.03.2020 р. № 39 встановлені рекомендації для співпраці з боржниками і запровадив на тимчасовій основі особливі умови. Згідно з новими умовами, позики, що були дійсні на 1 березня 2020 р. та з ними проведена реструктуризація до кінця вересня 2020 р., не будуть такими, на які поширюються окремі ознаки дефолту позичальника [5]. Такі заходи дозволять зменшити витрати банків на формування резерву під кредитні ризики.

Згідно із інформацією “Звіту про діяльність Ради з фінансової стабільності” за період з серпня 2019 р. по липень 2020 р., передбачено скорочення портфелю непрацюючих кредитів у держбанках на 305 млрд грн за три роки. Досягти таких результатів планується за рахунок:

- списання з балансу проблемних кредитів, зарезервованих на 100 % (водночас банки продовжать роботу зі стягнення з боржників);
- реструктуризації життєздатних кредитів;
- стягнення заставного майна з подальшою реалізацією;
- продажу чи переуступки прав вимоги за проблемними портфелями [4].

Для подальшого розвитку банківської системи та покращення рівня якості активів банкам необхідно активно впроваджувати стандарти управління кредитним ризиком, вдосконалювати моделі оцінювання ризиків та стрес-тестування, контролювати якість інформації позичальників, яка використовується для розрахунку необхідних резервів під кредитні ризики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рибак О. М., Дмитро О. П. Реструктуризація проблемних кредитів банків в умовах кризових явищ. *Інноваційна економіка*. 2020. Вип. 4. С. 65–70.
2. Миколишин М. М., Білокриницька М. С., Кравчук В. І. Вплив проблемної заборгованості на платоспроможність банківської системи України. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 6 (11). С. 466–473.



3. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: постановва Правління Національного банку України. № 351 від 30.06.2016 (зі змінами та доповненнями). Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16/paran33#n33>

4. Національний банк України: офіційний сайт. URL: <http://bank.gov.ua>

5. Про особливості застосування вимог Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями у зв'язку із запровадженням обмежувальних заходів: постановва Правління Національного банку України. № 39 від 26.03.2020. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0039500-20>

## УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Цюп'як П. Р., Петрова Я. І.

В більшості країн світу освіті приділяється значна увага, адже саме освітній процес сприяє формуванню знань і навичок, за допомогою яких формується якість соціально-економічної життєдіяльності суспільства. В Україні відбувається системне реформування освіти відповідно до загальноєвропейського вектору розвитку.

Аналіз динаміки видатків Зведеного бюджету України на освіту за останні три роки (2017-2019 роки), наведений в таблиці, свідчить про зростання їх абсолютних величин.

Таблиця

### Динаміка видатків зведеного бюджету України на освіту

Видатки	Видатки, млрд. грн.			Відхилення 2018/ 2017		Відхилення 2019/2018	
	2017	2018	2019	млрд. грн.	темп приросту, %	млрд. грн.	темп приросту, %
Видатки на освіту, з них:	177,92	210,03	238,76	32,12	18,05	28,73	13,68
Дошкільна освіта	28,21	31,79	36,04	3,58	12,68	4,26	13,40
Загальна середня освіта	84,35	101,69	115,28	17,34	20,56	13,59	13,36
Професійно-технічна освіта	8,28	10,00	10,82	1,73	20,84	0,81	8,11
Вища освіта	38,84	44,24	51,36	5,41	13,92	7,11	16,08
Інші видатки на освіту	18,24	22,31	25,26	4,07	22,29	2,95	13,24
Всього видатків зведеного бюджету	1056,97	1250,19	1372,35	193,22	18,28	122,16	9,77

*Джерело: складено авторами за офіційними статистичними даними [1].*

Отже, видатки на освіту у структурі загальних видатків зведеного бюджету у 2019 р. становлять 238,76 млрд. грн., що на 13,68 % більше ніж у 2018 р. Водночас, доцільно враховувати інфляційну складову у цих видатках. Загальна сума видатків на освіту у структурі загальних видатків зведеного бюджету має одну із найбільших часток, що свідчить про досить розгалужену мережу закладів освіти в країні при загальному зниженні кількості здобувачів освіти. Загалом видатки на освіту займають друге місце серед усіх видатків зведеного бюджету, поступаючись лише видаткам на соціальний захист та соціальне забезпечення.

Всі видатки на освіту в Україні складають близько 6 % від ВВП. Це більше порівняно з іншими постсоціалістичними країнами такими, наприклад, як Румунія, Угорщина, Словаччина, частка видатків на освіту в яких ВВП складає відповідно 3, 5 та 4 % [2]. Це є свідченням того, що в Україні переважають навчальні заклади державної форми власності, які потребують більшого фінансування з бюджету, відтак навчальні заклади меншою мірою опікуються залученням інвестицій [3].

Водночас, не дивлячись на доволі високу частку видатків зведеного бюджету на освіту, в Україні спостерігаються проблеми в освітній галузі як окремо за напрямками освіти (дошкільні, середня вища тощо), так і в цілому. Серед проблем наявні такі, як низька якість освітніх послуг порівняно з зарубіжними закладами освіти, неналежна ефективність використання бюджетних коштів, слабкий рівень матеріально-технічної бази тощо.

В умовах глобалізації, отже все більшої відкритості країн і кордонів, посилюється таке явище, як освітня міграція. На ринку освітніх послуг в Україні з'являється все більше пропозицій від закладів освіти інших країн, як колишніх постсоціалістичних, так і розвинених. Кількість громадян, які обирають освіту за кордоном стає все більшою. Це підвищує ризики для вітчизняної освіти, зокрема, її вищого сегменту.

Значна кількість проблем, які наявні в освітньому секторі спричинені як загальноекономічними факторами, так і відсутністю належних фінансово-економічних стимулів та мотивації працівників закладів освіти. Справа в тому, що українській моделі освіти залишилось багато елементів від радянської моделі. Хоч в Україні спостерігаються поступові зміни в системі освіти і набуття закладами освіти певних рис, які притаманні розвинутим країнам, але гострою залишається проблема фінансування освіти.

Одним з шляхів розв'язання наявних проблем має бути диверсифікація джерел фінансування освіти, модернізація механізму фінансування, сприяння появі приватних інвесторів, що у підсумку сприятиме підвищенню якості підготовки фахівців, їх затребуваності на вітчизняному ринку праці та відповідно дозволить прискорити економічне зростання в країні. Хоч і відносний рівень видатків на освіту від ВВП є вищим ніж в інших країнах, але абсолютні значення на одну особу є меншими, що є одним із вагомих чинників, який не дозволяє формувати правильні, тобто більш відповідні до сучасних реалій, економічні стимули [3, 112].

Для модернізації механізму фінансування в системі освіти необхідно виявити проблеми, притаманні кожному її сегменту та розглянути можливі напрямки вирішення шляхом створення стимулів для підвищення ефективності функціонування освітніх закладів на засадах автономії. Застосування міжнародного досвіду фінансування освіти в умовах глобалізації з урахуванням національних особливостей, впливу ендогенних та екзогенних факторів є одним із шляхів побудови конкурентоздатної освіти в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна казначейська служба України: офіційний сайт. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua>
2. Євростат: офіційний сайт. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat>
3. Петрова Я. І., Лисяк Л. В. Проблеми фінансового забезпечення вищих навчальних закладів України. *Формування сучасної моделі управління та підвищення якості менеджменту в системі вищої освіти*: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. Дніпро:УМСФ. 2018. С. 110–113.

### **СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК НЕВІД'ЄМНА ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

Рудянова Т. М., Лебідь О. Ю.

В інноваційному суспільстві XXI ст. знання, інформація й технології стають вирішальним фактором економічного розвитку країн. Саме інноваційне прискорення покликане сприяти швидкому подоланню негативних наслідків глобальної економічної кризи, пандемії, забезпеченню динамічного розвитку економіки і досягненню високого рівня життя населення. Крім того, інформаційні технології підвищують конкурентоспроможність банківських установ, впливають на бажання клієнтів користуватись новими продуктами і послугами, надають можливість отримати принципово нову якість бізнесу.

Інтеграція України у світовий економічний простір вимагає вирішення проблеми забезпечення інноваційного розвитку її економіки, що нерозривно пов'язано з цифровою економікою, впровадженню новітніх технічних засобів і передових технологій щодо просування на ринок банківських продуктів і послуг.

У світовій банківській практиці можна виділити такі інноваційні зміни: “багатоканальна діяльність” із поєднанням нових і традиційних технологій і інструментів: самообслуговування, дистанційне обслуговування, використання інтернету, індивідуальні консультації, телефонні центри; віртуальні банківські і фінансові технології; розосередження й організаційне розділення банку на три елементи: поширення послуг, виробнича частина і портфельний банк, оптимізація банківської мережі; сегментація, зміни у філіях і філіальній мережі; комплексне використання нових інформаційних

і комунікаційних технологій для електронного і змішаного (традиційного і нового) маркетингу; нові банківські продукти (послуги) на базі нових технологій, нові автомати самообслуговування (моно- і багатофункціональні, інформаційні) [1, 190].

Зазначимо наступні ключові технологічні тенденції у інноваційній банківській діяльності, що мають місце у теперішній час: прискорення архітектурної еволюції; штучний інтелект (Artificial Intelligence) в банку; блокчейн (Blockchain); стійке просування до публічної хмари (Public Cloud); прискорення електронної комерції (E-commerce); збільшення інтерактивних вимірів; великі дані (Big Data); розумний контракт (Smart Contracts).

Нові інновації та прориви в банківській та фінансовій сферах роблять майбутнє дуже захоплюючим і технологічним. Фінансові технології (FinTech) – це проекти у сфері фінансового сервісу, в яких використовуються новітні технології та інновації, з метою конкуренції з традиційними фінансово-кредитними установами на ринку фінансових послуг. Одним із найбільш перспективних і затребуваних напрямів фінтех-стартапів є створення банків нового типу, реалізація яких стала можливою завдяки розвитку та комерціалізації інтернету. Необанки або онлайн-банки – це банки, які для надання своїх послуг використовують виключно мобільні додатки, що дозволяє забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів та низький рівень комісії або взагалі її відсутність. Створення та діяльність необанків залежать від економічного і технологічного розвитку країни, відповідної законодавчої бази і наявності ефективної банківської системи [2].

Банки повинні також передбачати потреби споживачів та впроваджувати інновації таким чином, щоб визначити пріоритети найбільш ефективного поєднання можливостей, процесів та людей. Нещодавно проведене дослідження Retail Banking: Digital Transformation & Disruptor Opportunities 2017–2020 рр. показує, що до 2021 р. кількість користувачів цифрового банкінгу досягне 3 млрд, що на 53 % більше, ніж у 2017 р. Відповідно до результатів загальнонаціонального опитування з фінансової грамотності й обізнаності, проведеного в Україні у січні 2017 р., 78 % опитаних українців є користувачами фінансових послуг, половина з них оперують мобільним чи інтернет-банкінгом. На сьогодні понад 22 % користувачів фінансовими послугами здійснюють переказ із картки на картку за допомогою інтернет-банкінгу. Тут слід зробити ремарку, що на офіційному сайті НБУ ці цифри аналізуються як важливе досягнення та значні зрушення в бік cashless-технологій.

