

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
КАФЕДРА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ РОЗВИТОК
СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ**

**МАТЕРІАЛИ
XI Всеукраїнської наукової конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених,
що присвячена
25-й річниці з дня заснування Національного університету
«Одеська юридична академія»**

м. Одеса, 25 листопада 2022 року

Одеса
2022

Організатори: Національний університет «Одеська юридична академія», кафедра національної економіки.

Укладачі:

Слободянюк Ольга Василівна – доктор економічних наук, професор кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія»;

Котлубай Вячеслав Олексійович – кандидат економічних наук, доцент кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія»;

Корнілова Олеся Володимирівна – доктор філософії (PhD), асистент кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія».

Економіко-правовий розвиток сучасної України: матеріали XI Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, що присвячена 25-й річниці з дня заснування Національного університету «Одеська юридична академія», м. Одеса, 25 листопада 2022 р. / за ред. д.е.н., проф. О. М. Кібік. Одеса, 2022. 114 с.

Думка укладачів може не збігатись з думкою авторів матеріалів. Відповідальність за зміст матеріалу несе автор. Відповідальність за порушення принципів академічної доброчесності несе автор.

СЕКЦІЯ 1.**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ****Орлов В.М.,**

*д.е.н., проф. кафедри економіки та цифрового бізнесу,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку*

Толкачова Г.В.,

*к.е.н., доц. кафедри економіки та цифрового бізнесу,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку*

Грабовець Р.В.

*магістр 2 курсу факультету бізнесу та соціальних комунікацій,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку*

**НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ**

У контексті інтеграції України у світ, входження країни в міжнародне економічне співтовариство, важливого значення набуває діяльність галузевої інфраструктури, від якої залежить економічне зростання країни [1].

Серед основних пріоритетів і напрямків розвитку економіки країни – поштовий зв'язок.

Акціонерне товариство "Укрпошта" - національний оператор поштового зв'язку (далі - підприємство), який надає в установленому законодавством порядку універсальні послуги поштового зв'язку на всій території України та має виключні права на здійснення окремих видів поштового зв'язку. діяльності в Україні. надання послуг поштового зв'язку [2].

В сучасних умовах (воєнний стан, COVID та ін.), які характеризуються нестабільністю зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на діяльність компанії, загрозою фінансовим інтересам окремих компаній, високим рівнем фінансових ризиків. забезпечення фінансової стійкості його діяльності. Фінансова стійкість є одним із основних елементів управління фінансами підприємства, необхідною умовою ефективного функціонування та розвитку.

Забезпечення фінансової стійкості є не тільки необхідним елементом фінансового менеджменту, але й корпоративного стратегічного планування, оскільки ступінь фінансової стійкості значною мірою залежить від правильно та чітко сформованої стратегії використання фінансових ресурсів. Забезпечити належні показники своєї діяльності та зростання виробничого потенціалу підприємство може лише в умовах посилення процесів глобалізації економіки за належного рівня фінансової стійкості.

Фінансова стійкість підприємства – це здатність підприємства до діяльності та розвитку, збереження його активів і ресурсів, що гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику.

Причини незбереження належного рівня фінансової стійкості можуть бути різними, оскільки всі вони поділяються на дві великі групи: поточні та стратегічні. До поточних причин слід віднести всі ті, що виникають на рівні фінансової стійкості підприємства. До стратегічних причин належать ті, що впливають на досягнення належного рівня фінансової стійкості: помилки в стратегії управління, політиці фінансування тощо.

Їх можна усунути за допомогою таких заходів, як коригування або обмін цілями, диверсифікація та розробка нових форм господарювання. Загалом можна сказати, що стратегічне управління фінансовою стійкістю дає можливість вибору заходів для досягнення довгострокових цілей у постійно мінливому середовищі. Це полягає в забезпеченні довгострокової стабільності фінансового становища компанії завдяки високій частці власного капіталу від загальних фінансових ресурсів.

Процес оцінки фінансової стійкості можна розділити на кілька етапів: діагностика та реструктуризація проблеми; стратегічний аналіз фінансової стійкості; вибір стратегії управління фінансовою стійкістю; контроль та оцінка управління фінансовою стійкістю. Незалежно від типу системи управління оцінка фінансової стійкості включає підвищення оборотності оборотних коштів, оптимізацію структури джерел фінансування; забезпечення своєчасного оновлення основних засобів та високої ефективності їх використання; забезпечення

необхідного самофінансування розвитку промисловості, проведення ефективної амортизаційної політики; забезпечення ефективних умов і форм залучення кредитних ресурсів відповідно до потреб підприємства.