Поряд з перевагами банки усвідомлюють й нові загрози, які можуть принести сучасні цифрові технології, і намагаються запобігти їх шкідливим діям за допомогою складних методів захисту [3]. Серед механізмів безпеки доцільно виділити спеціальні (автентифікація, цифровий підпис, цілісність даних, шифрування, нотаризація, заповнення трафіку) та загальні (довірча функціональність, мітки безпеки, контроль безпеки, виявлення подій, відновлення).

Для України вкрай важливим є перехід на інноваційний розвиток для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Головна мета інноваційного типу розвитку, у тому числі і у банківському секторі економіки, полягає в отриманні максимального економічного ефекту від кожної одиниці впровадженого і перетвореного на товар винаходу та ідеї, тому інтелект і знання є одним з головних резервів країни, причому єдиним відновлюваним ресурсом. Для його застосування у країні повинні бути кваліфіковані трудові ресурси та розвинена наука, що потребує інвестицій та посиленої підтримки держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Меренкова О. В.* Інноваційні технології банківської діяльності як елемент сучасного економічного мислення. *Сучасна картина світу : Природа, суспільство, людина*: збірник наукових праць. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”. 2008. С. 186–194.
2. *Варцаба В. І., Заславська О. І.* Сучасне банківництво: теорія і практика: навч. посібник. Ужгород : видавництво УжНУ “Говерла”, 2018. С. 364.
3. *Трудова М. Є.* Інноваційні перспективи розвитку в банківській системі України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 3. С. 485–489.

### **SREP ЯК ОСНОВНА РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ**

Тополя В. І.

Управління фінансовою стійкістю банків передбачає об’єктивне визначення її поточного й бажаного стану. Одним з методів оцінки фінансової стійкості банківських установ донедавна була рейтингова система CAMELSO, яка була запроваджена в Україні ще в 1998 році. Основою даної системи була оцінка ризиків і визначення рейтингових оцінок за 7 основними компонентами: Капітал – CapitalAdequacy (C); Активи – AssetQuality (A); Менеджмент і корпоративне управління – Management (M); Надходження – Earnings (E); Ліквідність – Liquidity (L); Чутливість до ринкових ризиків – SensitivitytoRisk (S); Операційний ризик – OperationalRisk (O). Але з 1 жовтня 2020 року система CAMELSO замінена на єдину процедуру й методологію процесу наглядних перевірок та оцінки – SREP (SupervisoryReviewandEvaluationProcess). Оцінка діяльності банків за рейтинговою системою CAMELSO надалі не здійснюватиметься[1].

Наглядові інструменти SREP почали впроваджуватись з 2018 року, відповідно до настанов Європейського банківського органу щодо єдиних процедур та методології процесу наглядних перевірок і оцінки.

Методологія SREP базується на чотирьох напрямках оцінки:

1) Бізнес-модель. НБУ оцінює наскільки бізнес-модель банку дозволяє йому успішно функціонувати протягом трьох років.

2) Внутрішнє управління. Оцінюється, наскільки організаційна структура банку, а також кваліфікація його керівництва та ключових підрозділів дозволяє ефективно керувати банком.

3) Ризики капіталу. Органи нагляду оцінюють чотири категорії ризику: кредитний ризик, ринковий ризик, процентний ризик та операційний ризик.

4) Ризик ліквідності. Оцінюється здатність банку покривати потреби в готівці, наприклад, в періоди економічної невизначеності, коли вкладники можуть вилучити набагато більше грошей, ніж зазвичай [2].

Такий підхід передбачає концентрацію уваги нагляду на більших за розміром, складніших за структурою або більш ризикових банках, урахувавши профіль ризику банків і основні напрями їхньої діяльності.

Процес оцінки банків (SREP) є безперервним, здійснюється одночасно за всіма банками шляхом оцінки розміру ризиків та якості управління ними на підставі інформації, отриманої від підрозділів НБУ, аналізу наявних тенденцій в діяльності банків, у т.ч. з порівнянням ключових показників діяльності банку з “peer-group” подібних банків[3].

Оцінка банків за методологією SREP проводиться щорічно на 1 січня. Актуалізація оцінки проводиться щокварталу, на підставі аналізу змін кількісних показників та з урахуванням нової суттєвої нефінансової інформації.

Загальна оцінка SREP встановлюється від 1 до 4 балів та “F”, де[3]:

– “1” – у діяльності банку відсутні суттєві невідповідності щодо управління ризиками;

– “2” – у діяльності банку є певні невідповідності щодо управління ризиками, які не становлять загрозу інтересам вкладників чи інших кредиторів банку;

– “3” – у діяльності банку є невідповідності щодо управління ризиками, які, у разі їх не усунення, можуть створити загрозу інтересам вкладників чи інших кредиторів банку;

– “4” – у діяльності банку є суттєві невідповідності щодо управління ризиками, що створює загрозу інтересам вкладників чи інших кредиторів банку;

– “F” – характеризує безпосередній ризик для життєздатності банку, у разі, якщо є обґрунтовані підстави для віднесення банку до категорії проблемних, неплатоспроможних або його ліквідації, або на дату оцінки банк віднесено до категорії проблемних.

За результатами оцінки банків (SREP) визначається[3]:

– стратегія нагляду за банком, у т.ч. потреба в заходах раннього втручання;

– життєздатність банку на наступні 12 місяців та стійкість стратегічна 3 роки;

– достатність капіталу та ліквідності для покриття ризиків;

– потреба в проведенні інспектування.

У 2019 році НБУ провів оцінку стійкості банків та банківської системи України в рамках SREP і виявив, що оцінки більше ніж у половини із 40 середніх і невеликих банків є незадовільними. Основною проблемою для цих банків є неефективність або відсутність стратегії розвитку. Отже, таким банкам потрібно підвищувати ефективності їх бізнес-моделі[4].

Таким чином, запровадження SREP передбачає підвищення ефективності використання наглядових ресурсів, проведення оцінки банків України з урахуванням підходів, які використовуються в країнах Європейського Союзу, що створює можливість порівнювати українські банки із банками інших країн, з точки зору їх фінансової стійкості та посилення наглядового реагування на ранніх стадіях ідентифікації ризиків банку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Здійснено перехід до єдиної процедури наглядових перевірок та оцінки SREP. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zdiysneno-perehid-do-yedynoyi-protseduri-naglyadovih-perevirok-ta-otsinki-srep>
2. The Supervisory Review and Evaluation Process. URL: [https://www.bankingsupervision.europa.eu/banking/srep/srep\\_2019/html/index.en.html](https://www.bankingsupervision.europa.eu/banking/srep/srep_2019/html/index.en.html)
3. Впровадження ризик-орієнтованого нагляду за методологією SREP. URL: <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83337601>
4. Річний звіт НБУ 2019. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/annual\\_report\\_2019.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2019.pdf?v=4)

### **ВИЗНАЧЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ БАНКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ**

Синюк А. О.

Визначення бізнес-моделей банків є непростим завданням через наявність багатогранної та мінливої кількості даних, які характеризують роботу банку та його положення на ринку, великий ступінь залежності від деталізації даних, а також постійний вплив ризиків та різноманітних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Проведений аналіз методик визначення та оцінки бізнес-моделей банків в Україні, в тому числі й методики, яка застосовується НБУ, вказав на необхідність їх удосконалення та розвитку. На нашу думку, ключовими недоліками проаналізованих методик є неврахування валютних ризиків, а також використання набору показників, які не повною мірою розкривають суттєві структурно-функціональні характеристики банків та притаманні їм ризики.

На базі системи показників НБУ, автором запропоновано власний набір змінних, які дозволять сутнісно розширити та розвинути існуючий алгоритм визначення та оцінки бізнес-моделей банків (табл.1).

**Основні коефіцієнти-індикатори для визначення бізнес-моделей банків**

Показник	Показник
1. Частка чистих активів банку в національній валюті у чистих активах системи	17. Частка коштів, залучених від юридичних осіб в іноземній валюті, у загальних зобов'язаннях банку
2. Частка чистих активів банку в іноземній валюті у чистих активах системи	18. Частка коштів, залучених від фізичних осіб в національній валюті, у загальних зобов'язаннях банку
3. Частка ліквідних активів банку в національній валюті у чистих активах банку	19. Частка коштів, залучених від фізичних осіб в іноземній валюті, у загальних зобов'язаннях банку
4. Частка ліквідних активів банку в іноземній валюті у чистих активах банку	20. Частка залучених коштів від інших банків в національній валюті у загальних зобов'язаннях банку
5. Частка коштів в інших банках в національній валюті у чистих активах банку	21. Частка залучених коштів від інших банків в іноземній валюті, у загальних зобов'язаннях банку
6. Частка коштів в інших банках в іноземній валюті у чистих активах банку	22. Покриття кредитів, наданих клієнтам в національній валюті, залученими коштами клієнтів в національній валюті
7. Частка кредитів юридичних осіб в національній валюті у чистих активах банку	23. Покриття кредитів, наданих клієнтам в іноземній валюті, залученими коштами клієнтів в іноземній валюті
8. Частка кредитів юридичних осіб в іноземній валюті у чистих активах банку	24. Регулятивний капітал банку, зважений на чисті активи банку
9. Частка кредитів фізичних осіб в національній валюті у чистих активах банку	25. Частка витрат банку на маркетинг у чистих активах банку
10. Частка кредитів фізичних осіб в іноземній валюті у чистих активах банку	26. Частка операційних витрат банку у чистих активах банку
11. Частка ОВДП в національній валюті у чистих активах банку	27. Частка операційних доходів банку у чистих активах банку
12. Частка ОВДП в іноземній валюті у чистих активах банку	28. Частка непроцентних доходів банку у чистих активах банку
13. Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента	29. Чиста процентна маржа
14. Норматив великих кредитних ризиків	30. Вартість залучених коштів банком
15. Частка відрахувань до резервів за активними операціями банку у загальних активах банку (якість активів)	31. Дохідність розміщених коштів банком
16. Частка коштів, залучених від юридичних осіб в національній валюті, у загальних зобов'язаннях банку	32. Частка відрахувань до резервів у чистих активах банку
33. Рентабельність активів банку	

Обрані коефіцієнти надають детальну інформацію щодо структури активів, пасивів, доходів та витрат банку, а також дозволяють визначити



профіль ризику банку. Важливим у методиці є використання нейронних мереж, зокрема самоорганізуючих карт Кохонена (СОК). Визначення кількості кластерів та їх формування здійснюється обраним програмним комплексом *Viscovery SOMine* самостійно, на підставі сформованої бази даних основних кількісних показників діяльності банків (коефіцієнтів–індикаторів). Кожний банк на карті має відповідне місце розташування (точку), яке визначається з урахуванням значень його основних коефіцієнтів–індикаторів та значень сусідніх банків. Точка карти – місце розташування одного або кількох банків у період дослідження.

Таким чином, запропонований підхід до визначення бізнес-моделей банків з використанням нейронних мереж, а саме самоорганізуючих карт Кохонена (СОК), дозволяє охоплювати та структурувати великі масиви даних, об'єднуючі банки таким чином, що до одного кластера потрапляють об'єкти зі схожими структурно–функціональними характеристиками, а банки із найбільшими відмінностями розташовуються у різних частинах карти. Отримані таким чином бізнес–моделі відображають сутнісні відмінні характеристики банків та дозволяють на цій основі сформувавши профіль його ризиків. Крім того, така карта дозволяє візуалізувати отримані результати, що спрощує процес їхньої інтерпретації. Запропонований підхід дозволяє на мікро- та макрорівні досліджувати банківську систему країни, оцінювати та порівнювати бізнес-моделі різних банків, а також траєкторію їх можливих змін з плином часу.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Zarutska, E., Pavlova, T., & Sinyuk, A. (2018). Structural-functional analysis as innovation in public governance (case of banking supervision). Marketing and Management of Innovations, 4, p. 349–360. URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-30>*
2. *Zarutska, O., Pavlova, T., Sinyuk, A., Khmarskiy, V., Pawliszczycy, D., & Kesy, M. (2020). The Innovative Approaches to Estimating Business Models of Modern Banks. Marketing and Management of Innovations, no. 2, p. 26–43. URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.2-02>*

## **ТЕНДЕНЦІЇ ВПЛИВУ НА РОЛЬ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Губа М. О., Губа О. І.

На сучасному етапі розвитку суспільства цифрові технології активно впроваджуються у стратегічний процес діяльності банків, оскільки майже весь бізнес підпадає під вплив цифрових трансформацій. Цифрові переваги з точки зору споживача, зокрема його доходів і витрат, є очевидними та достатньо переконливими. Адаптація інноваційних технологій і операційних моделей є запорукою зростання цих вигід. У цьому контексті не може

бути винятком й управління ризиками у банку, витрати на яке протягом останнього періоду суттєво зросли. Цифрові технології дозволяють банкам збільшити ефективність і покращити якість прийняття рішень на підставі оцінки ризиків, а також якісніше здійснювати моніторинг і контроль, забезпечивши більш ефективне дотримання нормативних вимог.

Разом з тим, слід зважати на те, що цифрові технології сприяли виникненню значної кількості компаній, які надають багато фінансових послуг, і є конкурентами для банків. У цьому аспекті постає питання впливу цього процесу на стабільність фінансової системи. За умови, якщо держава дозволяє створення таких компаній-конкурентів (завдяки, наприклад, забезпеченню низьких регуляторних бар'єрів входу на ринок), перед банками постає завдання стимулювати розвиток нових технологій, зокрема, в процесі управління ризиками.

У січні 2018 р. урядом України було прийнято Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр., яка передбачає, зокрема, розвиток нових видів фінансових послуг і сервісів, що пропонуються банківськими системами, а також наголошує на важливості попередження, усунення й управління ризиками у цій сфері, зокрема як елемент використання в Україні потенціалу Індустрії [1]. Також, цифровізація економіки ставить проблеми, пов'язані з кіберризиками та кібербезпекою у банківській сфері.

Управління ризиками у банківській справі трансформувалося протягом останнього десятиріччя у відповідь, насамперед, на нове банківське регулювання, спричинене глобальною фінансовою кризою, а також – на розвиток цифрових технологій у суспільстві. Отже, важливим є своєчасне запобігання виникненню ризиків для банківської сфери.

Аналіз сучасної західної економічної літератури дозволяє визначити головні тенденції, що впливатимуть на роль управління банківськими ризиками у майбутньому. На нашу думку, це насамперед:

- поширення та поглиблення процесів нормативного регулювання.

Незважаючи на те, що масштаби та швидкість регуляторних змін відрізняються в різних країнах, у майбутньому, безумовно, передбачається більше регулювання – як фінансового, так і нефінансового – зокрема, у банках емерджентних економік, оскільки фінансові системи країн світу постійно розвиваються.

Отже, постає потреба у розробці більш стійких регуляторних інструментів, а також інструментів управління ;

- зростання очікувань споживачів відповідно до змін технологій.

Цифровізація економіки призвела до появи та розвитку нової генерації компаній-конкурентів банків – фінансово-технологічних компаній, які займаються розробками ІТ-рішень для фінансової індустрії. Такі компанії не є банками, проте можуть повністю взяти під контроль потенційних клієнтів банків. Такі компанії часто пропонують швидкі та добре інтегровані додатки й онлайн-послуги для клієнтів, які дозволяють передати цим ком-

паніям управління частиною фінансових операцій споживача. Після цього вони отримують можливість швидко поширити свою діяльність на інші фінансові операції. Тому перед банками стоїть завдання швидко реагувати на очікування споживачів, автоматизуючи відповідні процеси: негайна відповідь стосовно надання роздрібного або корпоративного кредиту, швидке відкриття рахунку в режимі онлайн, можливість керування рахунком онлайн тощо;

– розвиток технологічних інновацій, застосування передових засобів аналізу даних і поглиблена аналітика .

Все зазначене дозволило забезпечити розвиток нових технік управління ризиками, що сприяло прийняттю кращих рішень за скорочених витрат. На сьогоднішній день найпоширенішими технологіями, що впливають на рівень ризик-менеджменту в банках, є такі:

а) великі дані які дозволяють використовувати значний обсяг інформації щодо споживача при прийнятті рішень стосовно рівня цього ризику, переглядати його портфелі, визначати можливість фінансового злочину, прогнозувати операційні збитки;

б) комп'ютерне (само)навчання, яке дозволяє підвищити точність моделей ризиків (моделей дії факторів ризику, risk models), визначаючи складні, нелінійні тренди у великих масивах даних ;

краудсорсинг (crowdsourcing) – залучення до вирішення проблем ризик-менеджменту широкого кола осіб, з використанням їхніх знань, досвіду та навичок на добровільних засадах із використанням інформаційно-комунікаційних технологій .

Отже, цифровізація економіки призводить до потреби у змінах концепції діяльності банківських установ, зокрема, процесу управління ризиками, водночас відкриваючи значні можливості для зростання ефективності діяльності банків. Успішне впровадження цифрових технологій дозволить банкам зробити управління ризиками більш ефективним.

### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації, 2018: розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р., № 67-р.

## **ПІДТРИМКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Сметанкіна Н. С.

Одним із визначальних критеріїв успішної діяльності підприємства є фінансова стійкість. У сучасних реаліях українські підприємства функціонують в умовах невизначеності та мають обмежені фінансові ресурси. [3] Важливим завданням для кожного з них є визначення власної межі фінансової стійкості, адже недостатня фінансова стійкість може вплинути на

платоспроможність підприємства, а надлишкова – сформувати занадто велику кількість резервів та запасів, які в подальшому вплинуть на збільшення витрат, недоотримання прибутку та зменшення темпів економічного розвитку підприємства.

На фінансову стійкість підприємств впливає низка чинників. [1] За місцем виникнення можна виділити зовнішні, до яких відносяться економічні, ринкові та інші чинники, та внутрішні – операційні, інвестиційні та фінансові. В табл. 1 наведено динаміку відносних показників фінансової стійкості підприємств.

Таблиця 1

**Динаміка відносних показників фінансової стійкості підприємств України за 2014–2018 рр.**

Показник	Рік					Відхилення 2018 р. до 2014 р., (+/-)
	2014	2015	2016	2017	2018	
Коефіцієнт автономії	0,32	0,3	0,24	0,29	0,26	– 0,06
Коефіцієнт фінансування	3,05	2,35	2,37	2,72	2,42	– 0,63
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,54	0,43	0,42	0,37	0,41	– 0,13
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотним засобами	0,71	0,69	0,70	0,74	0,75	0,04
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,84	0,82	0,72	0,68	0,70	– 0,14

*Джерело: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream>*

За даними табл. 1 можна сказати, що вже до початку пандемії, протягом 2014–2018 рр., показники фінансової стійкості підприємств України не відповідають нормативним значенням та мають негативну тенденцію до зменшення і свідчать про значну залежність від позикових коштів.

На сьогоднішній день весь світ та наша країна зіткнулись з небезпечним явищем, а саме – пандемією COVID-19, який небезпечний не тільки для здоров'я, а й для існування малого та середнього бізнесу. Впровадження жорсткого карантинного режиму суттєво обмежило роботу підприємств. Особливо вразливими виявилися представники малого та середнього бізнесу. За результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації, кожен п'ятий малий бізнес в Україні опинився під загрозою закриття. За даними Спілки українських підприємців України у кризовий березень 2020 р. збанкрутіли приблизно 6 % суб'єктів малого підприємництва. Третина власників бізнесу (переважно малого), заявляють про падіння доходів на 90–100 % за березень – квітень 2020 р. Власники малого та середнього бізнесу констатують зменшення доходів на 25–50 % порівняно з докарантинним періодом і вже звільнили від 10 до 25 % працівників. За прогнозами, якщо карантин буде продовжено, 51 % суб'єктів малого підприємництва зможуть працювати не більше 1 місяці, 2–3 місяці – 25 %, 4–6 місяців –

4 %, до 1 року – 1 %. В умовах сповільнення економічної активності та тотальної невизначеності опинились малі підприємства по всьому світу. Уряди країн впроваджують програми підтримки, в основу яких покладено надання додаткової фінансової допомоги, запобігання безробіттю, зменшення податкового тиску, тощо [2]

Німеччина розгорнула одну з найбільш масштабних програм економічної підтримки, на яку було виділено 37 % ВВП країни: було скасовано оподаткування прибутку фізичних та юридичних осіб до кінця 2020 р.; підприємства, в яких працюють до 10 людей, мають право подати заяву на отримання фінансової допомоги у розмірі від 9 до 15 тис. євро упродовж 3 місяців. Вжито заходи щодо пільгового кредитування та оформлення короткострокових трудових договорів.

В Україні також розробили кроки для порятунку малого бізнесу. Зокрема, банки пропонують повне або часткове звільнення від сплати тіла кредиту на час карантину зподовженням позики, капіталізацію відсоткових платежів.