Підприємство, що працює в умовах ринкового середовища, також піддається впливу ризиків, зокрема ризику зниження фінансової стійкості. Цього ризику можна уникнути, лише якщо: Ви відмовляєтесь від здійснення фінансових операцій. Якщо уникнути ризику зниження фінансової стійкості підприємства неможливо, то його мінімізація досягається шляхом отримання певних гарантій від контрагентів при наданні комерційних кредитів, а також скорочення переліку форс-мажорних обставин у договорах з покупцями. готові вироби, продукти, які дозволяють значно знизити ризик безнадійних боргів.

Ризик зниження фінансової стійкості компанії можна обмежити шляхом створення певних фінансових нормативів: мінімальної частки високоліквідних активів у складі активів компанії; граничний розмір позикових коштів у господарському обороті; максимальна сума вкладу розміщеного в банку.

Наведено характеристика підприємства (оператора поштової сфери – АТ Укрпошта), показано його значення для економіки країни, наведено результати оцінки показників фінансової стійкості АТ «Укрпошта» за період 2020-2021 рр..

Література

1. Економіка поштового зв'язку: навч.-метод. посіб.[для студентів вищих навчальних закладів] / Захарченко Л.А. та ін; за заг.ред. В.М. Орлова. Одеса: 2013. 324 с.
2. Про поштовий зв'язок: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 6 Ст.39.

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Гергола С. В., Комар-Стаховська К. П.,

студентки 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

СТАН СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ТА СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення росії на територію України стало великим поштовхом для сфери соціального захисту та соціального забезпечення, яка відіграє ключову роль у забезпеченні суспільного добробуту. Бойові дії агресора завдали не лише матеріальної шкоди, а й фізичної та психологічної. В результаті цього істотно зросла кількість населення, яке потребує соціальної допомоги. Це, насамперед, біженці, безробітні, особи, які втратили годувальників чи майно, багатодітні сім'ї та ін.. У зв'язку з даними умовами важливим аспектом залишається достатнє фінансування органів соціального захисту населення, задля забезпечення розвитку елементів соціальної інфраструктури.

Внаслідок політичної ситуації в країні, економіка України набуває ознак кризи. Ми можемо спостерігати зниження платоспроможності населення, як міського, так і сільського, а також ріст цін на продукти та послуги, що призводить до збільшення рівня бідності. Відтак наростає потреба у належному соціальному захисті.

Соціальний захист – система суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків (хвороба, інвалідність, старість, втрата годувальника, безробіття, нещасний випадок на виробництві тощо). З макроекономічної точки зору соціальне забезпечення – це система управління соціальними ризиками з метою компенсації шкоди, зниження або запобігання їх дії на процес розширеного відтворення населення. Як соціально-економічна категорія соціальне забезпечення є відносинами щодо перерозподілу

національного доходу з метою забезпечення встановлених соціальних стандартів життя для кожної людини в умовах дії соціальних ризиків [1].

Одним із найголовніших показників соціально-економічного стану населення є розмір державних видатків. У 2021 році видатки держбюджету України на сферу соціального захисту та соціального забезпечення становили 339278,9 млн. грн., або 22,77% від загального обсягу видатків. Станом на 01.10.2022 р. вони становлять 312688,9 млн. грн., або 17,9% відповідно [2].

Видатки зведеного бюджету України на соціальне забезпечення населення є меншими. Так у 2021 році вони дорівнювали 367346,6 млн. грн. (19,92%). У жовтні цього року їх обсяг становить 331320,9 млн. грн. (17,04%) [3].

Провівши аналіз частки видатків як державного, так і зведеного бюджетів України на соціальний захист і соціальне забезпечення, ми можемо стверджувати про її поступове скорочення, що призводить до недостатнього фінансування органів соціального захисту населення і до погіршення розвитку елементів соціальної інфраструктури відповідно. Найбільше від такої тенденції постраждають пенсіонери, непрацездатні особи, багатодітні сім'ї, учасники бойових дій та ін.

Важливим елементом залишається повномасштабне вторгнення росії на територію України, наслідком чого є значне збільшення кількості осіб, які потребують допомоги з боку держави. Це, наприклад, внутрішньо переміщенні особи. З початком війни їх офіційна кількість становить 4,6 млн. осіб. (за неофіційними джерелами, їх може бути набагато більше). На наступний рік в проекті Закону про Державний бюджет на підтримку лише цієї категорії громадян передбачено майже 60 млрд. грн. [4; 5].