Для підтримки бізнесу на час дії карантину в законодавство внесено зміни: звільнення від плати за землю, яка використовується в господарській діяльності, податку на нерухомість за житлові приміщення за березень; звільнення від сплати ЄСВ для фізичних осіб-підприємців; обмеження застосування штрафів за порушення податкового законодавства; мораторій на проведення документальних та фактичних перевірок (крім перевірки відшкодування ПДВ); дозвіл ФОП тимчасово не заповнювати книгу обліку доходів.

Для стабілізації фінансово-господарської діяльності підприємств та підтримки їх фінансової стійкості в умовах пандемії доцільно проводити постійний моніторинг та оперативний аналіз показників фінансового стану підприємства з урахуванням галузевих особливостей; адаптувати фінансове та податкове законодавство до карантинних умов; надати можливість використання пільгових кредитів для підприємств агропромислового сектору; адаптувати закордонні методики аналізу фінансового стану до практики господарювання суб'єктів національного господарства; використовувати перспективний аналіз фінансового стану.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Корольов Ю. Ю.* Аналітичні аспекти оцінки фінансового положення та діагностики імовірності кризи та банкрутства. *Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси.* 2013. Вип. 10 (2). С. 112–120.

2. *Кулицький С.* Проблеми розвитку економіки України, обумовлені пандемією коронавірусу COVID-19 у світі, та пошук шляхів їх розв'язання. *Україна: події, факти, коментарі.* 2020. № 9. С. 47–53. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr9.pdf>.

3. *Школьник І. О.* Фінансовий аналіз : навчальний посібник; за ред. І. О. Школьник та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 368 с.

## **ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ ТА SOCIAL MEDIA MARKETING ЯК ЕФЕКТИВНІ ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО ПРОДУКТУ**

Терещенко Т. Є.

Для розвитку технологій просування товарів XXI ст. виявилася епохою цифрових технологій. Страховий маркетинг також зосередився на тому, що Інтернет-продажі мають сприяти підвищенню конкурентоздатності каналів просування страхових продуктів, що разом з іншими ринковими факторами підвищить якість послуг, які надають страхові компанії.

Таким чином, дослідження Інтернет-страхування та соціального медіа маркетингу (SMM) є актуальним у період превалювання клієнтоорієнтованого підходу у бізнесі та поширення цифрових технологій у всі сфери життєдіяльності суспільства.

Зараз Інтернет використовують понад 4,5 млрд. людей, тоді як кількість користувачів соціальних мереж перетнула позначку в 3,8 млрд. Майже 60 % населення світу вже користується Інтернетом, а останні тенденції свідчать про те, що до середини 2020 року більше половини всього населення світу використовуватиме соціальні мережі [1]. Інтернетом регулярно користуються 71 % українців (22,96 млн. осіб.). Про це йдеться у звіті Дослідницького холдингу FactumGroupUkraine. Таким чином, Інтернет як канал просування та реалізації послуг є безперечно одним з найефективніших.

Вважаємо доцільним дослідити основні переваги та недоліки Інтернет-маркетингу, які відображені у різних працях вітчизняних науковців (табл. 1).

Варто зазначити, що вартість страхового продукту при придбанні за допомогою Інтернету знижується в середньому на 20–25 % [2].

Серед зазначених недоліків, на нашу думку, немає достатньо вагомих, адже навіть понесені страховою компанією витрати на створення сайту, осередків компанії у соціальних мережах швидко окупаються за рахунок залучення нових клієнтів та покращення впізнаваності бренду. Отже, в умовах глобалізації та стирання кордонів саме Інтернет стає потужною платформою для продажу страхових полісів, укладання договорів, оперування інформацією страхових компаній для посередників.

Саме інструменти Інтернет-маркетингу дозволяють підтримувати зв'язок з клієнтами під час дії договору страхування в зручному, швидкому, інтерактивному режимі та з мінімальними витратами. В цьому контексті страховикам слід звернути особливу увагу на прозорість та доступність інформації щодо фінансового стану компанії на її сайті, організувати форуми, на яких страхувальники могли б поділитися думками та відгуками щодо роботи компанії в режимі реального часу, поставити питання щодо діяльності компанії як її працівникам так і страхувальникам, що вже користуються її послугами. Збільшення значущості думки і вражень існуючих споживачів про страхову компанію і якість її послуг потребує особливої уваги з боку страховиків [3].

### Переваги та недоліки Інтернет-маркетингу у страхуванні

Переваги	Недоліки
1. Економія часу для споживача та спрощення взаємодії між страховиком і страхувальником, мінімізація «людського» чинника	1. Необхідність залучення значних коштів для створення сайту компанії, а також його постійна модифікація задля зручності користувачів
2. Легкість отримання інформації страховиком та страхувальником та можливість її використання для досліджень	2. Постійне зростання конкуренції страховиків у мережі Інтернет, адже за рахунок відкритості інформації, що знаходиться на сайтах, дуже важко зберегти конкурентну перевагу
3. Швидкість та зручність доповнення чи зміни інформації як споживачем, так і страховою компанією	3. Невисока розповсюдженість продажів страхових продуктів на повністю безконтактній основі серед страховиків українського ринку
4. Підвищення кількості укладених договорів за рахунок прямого маркетингу	4. Неможливість продажу на сайті деяких страхових продуктів
5. Зменшення постійних витрат на ведення страхової справи, а отже і зменшення вартості страхової послуги	
6. Різноманітність каналів просування (різні сайти, соціальні мережі (Instagram, Facebook, Pinterest, LinkedIn тощо))	
7. Відсутність кордонів	
8. Підвищення продажів страхових полісів за рахунок налагодження співпраці із страховими порталами та супермаркетами.	
9. Простота та універсальність способів оплати	
10. Автоматизація розрахунку страхових сум та тарифів через страховий мультиплікатор	

Таким чином, логічним є розгляд концепції соціального медіа маркетингу, що представляє собою більш вузький напрям Інтернет-маркетингу, оскільки поширюється на просування страхової компанії серед користувачів соціальних мереж та соціальних медіа (блоги, мікроблоги, відеохостинги тощо). Дані ресурси зосереджують величезну за обсягом аудиторію користувачів, що не може не зацікавити будь-яку компанію.

Просування у соціальних медіа (Social Media Marketing), як зазначає Д. С. Терехов, – це комплекс заходів щодо використання соціальних мереж в якості каналів для просування підприємств та вирішення інших бізнес-завдань [4].

Маркетинг в соціальних мережах з кожним роком набирає глобальні обороти. Адаже ще років 10 назад соціальні мережі використовувалися тільки для особистого користування. В даний момент функціонал соцмереж настільки безмежний, що кожна розвинена компанія просто зобов'язана мати свою офіційну сторінку. В Україні найбільшим попитом користуються такі соцмережі: Facebook (близько 13 млн. чол. мають сторінки), Instagram (6 млн. учасників), LinkedIn (близько 2 млн. учасників), Pinterest, Twitter.

Соціальні дослідження показують, що більше 25 % користувачів соціальних мереж можуть запросити рекомендації страхового агента або фінансового консультанта онлайн. Тобто якщо раніше величезну роль грав особистий контакт з майбутнім клієнтом, то з часом присутність і активність страхової компанії, страхових агентів в соціальній мережі просто необхідні для успіху.

Серед особливостей SMM для великого бізнесу можна відзначити велике охоплення, роботу відразу на декількох майданчиках та інтерактивність комунікацій. Для цього використовуються співтовариства, блоги, додатки в соціальних мережах, планомірна робота з найбільш лояльними лідерами думок. Також серйозна увага великих компаній приділяється роботі з репутацією, зокрема, моніторингу й нейтралізації негативу[4].

Слід зазначити, що ключову роль в соціальному медіа-маркетингу відіграє також контент, тому йому потрібно приділяти найбільше уваги. Для цього слід генерувати важливі та актуальні для аудиторії теми, заохочувати активних користувачів, відповідати на їх відгуки, проводити конкурси.

Зарубіжний портал "DrumUp", який займається стратегіями маркетингового просування в Інтернет різних підприємницьких структур, зазначає такі необхідні заходи щодо SMM для страхових компаній:

1. Слід почати з однієї соціальної мережі засобів масової інформації. Зосередивши увагу на одній соціальній мережі засобів масової інформації, компанія зможе отримати більш глибоке розуміння того, як працюють соціальні медіа, а також про тип контенту, який має бути підібраний для аудиторії.

2. Доцільно публікувати цікавий контент на сторінках компанії в соціальних мережах. Страхова компанія може публікувати інформативні статті, які не просувають бренд, але мають високу цінність для користувачів.

3. Необхідно залишатися актуальними на своїх сторінках в соціальних мережах та бути впевненим, що контент має відношення до того, що відбувається навколо.

4. Залучення аудиторії. Соціальні медіа – це в більшій мірі комунікаційні прихильниками спілки. Слід починати важливі обговорення, які можуть привести до поширення серед користувачів записів компанії.

5. Слід використовувати сторінки в соціальних медіа для просування майбутніх подій та нових страхових продуктів.

6. Корисним буде зробити посилання на профілі співробітників компанії і розташувати їх на сторінках компаній в соціальних мережах [5].

Таким чином, варто зазначити, що Інтернет-маркетинг страхових компаній в Україні знаходиться на етапі свого розвитку. Наведені переваги



та розглянуті позитивні аспекти впровадження такого каналу просування страхового продукту як Інтернет дозволяють вести мову про наявність вагомих конкурентних переваг та досягнення більш високих показників ефективності діяльності страхових компаній, що застосовують маркетинг у мережі Інтернет як один з каналів просування, а Інтернет-страхування – як один з каналів продажу страхових послуг.

Оскільки SMM для страховиків вітчизняного ринку є досить новим явищем, вважаємо необхідним використання цього напряму Інтернет-маркетингу українськими страховими компаніями, адже іноземний досвід показує, що його впровадження є невід’ємною складовою маркетингу сучасної компанії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Digital 2020: 3.8 Billion people use social media URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#>
2. Рябоконт Н. П. Систематизація каналів продажів страхових продуктів. *Науковий вісник УАБС НБУ*. – 2012. – Вип. 34. – С. 268-275.
3. Литовченко І., Рулінська О. Інтернет-маркетинг в діяльності страхових компаній. Соціально-економічні проблеми і держава. 2014. Вип. 2 (11). С. 179–187. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14lildsk.pdf>
4. Терехов Д. С. SMM-маркетинг у системі управління сучасним підприємством. *Наука й економіка*. 2015. № 1 (37). С. 77–79.
5. Матеріали порталу з маркетингового просування в Інтернет “Drum Up” URL: <https://drumup.io>

## **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ**

Сальникова Т. В.

Сфера туризму для економіки України є одним із джерел надходжень фінансових ресурсів, в тому числі значних обсягів валютних надходжень, створення нових робочих місць, активізації інвестиційної діяльності.

Зелений туризм є одним з пріоритетних напрямів діяльності та джерел наповнення бюджету податковими надходженнями. Важливим для ефективного використання цього джерела є формування оптимальної структури фінансування туристичної галузі, яка дасть можливість створити сприятливе середовище для розвитку туризму.

Дослідники проблем фінансового забезпечення туристичної галузі зазначають, що підтримка та фінансування туристичної сфери потребує фінансування суміжних сфер діяльності: готельно-ресторанного господарства, транспорту, інфраструктури, сфери розваг, народних промислів тощо. Однак, фінансові вливання в галузь забезпечать модернізацію інфраструктури, яка буде використовуватись і туристами, і громадянами.

Фінансове забезпечення туризму має вирішувати такі завдання, як: досягнення максимальної ефективності використання наявних фінансових

ресурсів; максимізація обсягів виробленого ВВП на основі вибору раціональної моделі фінансового забезпечення; встановлення оптимальних пропорцій розподілу та перерозподілу виробленого ВВП із метою повного забезпечення потреб громадян, підприємств туристичної галузі, держави; всебічне сприяння залученню усіх тимчасово вільних коштів та отриманих доходів через інституції фінансового ринку на потреби фінансового забезпечення виробництва невиробничої сфери, зокрема туристичної галузі України [1, 394].

Розвиток туристичної галузі передбачає активну участь держави з використанням фінансових важелів: фінансово-кредитні (мікрокредитування, пільгове кредитування, державне субсидіювання, лізинг); податкові (податкове регулювання, оптимізація кількості і величини податків в туристичній діяльності; створення сприятливих умов для залучення інвестицій; бюджетне фінансування програм розвитку туризму; надання податкових пільг) [1].

Нестабільність у системі регулювання сфери туризму не дає змоги в повному обсязі використати можливості даної сфери. У 2011 р. було створено Державне агентство України з туризму та курортів. У січні 2015 р. агентство було ліквідовано, після чого функції з забезпечення державної політики у сфері туризму почав виконувати Департамент туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі. У вересні 2019 р. стало відомо, що туризмом в Україні опікуватиметься Міністерство культури України [2].

За 2017–2018 рр. кількість суб'єктів туристичної сфери зросла на 34 од. і склала 1867 од., які отримали доходів за 2019 р. 31948,701 млн. грн., що на 10879,433 млн. грн. більше за показник 2018 р. При цьому, починаючи з 2014 р. стабільно зростають доходи до зведеного бюджету України від суб'єктів туристичної діяльності. Обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі України протягом 2017–2019 рр., відповідно до даних програмної класифікації видатків державного бюджету, скоротились на 19950 тис. грн. за плановими показниками, та на 8,975 тис. грн. за фактичними показниками.

На фінансування з Державного бюджету програми Фінансової підтримки розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні за період 2017–2019 рр. виділено 25548,5 тис. грн. з 608,908 тис. грн. запланованого фінансування, тобто, на 66,22 % скоротився фактичний показник фінансування програми [4].

Виконання плану з фінансування складає 43,45 % у 2019 р., 26,6 % – у 2018 р. і 44,46 % – у 2017 р. При цьому, частка фінансування туризму в загальних видатках бюджету коливається на рівні 0,0002 %, що не покриває потреб галузі для ефективного функціонування. У Держбюджеті на 2020 р. закладено 240 млн. грн. на фінансування вітчизняної туристичної галузі [4].

Окрім бюджетного фінансування, галузь потребує і залучає інвестиції. У 2017 р. обсяги інвестицій в основний капітал туристичної сфери склали 6801 млн. грн., частки інвестицій у туристичну діяльність у загальному обсязі інвестицій у сферу послуг у 2017 р. складала 6,1 %. Іноземні інвестиції у 2017 р. в туристичну галузь склали 1201,1 млн. дол. США, що становить 1,9 % усіх прямих іноземних інвестицій в економіку України в 2017 р. [3].

Для сприяння залученню інвестицій важливо забезпечити: захист майнових прав інвесторів у державні туристичні проекти; надання землі в оренду за ціною, що нижча за ринкову; податкові пільги, захист від подвійного оподаткування за допомогою затвердження договору з іншими державами; зниження митних тарифів; субсидії, або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів [3, 170].

Для забезпечення розвитку туризму необхідно забезпечити належне фінансування підприємств даної галузі, більшість з яких – малі підприємства, для яких важливою є підтримка держави у формі бюджетного фінансування, надання пільгових кредитів, субсидій, податкових пільг та створення сприятливого правового середовища для провадження діяльності і залучення інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Охріменко А. Г. Фінансові аспекти функціонування туристичної галузі. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2011. № 1.

2. В Україні створять Державне агенство у справах туризму. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2812791-v-ukraini-stvorat-derzavne-agentstvo-u-spravah-turizmu.html>.

3. Державнерегулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлюк . К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.

4. Звітність про виконання Державного бюджету України за видатками за 2017–2019 рр. Офіційний сайт ДКСУ. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Барабаш Н. М.

Розвиток підприємства значною мірою залежить від того, наскільки ефективним буде провадження його господарської діяльності підприємства, тому оцінка ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства є вкрай необхідною. Процес провадження діяльності підприємства супроводжується виконанням операцій, які прямо чи опосередковано впливають на кінцевий результат. Однією з проблем управління підприємством є недостатнє дослідження взаємозв'язку чинників та ступеня їх впливу на ефективність господарюючого суб'єкта. Отже, особливої актуа-

льності набуває визначення факторів впливу на показники діяльності підприємства як чинників підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Найбільш важливою характеристикою фінансово-господарської діяльності підприємства є ефективність. Аналіз літературних джерел дав змогу переконатися в наявності різних підходів до визначення поняття «ефективність». Визначено, що ефективність господарської діяльності підприємства – це термін, що відображає співвідношення між одержаними результатами від господарської діяльності та витраченими ресурсами на їх досягнення [1].

Характеризуючи фактори впливу на ефективність фінансово-господарської діяльності, доцільно розмежувати їх на внутрішні та зовнішні. Внутрішні залежать від результативності роботи управлінського персоналу і колективу підприємства, виражають результати діяльності підприємства, а зовнішні кількісно визначають рівень використання виробничих і фінансових ресурсів [2].

На основі проаналізованих підходів зроблено висновок, що ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання насамперед характеризують показники рентабельності, які визначаються відношенням отриманого прибутку до понесених витрат.

До основних показників рентабельності належать: рентабельність власного капіталу; рентабельність активів; рентабельність продажів. Також для оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства використовують такі групи показників: показники використання основних засобів; показники використання оборотних засобів; фінансові коефіцієнти [1].

Визначено, що для формування загального висновку про ефективність діяльності підприємства доцільно використовувати комплексну систему показників. Побудова факторних моделей і використання факторного аналізу сприяє виявленню резервів зростання ефективності підприємства, що є основою для прийняття рішень щодо напрямів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства [3].

Одним з основних напрямів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства є ресурсний, який базується на необхідності проведення детального аналізу використання наявних ресурсів та живої праці. Другим напрямом є організаційний, відповідно до якого проводиться пошук нових можливих шляхів удосконалення системи управління і підвищення ефективності тих процесів, що здійснюються на підприємстві. Третім напрямом підвищення фінансово-господарської діяльності підприємства виступає технологічний, який передбачає запровадження у процеси виробництва сучасної техніки і технологій, а також розв'язання організаційно-правових питань.

За допомогою ресурсного напрямку слід аналізувати ефективність використання наявних матеріальних та трудових ресурсів. При цьому потрібно враховувати рівень завантаження обладнання, структуру собівартості

продукції, а також частку амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці. Всі показники варто аналізувати в динаміці, а також порівнювати з показниками найближчих конкурентів, якщо є така можливість [2].

За допомогою організаційного напрямку розробляють шляхи підвищення ефективності управління процесами, які відбуваються на підприємстві. Оскільки організація виробничого процесу є важливим складником ефективності підприємства, вона є одним із резервів її підвищення. Аналіз усіх аспектів ефективності від рівня робочого місця окремого працівника до рівня підприємства загалом є не менш важливим. З огляду на специфіку діяльності виробничих підприємств, особливу увагу необхідно звертати на можливість використання масового та великосерійного виробництва, тому що такі виробництва є більш ефективними.

Оскільки більшість підприємств є технологічно відсталими, ця проблема вирішується в межах технологічного напрямку. Проблема технологічного відставання має два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший передбачає оновлення та поліпшення технічної бази, другий – організаційно-правові проблеми. Отже, щоб подолати технічне та технологічне відставання, потрібно перейти на сучасні технології та запровадити систему відносин, яка називається корпоративною культурою. Оскільки найпереводіші компанії з тривалим досвідом роботи мають таку систему, її треба запозичувати [2].

Вважаємо, що використання усіх зазначених напрямів спроможне забезпечити достатні темпи зростання ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Григораиш О. В., Терьошина Ю. О. Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємств України. *Бізнесінформ*. 2017. № 11. С. 221–226.
2. Григораиш О. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 6 (11). С. 154–158.
3. Ткачук Г. Ю. Підходи до оцінки ефективності господарської діяльності підприємства. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. Вип. 1. С. 366–378.

## **КРИПТОВАЛЮТА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ**

Фоменко В. К., Щегельська А. О.

Криптовалюта – це цифровий грошовий засіб, існування якого ґрунтується на криптографічному принципі [2]. Ці віртуальні гроші являють собою унікальні криптографічні коди і не мають ніякого матеріального аналогу, їх не можна покласти в гаманець, вони існують тільки в мережі і не виходять за її межі [1]. Ринкова капіталізація та курс найпопулярніших криптовалют у світі представлено в табл.1.

**Ринкова капіталізація та курс найпопулярніших криптовалют у світі**

Назва	Скорочена назва	Капіталізація станом на 01.01.2020 р., доларів USA	Ціна за одиницю, станом на	
			01.01.2019 р., доларів USA	01.07.2019 р., доларів USA
Bitcoin	BTC	112 462 639 149	963	6446,25
Ethereum	ETH	21 051 921 284	8,26	208,44
BitcoinCash	BCH	7 672 199 880	536	555,88
Ripple	XRP	18 488 319 927	0,006 523	0,486
IOTA	IOT	1 311 489 605	0,415	0,5
Litecoin	LTC	3 065 085 340	4,42	53,51
NEM	XEM	835 677 500	0,0036	0,094
Dash	DASH	1 311 429 995	11,21	165,42
Neo	NEO	1 048 397 446	0,149	16,45
Ethereum Classic	ETC	1 013 975 073	1,77	9,36
Karbo	KRB	415 763	0,023	0,06

Джерело: складено автором на основі [5].

На сьогоднішній день Coinmarketcap включає 853 цифрових активів, 10 з яких мають капіталізацію понад 1 млрд дол. США [5]. Перше місце традиційно займає перша криптовалюта – Bitcoin, друге - Ethereum, третє - BitcoinCash. Так само в «клуб мільярдерів» входять Ripple, IOTA, Litecoin, NEM, Dash, NEO, EthereumClassic [5].