Також соціальна підтримка є не менш важливою для військових, для функціонування об'єктів критичної інфраструктури, для забезпечення життєдіяльності населення країни загалом. Саме тому під час воєнного стану соціальна політика держави націлилась на такі основні напрямки роботи – залучення гуманітарної допомоги від міжнародних партнерів та сприяння розміщенню релокованих підприємств, що є джерелом додаткових бюджетних надходжень.

Воєнна агресія з боку російської федерації, а також набуття Україною статусу кандидата в члени Європейського Союзу загострила необхідність якомога скоріше окреслити проблеми правового забезпечення соціального захисту та віднайти шляхи їх вирішення. Для цього, ми вважаємо, система соціального забезпечення потребує певної трансформації, адже впродовж воєнного та післявоєнного періоду дуже важливо надавати людям не лише фінансову допомогу, а й психологічну та звичайну соціальну підтримку. Це призводить до розвитку та популяризації професії соціального працівника.

Наше дослідження показує, що в період воєнного часу ефективно функціонування соціальної політики держави займає провідне місце у забезпеченні суспільного добробуту. Тому ми дійшли висновку, що стан соціального захисту та соціального забезпечення відображає рівень збалансованості потреб та можливостей, впливає на особливості життєдіяльності людини та забезпечує соціальний розвиток суспільства загалом.

Література

1. Соціальне забезпечення. URL: https://www.wiki.uk-ua.pina.az/Соціальне_забезпечення.html (дата звернення: 08.11.2022).
2. Видатки держбюджету України. *Офіційний сайт Міністерства фінансів України*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/> (дата звернення: 08.11.2022).
3. Видатки зведеного бюджету України. *Офіційний сайт Міністерства фінансів України*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/expense/> (дата звернення: 08.11.2022).
4. Кількість переселенців в Україні. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3585076-killist-pereselenciv-v-ukraini-pisla-pocatku-povnomasstabnogo-vtorgnenna-zbilsilasa-vtrici.html> (дата звернення: 08.11.2022).
5. Проект Закону про Державний бюджет України на 2023 рік : законопроект від 14.09.2022 р. № 8000. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/40472> (дата звернення: 08.11.2022).

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Бортник А.О., Янчук Ю.М.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЗМІНИ У ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ДЕРЖАВИ З ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ

Війна з росією поступово переходить у фазу затяжної боротьби. І для перемоги в ній нам надзвичайно важливо підтримувати економічний щит нашої держави задля прискорення перемоги над ворогом.

В свою чергу це зумовлює потребу зміни пріоритетів економічної політики України для підтримки обороноздатності країни та населення шляхом впровадження змін, зокрема і в політиці оподаткування [1].

Однією із її перших змін з початку повномасштабного вторгнення стало зупинення усіх термінів, передбачених в ПК України, на період воєнного стану. Зокрема, платники податків отримали можливість відкласти подачу звітності та сплату податків до моменту скасування воєнного стану. Законом №2260 вирішено перебіг частини строків поновити. Так, платники податків після набрання його чинності, повинні будуть дотримуватись строків реєстрації податкових накладних, подання звітності та сплати податків [2].

Та все ж головною зміною стала можливість замінити податок на прибуток та ПДВ податком з обігу зі ставкою 2%. Після переходу на таку систему суб'єкти господарювання звільняються від обов'язку нарахування та сплати внутрішнього та імпортного ПДВ, подання податкової звітності та припинення реєстрації платника ПДВ, тобто фактично протягом цього періоду суб'єкт господарювання не сплачує ПДВ. Стати платником ПДВ. Це значно спростить податковий облік. При цьому суб'єкти господарювання, як і раніше, зобов'язані сплачувати ПДВ та ПДФО за своїх працівників порівняно зі «звичайною» моделлю спрощеного оподаткування, за винятком працівників, які переведені та беруть безпосередню

участь в обороні України. Однак це нововведення не поширюється на компанії, які займаються гральним бізнесом, валютною діяльністю, торгівлею споживчими товарами та майнінговою діяльністю, а також фінансовий сектор і компанії-нерезиденти [3].

Призупинивши всі податкові перевірки до закінчення воєнного стану, законодавці поступово додали винятки, на які такі призупинення не поширюються. Крім них, повертаються також документальні позапланові, хоча і не всі, і лише за умов безпечного доступу до приміщень, документів та при можливості провести інвентаризацію [4].