Світове тлумачення криптовалют у різних країнах відрізняється: одні вважають їх валютою, інші товаром, ще інші взагалі вважають їх незаконним активом. Така різноманітність поглядів ускладнює їх визначення в українському законодавстві [2].

Криптовалюта в нашій країні не є платіжним засобом. Відповідно, купити за неї товари і послуги буде складно. З іншого боку, прямої заборони на використання криптовалюти ніде не міститься. Напевно тому розплатитися криптовалютою, не обмінюючи її на гривню або іншу валюту, цілком реально. З кожним днем її приймає все більше торгових точок, особливо у порівнянні з минулими роками (табл. 2).

**Послуги, які можна оплатити за допомогою Bitcoin**

Назва послуги	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Послуги юриста та IT-компанії	–	+	+
Оплата за реєстрацію торгової марки	–	–	+
Організація доставки агропродукції GoldenCorn	–	–	+
Поїздка в Чорнобиль	–	–	+
Оплата квитків до кінотеатру	+	+	+
Оплата доставки квітів	–	–	+
Бронювання місця у готелі або хостелі	+	+	+
Плата ріелторам за посередницькі послуги	–	+	+

Джерело: складено авторами на основі [3].

Для розрахунків за допомогою Bitcoin потрібен цифровий гаманець.

Купити Bitcoin можна в криптоматах, як звичайних банкоматах, але для операцій з криптовалютою. Такі криптомати в нинішньому році з'явилися і в Україні. Правда, пов'язані вони тільки з однією з існуючих криптовалютних бірж [2]. Розвиток криптовалют в Україні відбувається достатньо повільно, але не зважаючи на це, існують гідні проекти, які сприяють розвитку та популяризації криптовалют у нашій країні [2]. На сьогоднішній день існує масштабний і вартий уваги український проект «Карбованець» (Karbo) - перша українська криптовалюта, що отримала визнання і набула популярності.

Наразі криптовалюта в Україні не признана валютою чи будь-яким іншим засобом вираження вартості, активом чи товаром. На сьогодні в Україні існує проект закону «Про обіг криптовалюти в Україні», де криптовалюта визначається як об'єкт права власності [2]. Це означає, що власники будуть нести додаткове податкове навантаження при майнінгу та операціях з криптовалютами. Згідно з цим законопроектом державне управління обігом криптовалют буде здійснюватися НБУ, а держава не несе зобов'язань і не відшкодовує втрати від знецінення цифрових грошей або від їх втрати із будь-яких причин [3].

**Список використаних джерел:**

1. Галушка Є. О., Пакон О. Д. Сутність криптовалют та перспективи їх розвитку. *Young Scientist*. 2017. № 4 (44). С. 634–638.
2. Гусєва І. І., Петрова Т. О. Тенденції розвитку криптовалют на ринку України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. С. 48–50.
3. Курси криптовалют на сьогодні. URL: <https://myfin.by/crypto-rates> (дата звернення: 16.10.2018)

4. Лук'янов В. С. Зародження ринку криптовалюти в інформаційно-режевій парадигмі. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 8. С. 436–441.

5. Новини найактуальніших криптовалют у світі. URL: <https://www.segodnya.ua/economics/kriptovalyuta.html> (дата звернення: 14.11.2018)

## **РЕФОРМУВАННЯ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ВАЖІЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

Дзюба В. В., Підодня Д. Г.

Політика економічної стабілізації в країні потребує кардинальних змін через здійснення податкової реформи. Держава як головний важіль економічної політики через такий важливий фінансовий інструмент, як податкова політика, повинна сформувати прогресивно-стимулюючі правила роботи для суб'єктів підприємницької діяльності.

По-перше, необхідно обґрунтувати ефективну економічну модель і правову конструкцію фінансових потоків.

По-друге, створити технологічні передумови таких процесів, як відтворення інвестиційної та кредитної політики, стимулювання процесів розширеного економічного відтворення у виробничому секторі, запобігання діяльності тіньової економіки, усунення вимивання обігу коштів підприємств [1].

Головною ланкою вирішення цих протиріч є раціональне створення системи спрощеного оподаткування (далі ССО). Основна мета спрощеної системи оподаткування – полегшити ведення бухгалтерського обліку, розрахунку податків і ведення звітності в цілому. Розрахунок податку відбувається за касовим методом – всі гроші які надійшли на розрахунковий рахунок або в касу підприємства.

Отже, які зміни ми можемо бачити в 2020 році. Законом № 540, який набрав чинності 2 квітня 2020 року, внесені зміни до пункту 291.4 ст. 291 гл. 1 “Спрощена система оподаткування, обліку та звітності” розділу XIV “Спеціальні податкові режими” Кодексу, якими збільшено граничні обсяги доходу, які надають право суб'єктам господарювання застосовувати спрощену систему оподаткування, обліку та звітності.

Тому, з 2 квітня 2020 р. для платників єдиного податку встановлено граничні обсяги доходу протягом календарного року:

для I групи – 1 млн грн (до 2 квітня 2020 року було – 300 тис. грн);

для II групи – 5 млн грн (до 2 квітня 2020 року було – 1,5 млн грн);

для III групи – 7 млн грн (до 2 квітня 2020 року було – 5 млн грн).

Також нововведенням є те, що платники єдиного податку мають право за власним бажанням змінити групу платника єдиного податку (у зв'язку з збільшенням граничних обсягів доходу), але лише з III кварталу 2020 р. за дотриманням вимог [2].

Основним елементом реформи ССО є зміни у рівні оподаткування бізнесу, який використовує цю систему. Податкове навантаження – ПДФО з



підприємницької діяльності та єдиний соціальний внесок – знизиться для частини підприємців, які мають найнижчі доходи.

Фактично реформа передбачає розширення застосування у податковій системі України принципів горизонтальної справедливості – підприємства, що мають однакові доходи, сплачують однаковий податок – та вертикальної справедливості – підприємства, що мають різні доходи, сплачують податки у різному розмірі. Перевагами реформи, насамперед, є зменшення зловживання системою спрощеного оподаткування, зменшення конкуренції, пов'язаних з оподаткуванням, зниження бар'єрів для зростання малих підприємств, можливість зменшення податкового навантаження у періоди збитків і звичайно збільшення прозорості у введенні бізнесу.

Поряд з значними перевагами є і недоліки цієї системи: частина платників єдиного податку буде вимушена піти з ринку або перейти в “тінь”, оскільки вони не зможуть здійснювати прибуткову діяльність в результаті зростання витрат на сплату податків та зростання конкуренції [4].

Отже, з одного боку, реформа покликана усунути спотворення конкуренції, знизити бар'єри для входу на ринок та для зростання підприємств, що використовують ССО, а також полегшити їх доступ до зовнішнього фінансування. З іншого боку, посилення конкуренції може спричинити вихід з ринку або перехід у “тінь” частини платників єдиного податку і збільшити витрати підприємств на облік.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воронкова О. М. Податкове регулювання економічних процесів. *Фінанси України*. 2003. № 6. С. 40–43.
2. Міністерство фінансів України: офіційний сайт. URL: <http://www.minfin.gov.ua/>
3. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI, від 02.12.2010 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Інтернет-газета: Економіка. URL: <http://economics.com.ua>

## **ДОВГОСТРОКОВІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНІ**

Зіненко В. В.

Інвестиції є одним з найважливіших факторів економічного зростання підприємств, джерелом придбання основних засобів, формування оборотних коштів підприємницьких структур. Велика частина світових інвестиційних ресурсів формується, розподіляється і перерозподіляється шляхом фінансового інвестування. Під довгостроковими інвестиціями розуміють внесок підприємства на тривалий час в різні види необоротних активів, враховуючи фінансові інвестиції в цінні папери, статутний капітал інших компаній. Саме фінансові інвестиції характеризуються здатністю акумулювати найбільші за обсягами ресурси, які під впливом ринкових механізмів розподіляються між суб'єктами підприємницької діяльності. Серед активів ринку капіталів можна виділити облігації, акції, похідні фінансові інструменти.

Під довгостроковими інвестиціями у вигляді капітальних вкладень розуміють витрати на створення, збільшення розмірів, а також на придбання необоротних активів тривалого користування, не призначених для продажу. Довгострокові капітальні інвестиції спрямовують на:

- інвестиції на капітальне будівництво, реконструкцію, розширення та технічне переозброєння діючих підприємств;
- інвестиції на купівлю будівель, споруд, обладнання, транспортних засобів;
- інвестиції на купівлю земельних ділянок та об'єктів природокористування;
- інвестиції на купівлю та розробку нематеріальних активів, а саме науково-дослідних та технічно-конструкторських робіт.

Враховуючи нестабільну економічну ситуацію в Україні, підприємці та інвестори найбільше готові інвестувати кошти в розширення свого бізнесу та збільшення його масштабу.

Серед фінансових інвестицій найбільшого поширення набули операції з купівлі валюти, та купівлі облігації внутрішньо державних позик, оскільки за ними інвестор гарантовано отримає дохід. Головною проблемою ринку фінансових інвестицій є нерозвинений ринок фінансових послуг. Розглянемо надходження прямих інвестиції в Україну та за її межі з України (рис. 1).

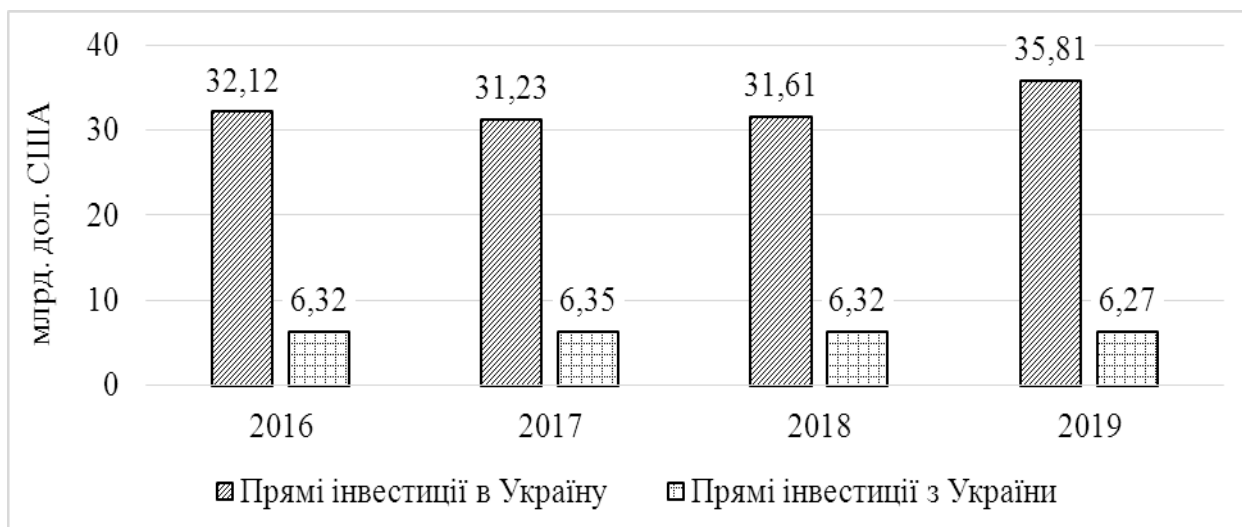


Рис. 1. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) у 2015–2019 рр.  
Джерело: складено авторами на основі [3].

Проаналізувавши розмір прямих інвестицій за 2015–2019 рр., можна зазначити, що прямі інвестиції в українські підприємства збільшились у 2019 р. на 11,48 % у порівнянні з 2016 р. Розмір прямих інвестицій з України залишились майже не змінними. Проаналізуємо рівень прямих інвестицій в економіці України за видами економічної діяльності (табл. 1).

**Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України  
за видами економічної діяльності за 2015–2019, (млн.дол. США)**

Вид економічної діяльності	2016	2017	2018	2019	Темп прир. 2019/2016 (%)	Структура, %
Промисловість	9893,6	9667,6	10 543,7	11 595,9	117,2	0,3
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	5247,4	5106,5	4957,8	5662,5	107,9	0,2
Інформація та телекомунікації	2089,4	2075,7	2100,1	2939,6	140,7	0,1
Фінансова та страхова діяльність	4350,1	3627,4	3526,3	4557,6	104,8	0,1
Операції з нерухомим майном	3882,1	3764,4	3796,3	4495,7	115,8	0,1
Професійна, наукова та технічна діяльність	2222,6	2253,5	2131,1	2223,0	100,0	0,1
Інше (менше 5%)						0,1
<b>Усього</b>	<b>32 122,5</b>	<b>31 230,3</b>	<b>31 606,4</b>	<b>35 809,6</b>	<b>111,5</b>	<b>100,0</b>

Джерело: складено авторами на основі [3].

Проаналізувавши рівень інвестицій за видами економічними діяльностями за 2016–2019 рр. можемо зазначити, що більшість статей мають незначні зміни, найбільших змін зазнали освіта та інформація та комунікації в середньому вони зросли більше ніж на 40 % відносно 2016 р. Також необхідно зазначити, що за весь аналізований період найбільшими статтями отримання інвестиційних коштів залишається промисловість.

Підприємство, яке вкладає кошти в фінансові інструменти мотивоване на додатковий швидкий заробіток, і спекулятивні операції відповідають цій мотивації. Однак, прибуток від фінансових інвестицій має непостійний характер, оскільки ринок цінних паперів зазвичай має високу волатильність, що не гарантує стабільного довгострокового доходу від інвестицій.

Підприємство, яке вкладає кошти в реальні довгострокові інвестиції, має на меті не тільки збільшити розмір отриманого прибутку, але також і наростити свій капітал шляхом збільшення та оновлення основних засобів, для створення нових продуктів, щоб забезпечити більші потреби суспільства.

**Список використаних джерел:**

1. *Бланк И. А.* Финансовый менеджмент : учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. К. : Эльга, Ника-Центр, 2007. 653 с.
2. *Дука А. П.* Теорія і практика інвестиційної діяльності. Інвестування : навч. посіб. 2-е вид. К. : Каравела, 2008. 432 с.
3. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. *Rodionov A.* (2018). Financial investment: the essence and the economic content in modern conditions. Bulletin of Science and Practice, 4 (10). P. 321–326.

## ОРГАНІЗАЦІЯ КРЕДИТНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА З БАНКОМ

Чичина А. П.

Пропорційний розвиток всіх економічних підсистем України забезпечить найкращі можливості для структурної перебудови економіки, активного розвитку інституту підприємництва та удосконалення банківської діяльності, яка має сприяти нормальному функціонуванню цього інституту. Необхідно відзначити, що ключовими чинниками соціально-економічного прогресу в Україні є підприємницька діяльність та суб'єкти, що її здійснюють.

Банківська система країни є однією з найважливіших ланок у структурі ринкової економіки, так як забезпечує безперервний рух грошових потоків в економіці, створюючи тим самим базові умови для неперервного процесу виробництва. Практична діяльність підприємницьких структур без ефективно функціонуючої банківської системи неможлива, оскільки акумульовані через банківську систему грошові ресурси в умовах ринкового господарювання є найважливішим джерелом поповнення фінансових ресурсів підприємств.

Взаємовідносини підприємства та банківської установи можна охарактеризувати як посередницьку банківську діяльність шляхом здійснення операцій на фінансово-кредитному ринку України та які є такими, що відповідають нормам законодавства та вимогам банківського нагляду.

Отже, банківські установи, виступаючи у ролі кредитних установ повинні проводити діяльність, яка відповідає наступним критеріям [2]:

- діяльність установи повинна бути прибутковою внаслідок проведення операцій із залучення та розміщення ресурсів, комісійних операцій;
- банківська установа повинна здійснювати свою діяльність відповідно до стратегії розвитку, а саме: розміщення ресурсів за найвищою ставкою, власний капітал та наявні резерви повинні відповідати рівню можливого ризику;
- безпека банку та позичальника повинна гарантуватися на основі партнерських відносин, розвитку послуг та за взаємної зацікавленості[5].

Кредит, як самостійна економічна категорія обумовлює сутність фінансово-кредитної взаємодії між підприємством та банківською установою [3]. Головними суб'єктами фінансово-кредитної взаємодії виступають: банк та підприємство.

В процесі проведення роботи банками під час розгляду можливості фінансування діяльності підприємства за рахунок банківських кредитів, постає необхідність оцінки кредитоспроможності підприємства як позичальника кредитних коштів. Достовірність та точність оцінки важлива для позичальника, адже від неї залежить рішення про надання кредиту та про можливий його обсяг [1].

Однією з основних задач аналізу кредитоспроможності підприємства є об'єктивна оцінка його фінансового стану, яка проводиться по наступних напрямках [4]:

- характеристика загальної господарської діяльності підприємства;
- аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;

- оцінка майнового стану та структури капіталу підприємства;
- аналіз фінансової стійкості;
- аналіз ліквідності та платоспроможності;
- аналіз ефективної діяльності та ділової активності.

В процесі проведеного дослідження виявлено наступні проблеми, з якими стикається підприємство при залученні банківського кредиту:

- відсутність кредитної історії суб'єкта господарювання;
- відсутність або недостатній обсяг майна під заставу;
- низький рівень кредитоспроможності підприємства;
- недостатній рівень знань та обізнаності фінансових працівників підприємства в питаннях кредитування;
- надто високі кредитні відсотки;
- тривалість процедури розгляду кредитної заявки та укладення кредитного договору;
- недосконале та нестабільне законодавство, що регулює залучення банківських кредитів підприємствами;
- нестабільна фінансова та політична ситуація у країні, що зумовлює використання банками тактики скорочення обсягів довгострокового кредитування підприємств.

Для покращення фінансової роботи на підприємстві з залучення кредитних ресурсів (позикового капіталу) необхідно розробляти і втілювати стратегію управління залученням коштів, яка забезпечуватиме пошук ефективних джерел фінансування виробничо-господарської діяльності підприємства з урахуванням усіх обмежень і ризиків. Системне та цілеспрямоване управління залученням коштів сприятиме виявленню резервів для додаткового отримання ресурсів, підвищенню економічного потенціалу й конкурентних переваг підприємства на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Гопкало В. О.* Методичні засади та інструментарій діагностики юридичних осіб – позичальників банку. *Молодий вчений*. 2018. № 1 (53). С. 869–872.
2. *Ковальчук Н. О., Паскар М. О.* Удосконалення методик оцінки рівня кредитоспроможності вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 11. С. 91–94.
3. *Поддєрьогін А. М.* Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2008. 552 с.
4. *Стефурак Р. М.* Суть кредитоспроможності підприємства та необхідність управління в сучасних умовах. *Простір і час сучасної науки*. 2018. № 2. С. 767–770.
5. *Яцух О. О.* Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2018. № 3. С. 173–180.

## ДО ПИТАННЯ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РИЗИКОВОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ТА ВІДПОВІДНОГО РОЗВИТКУ СТРАХОВОЇ ГАЛУЗІ

Петрова Л. О., Терещенко Т. Є.

Швидkozмінне середовище в світі призводить до виникнення нових та стрімко зростаючих ризиків, які на сьогодні кількісно оцінити важко, але вони мають надзвичайно високий вплив на нормальну життєдіяльність людей, фінансову стійкість суб'єктів господарювання, фінансову безпеку держави та навантаження на саму страхову галузь. Одним із виникаючих ризиків є ризик нових інфекційних захворювань. При цьому пандемія COVID-19 вимагає відстеження нових ризиків, які виникають майже у всіх секторах, включаючи бізнес, охорону здоров'я, нові технології, а також є викликом для суспільства в цілому та для урядових структур. Разом з цим існує ризик того, що невідкладність боротьби з COVID-19 буде означати, що інші виникаючі проблеми будуть не враховані. Тому дана тема на сьогодні є надзвичайно актуальною.

У звіті SONAR за 2020 р., виданому Swiss Re Institute виділено чотири напрями підвищеної ризиковості: охорона здоров'я; технології; суспільство; зміни клімату [1].

По-перше, пандемія COVID-19 показала вразливість світових систем охорони здоров'я більшості країн світу і не готовність до нових подібних масштабів захворювань; відсутність протоколів поведінки для закладів охорони здоров'я, закладів освіти, суб'єктів підприємницької діяльності та населення загалом щодо поведінки під час пандемій та епідемій для запобігання масових захворювань тощо.

Для підвищення стійкості системи охорони здоров'я постає необхідність співпраці страхових організацій, як з приватними, так і з державними лікарнями. Прикладом такої співпраці можуть стати створені страхові пули, які будуть передбачати заздалегідь узгоджені угоди про розподіл ризиків між суб'єктами господарювання, державним сектором та страховими компаніями з відшкодування збитків у наслідок майбутніх пандемій.

Із закінченням загрози пандемії, виникне нове навантаження на систему охорони здоров'я: загострення хронічних захворювань, психічних захворювань, зростання відсотка людей, що страждають на ожиріння, діабет та інші захворювання, що будуть наслідками карантинних обмежень для населення. І все це призведе до додаткових позовів про втрату працездатності або навіть до позовів, пов'язаних з ранньою смертністю. Коефіцієнти ризиковості розраховані раніше, можуть в ближньому майбутньому стати неактуальними.