Законом від 24.03.2022 р. № 2142-IX передбачено, що якщо платник податків не може виконувати (будь-які) податкові зобов'язання у зв'язку з воєнними діями або введенням воєнного стану, то платник податків зобов'язаний зробити це протягом 6 місяців з дня припинення або звільнення. Обов'язковий воєнний стан, а також фізичні особи, які безпосередньо беруть участь у відсічі збройній агресії, - протягом 1 місяця з дня такої можливості. Однак ухвалений 12 травня 2022 року проект Закону №7360 змінив ці терміни: шестимісячний термін діловодства скорочено до двох місяців. А для платників податків – фізичних осіб навпаки – збільшено до 60 днів.

Під час воєнного стану звіти та інші документи дозволено подавати в паперовому вигляді. Також передбачено порядок дій у разі втрати первинних облікових документів внаслідок бойових дій чи окупації. Отже, платнику необхідно подати податкову скаргу у довільній формі щодо неможливості вивезення оригіналу документа або його знищення. Після цього він буде звільнений від перевірки на визначений термін. Показники фінансової звітності не можуть бути піддані сумніву лише через відсутність підтверджуючої оригінальної документації [5].

Не можна також не згадати й те, що податки для ФОПів 1 та 2 групи повністю скасовано на час воєнного стану.

Окрім спрощеної системи оподаткування, податкова лояльність стосується ринку пального (знижено ставку акцизного податку на пальне, а ставку ПДВ знижено з 20% до 7%), а також нових пільг із плати за землю(з 1 березня 2022 року

та ще рік після закінчення воєнного стану звільнено від сплати земельного податку та орендної плати за землю території, на яких велись бойові дії або які тимчасово окуповані росією; також не підлягають оподаткуванню заміновані земельні ділянки та ті, на яких наявні фортифікаційні споруди, за визначені території протягом 2022-2023 років не буде нараховуватися та стягуватися мінімальне податкове зобов'язання), екологічного податку (у 2022 році за об'єкти, що розташовані на визначених вище територіях, не буде справлятися екологічний податок) та інших [6].

Воєнний стан – час невизначеності та підвищених ризиків для всіх підприємств. Влада вживає певних заходів для мінімізації негативних наслідків. Лібералізація податків у роки війни була вимушеним антикризовим заходом. Низькі акцизи, податок на додану вартість, фіксований 2% податковий режим для майже всіх підприємств, зменшення адміністративного навантаження на платників податків, дерегуляція бізнесу та дерегуляція оподаткування допомогли підприємствам витримати шок. Використовуючи ці інструменти, підприємства мають можливість зосередитися на бізнес-питаннях і знайти нові можливості для відновлення та налагодження виробництва, не турбуючись про пошук ресурсів і засобів для розрахунку та сплати податків. Проте слід розуміти, що впроваджені зміни є лише тимчасовими антикризовими заходами, які діють на короткий проміжок часу.

Література

1. Скоординована макроекономічна політика в умовах війни – запорука перемоги. URL: https://lb.ua/economics/2022/08/16/526406_skoordinovana_makroekonomichna.html.
2. Основні зміни Закону №2260: Фіскальний підхід нових змін до законодавства. URL: https://jurliga.ligazakon.net/aktualno/12273_podatkov-zmni-pd-chas-d-vonnogo-stanu-noviy-zakon.
3. Марчак Д., Маркуц Ю., Маршалок Т. Податки воєнного часу. Чого слід очікувати від змін у податковій системі, ухвалених з початку війни? URL: <https://voxukraine.org/podatky-voyennogo-chasu-chogo-slid-ochikuvaty-vid-zmin-u-podatkovij-systemi-uhvalenyh-z-pochatku-vijny/>.

4. Оносовський Д. Податки під час війни: що змінилося для бізнесу? Або адаптація податкового законодавства до умов воєнного часу. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/211250_podatki-pd-chas-vyni-shcho-zmnilosya-dlya-bznesu.

5. Закон України : Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану від 15.03.2022.

6. Закон України від 21 вересня 2022 року № 2618-IX «Про внесення змін до розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України щодо ставок акцизного податку на період дії правового режиму воєнного, надзвичайного стану».

7. Наказ Міністерства фінансів України від 29.07.2022 № 225 «Про затвердження Порядку підтвердження можливості чи неможливості виконання платником податків обов'язків, визначених у підпункті 69.1 пункту 69 підрозділу 10 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України, та переліків документів на підтвердження».