По друге, пандемія коронавірусу вплинула на прискорення комп'ютеризації та цифровізації послуг. Ця тенденція має і позитивні, і негативні сторони. З однієї сторони – це полегшило навчання в умовах карантинних обмежень, дало можливість організувати дистанційну роботу, що допомогло ряду підприємств уникнути економічної кризи. А з іншої

сторони – це зростання цифрового ризику, тобто збільшення кібератак, фейкової та діпфейкової інформації. Фейкова та діпфейкова інформація, кібератаки можуть стати причиною фінансових і репутаційних втрат окремих осіб або організацій і навіть можуть вплинути на політичні рішення і викликати соціальні заворушення. Самі страховики також можуть піддаватися ризику через шахрайські претензії.

Третім ризиком визначаємо тривалий економічний спад, який скажется на доходах на початку та в середині кар'єри покоління Y. Як зазначається в SONAR 2020: “Це покоління вже постраждало від останньої глобальної фінансової кризи та жорсткої економії. Багато хто має борги за оплату навчання в університетах або не може дозволити собі самостійне життя. Також можливо, що розчарування міленіалів та недовіра до державних установ може сприяти соціальному волевиявленню або політично мотивованому насильству”, що з високим ризиком може стати страховими випадками. Більш того, у зв'язку з високим рівнем безробіття, більшість молодих людей не мають матеріальної змоги купувати страхові продукти, то в майбутньому страховим організаціям необхідно переглядати тарифну політику та шукати методи зниження ціни на страхування.

Боротьба з пандемією перевела проблеми зміни клімату на другий план. Але як зазначив М. Вейтман: “Те, що ми бачили COVID-19, – це дуже стисла версія того, що ми можемо побачити зі зміною клімату в майбутньому”. Зберігаючи глобальне потепління на рівні значно нижче 2°C в порівнянні з доіндустріальним рівнем [1], сектор страхування може посприяти досягненню мети з нульовим показником парникових газів, забезпечуючи довгострокові інвестиції у відновлювану інфраструктуру, відповідну критеріям ESG (environmental, social, governance - екологічна, соціальна та управлінська сталість). Досвід компанії Swiss Re Group показав, що дотримання критеріїв ESG має економічний сенс, оскільки прибутковість з поправкою на ризик вище [2].

Також, страхові організації для фінансового захисту населення з наслідками зміни клімату можуть розробити у співпраці з урядом країни спеціальні страхові продукти по розподілу страхового відшкодування від надзвичайних ситуацій між державою, страховою компанією та населенням постраждалої території, або розробка страхового захисту від нестабільності, пов'язаної з погодними умовами, для поновлюваних джерел енергії.

Нові виклики майбутнього, освітлені в тезах, хоча і викликають занепокоєння, але одночасно представляють величезні можливості для галузі страхування, оскільки вони спонукають до інноваційних рішень, які стануть ключем до того, щоб допомогти світу стати більш стійким.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Martin Weymann*. SONAR 2020: New emerging risk insights. Swiss Re Institute. URL : <https://www.swissre.com/institute/research/sonar/sonar2020.html>
2. Responsible investing in practice. Swiss Re Group. URL : <https://www.swissre.com/our-business/managing-our-assets/responsible-investing-in-practice.html>

## Іменний покажчик

Aldiwani Khaled .....	13	Антоненко А. М. ....	216
Baranets O. ....	229	Архірейська Н. В. ....	249
Chernokalova K. O. ....	109	Бабенко Л. В. ....	196
Chyrychenko Yu. ....	131	Байдак Т. М. ....	144
Czarnecki P. ....	72	Байрамов М. О. ....	192
Dashevskaya T. S. ....	93	Барабаш Н. М. ....	299
Dzhakheidr Emad Adburavi Ramadan .....	131	Баранник Л. Б. ....	253
Frolov S. ....	244	Безпалый А. В. ....	171
Grigorova V. P. ....	234	Бикова А. Л. ....	86
Hladchenko A. Yu. ....	97	Біліченко А. П. ....	267
Khmarskyi V. ....	262	Білозубенко В. С. ....	73
Kozmenko Serhii .....	13	Біневич Ю. О. ....	251
Kritenko O. ....	229	Богородицька Г. Є. ....	39
Litovchenko B. V. ....	109	Бойко З. В. ....	28
Melnychenko O. V. ....	257	Болотова В. О. ....	144
Polyakov Maxim .....	16	Брайко В. С. ....	169
Razzhyvin V. ....	72	Буховец Т. В. ....	90
Saed Khalleefah Ahmed Mohammed .....	93	Вакульчик О. М. ....	169
Shukairi F. B. ....	244	Васильєва В. Г. ....	119
Szabó A. ....	229	Ватченко О. Б. ....	43, 181
Tols M. ....	109	Велієва В. О. ....	204
Vink Dimitri .....	13	Волошко К. В. ....	275
Александрюк Т. Ю. ....	88	Ворона К. М. ....	49
Аносова О. С. ....	75, 95	Ганчева З. ....	232
Аношко А. М. ....	154	Гетьман А. А. ....	214
		Гірман А. П. ....	140
		Гой В. В. ....	117
		Горб К. М. ....	190
		Горбань С. Ф. ....	123
		Гордієнко В. О. ....	21
		Горєлов Є. В. ....	219
		Горожанкіна Н. А. ....	34
		Горященко Ю. Г. ....	129
		Грибенко В. А. ....	173
		Григораш О. В. ....	41
		Григораш Т. Ф. ....	41
		Гриненко Ю. І. ....	45
		Гриценко А. В. ....	78
		Грищук А. І. ....	162



Губа М. О. ....	289	Кисельов В. Р. ....	51
Губа О. І. ....	289	Книшек О. О. ....	210
Гудзь М. В. ....	185	Ковтун Н. С. ....	218
Гудзь П. В. ....	185	Кодацька Н. О. ....	152
Гуржій Н. М. ....	208	Козорог Д. С. ....	55
Гуртова Н. В. ....	148	Колісник В. О. ....	204
		Коломоєць О. К. ....	64
Данієлян Д. Т. ....	221	Коляда С. П. ....	160
Даценко В. В. ....	99, 136	Коновалова О. В. ....	119
Дегтярьова І. ....	101	Корнєєв М. В. ....	75
Денисюк Ж. З. ....	125	Корягіна Т. В. ....	37
Дзюба В. В. ....	304	Крупка Я. Д. ....	225
Дорина Е. Б. ....	90	Кузь М. М. ....	162
Дрешпак В. М. ....	146	Кушнір А. І. ....	62
Дрюніна Д. В. ....	32		
Дудчик О. Ю. ....	277	Лебідь О. Ю. ....	283
Дулік Т. О. ....	88	Лесюк О. В. ....	167
Думенко А. І. ....	142	Лисяк Л. В. ....	251
		Лобза А. В. ....	86
Єдинак В. Ю. ....	223	Ляшевський Я. О. ....	194
Єдинак Т. С. ....	113		
Єссе О. І. ....	181	Мазур Є. О. ....	188
		Малець Ю. Д. ....	57
Жабицька Н. С. ....	208	Маляр Д. В. ....	121
Жадько К. С. ....	104	Манза М. М. ....	269
Жарікова Ю. К. ....	273	Манчур І. М. ....	238
Жеребило І. В. ....	19	Мельник І. В. ....	127
Жихарева-Толстік Г. О. ....	99	Михальчук Л. В. ....	158
		Мірошниченко А. Т. ....	175
Залюбовський К. М. ....	59	Міщенко Д. А. ....	239
Заруцька О. П. ....	275, 279	Міщенко Л. О. ....	239
Зіненко В. В. ....	305		
Зінченко Г. К. ....	165	Небаба Н. О. ....	82
Зіх Вітольд ....	225	Неголюк Ю. В. ....	265
		Новікова Л. Ф. ....	269
Івашина О. Ф. ....	138		
Івашина С. Ю. ....	138	Овчаренко Є. С. ....	262
Івашов М. Ф. ....	23	Олексієнко Р. Ю. ....	206
Івашова Л. М. ....	23	Олійник А. М. ....	165
Ільченко В. М. ....	51	Омельянова К. Д. ....	196
Ісаханян С. Р. ....	212	Парасіч А. О. ....	84
		Пасічник Т. О. ....	198
Калашник М. В. ....	183	Перерва І. О. ....	206
Карканиця В. М. ....	115	Петрова Л. О. ....	310

Петрова Я. І. ....	281	Тимошенко М. В. ....	68
Петруня В. Ю. ....	107	Тополенко Н. М. ....	214
Петруня Ю. Є. ....	107	Тополя В. І. ....	285
Підберезня В. С. ....	136	Трудова М. Є. ....	80
Підковалихіна А. О. ....	14	Туболець І. І. ....	177
Підодня Д. Г. ....	304	Фесенко В. В. ....	236
Пікуліна Н. Ю. ....	55	Фещенко О. М. ....	32
Пльонсак А. О. ....	53	Фоменко В. К. ....	301
Положай М. В. ....	179	Химич І. Г. ....	117
Пуха І. П. ....	113	Хімич К. І. ....	66
Разінькова М. Ю. ....	78	Хурдей В. Д. ....	132
Романченко Ю. А. ....	227	Цатурян К. А. ....	80
Роменська К. М. ....	246	Циклаурі Н. К. ....	47
Рудик М. О. ....	255	Цюп'як П. Р. ....	281
Рудянова Т. М. ....	283	Чабан Л. І. ....	30
Сальникова Т. В. ....	297	Ченцов В. В. ....	242
Самедова М. Т. ....	227	Черба В. М. ....	84
Самойленко Д. М. ....	104	Чернікова О. І. ....	218
Самуха А. В. ....	279	Чичина А. П. ....	308
Сардак С. Е. ....	26	Шаблій С. Є. ....	73
Саричев В. І. ....	59	Шаранов Р. С. ....	43
Семенова Л. Ю. ....	30	Шевченко Н. І. ....	212
Сенкевич Г. А. ....	156	Шията О. В. ....	111
Сидоренко С. В. ....	200	Шнуренко Н. О. ....	47
Синельник В. С. ....	210	Шольно О. ....	236
Синюк А. О. ....	287	Шрам П. І. ....	95
Скаска О. І. ....	238	Щасна О. Ю. ....	249
Сметанкіна Н. С. ....	291	Щегельська А. О. ....	301
Смєсова В. Л. ....	260	Язіна В. А. ....	14
Соколов А. О. ....	202	Ятчук О. М. ....	134
Соломка Я. А. ....	253		
Соседка О. В. ....	271		
Танакова Г. Д. ....	39		
Тараненко В. Є. ....	66		
Терещенко Т. Є. ....	294, 310		

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**“ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО:  
ФІНАНСИ, ЕКОНОМІКА, УПРАВЛІННЯ”**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**06 листопада 2020 р.**

Матеріали подано в авторській редакції

**Підписано до друку 03.11.2020. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.  
Ум. друк. арк. 19,69. Облік.-вид. арк. 17,50. Наклад 50 прим.  
Замовлення № 50.**

**Дніпро: Університет митної справи та фінансів  
(Свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.)  
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4**