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Комар-Стаховська К.П., Гергола С.В.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ТЕНДЕНЦІЇ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОДИ

На сьогодні безробіття є однією з основних соціально-економічних проблем, яке суттєво гальмує розвиток економіки будь-якої країни. Всеохоплюючий характер даного явища призводить до суспільно-політичної напруженості, викликає соціальну нестабільність, внаслідок погіршення рівня та якості життя населення й, у відповідності із цим, потребує здійснення відповідних заходів щодо його мінімізації. Ситуація в Україні є негативною, ринок праці розбалансований, відбувається постійне скорочення кількості робочих місць унаслідок зменшення виробництва, посилюється дисбаланс між попитом і пропозицією на ринку праці, причиною чого є повномасштабне вторгнення росії. Питання безробіття в умовах дестабілізації країни в цілому є надзвичайно актуальним. Сучасний рівень безробіття, потребує швидкої заміни кадрів, персоналу робітничих професій. Тому це створює необхідність більш детального дослідження безробіття та визначення можливостей його подолання.

Наприкінці лютого Україна зіштовхнулась із складним випробуванням, спричиненим вторгненням росії на територію нашої держави, у результаті чого відбулися значні потрясіння як для національної економіки, так і економіки багатьох країн світу. Воєнні дії зумовили зупинку логістичних ланцюгів, зупинились виробництва, значна кількість власників малого та середнього бізнесу змушені були припинити свої діяльність, постраждали сектори великого бізнесу та багато інших негативних факторів, що відповідно негативно відобразилось на стані економіки держави, а у результаті змін зазнав і ринок праці.

Безробіття є багатограним та складним явищем, яке формує ряд чинників. Стан безробіття базується на трьох основних критеріях, що мають бути представлені одночасно: відсутність будь-якої оплачуваної роботи впродовж визначеного періоду; бажання і здатність людини працювати; здійснення людиною необхідних конкретних, чітко визначених кроків для пошуку роботи. Рівень безробіття показує співвідношення між кількістю безробітних і загальною кількістю економічно активного працездатного населення країни (регіону, соціальної групи). Даний показник в Україні зростає, однак існуючий темп зростання не відображає реальної ситуації з огляду на об'єктивні проблеми щодо статистики безробіття, які не дають змоги оцінювати реалії безробіття [1].

Варто зауважити, що у перші тижні війни ринок праці стрімко знизив свою діяльність, але наступні місяці показав себе, нехай не стабільно, але гнучко і пристосувався до нових умов існування. Згідно даних Міжнародної організації праці при ООН з початку військової агресії з боку Росії 4,8 млн. українців залишилися без роботи. Кількість вакансій значно скоротилась практично в усіх сферах, включаючи ІТ-сферу [3]. Не менш важливою причиною безробіття є трудова міграція населення, а особливо висококваліфікованих фахівців – найкращої робочої сили. Міграція досягла нині в Україні значних масштабів, у результаті чого знижується потенціал населення регіонів та зменшується конкурентоспроможність економіки країни загалом. Україна зазнає значних людських втрат, що також безпосередньо відображається на ринку праці.

Руйнування, котрих зазнала країна зараз вже є масштабними, тому держава потребує кардинальних реформ та програм для відновлення та відбудови країни, створення умов для повернення працездатного населення у післявоєнний час. На разі, переважна більшість працівників не мають можливості перепрофілювання ні фізично, тому що курсів перепідготовки через військові дії недостатньо, ні фінансово, через відсутність коштів, при наявності можливості перепідготовки. Також змінилась і «географія» вакансій. З початком війни багато людей втратили свої домівки та робочі місця, що змусило їх переїздити в інші міста, більш віддалені від бойових дій. За офіційними даними стати вимушеними внутрішніми переселенцями довелося 7,1 млн. осіб. Тому найбільше навантаження на собі

відчули переважно Західні області держави. В цей регіон також переїжджають і підприємства, для ведення бізнесу в безпечних умовах [2].

Безробіття у 2022 році досягне майже 30%. На наступні роки прогнозують рівень безробіття вищим за свій природний рівень через втрати економіки та поглиблення диспропорцій, пов'язаних із війною [4].

Україна володіє значними ресурсами для ефективного відновлення ринку праці. В першу чергу – це людський капітал. Програми для стабілізації ринку праці повинні включати в себе наступні аспекти:

- програми із залучення мігрантів в економіку країни, вони повинні включати в себе механізми залучення фінансів заробітчан в економіку держати та сприяти їх поверненню;

- реформування системи соціального захисту населення, поліпшення умов праці, удосконалення системи оплати праці, перегляд та зміна тарифної сітки робітничих професій та підвищення заробітних плат до середньоєвропейських;

- створення умов розвитку соціально-економічної діяльності у сільській місцевості, створення робочих місць у селах та громадах, розробка та впровадження програм розвитку та популяризації праці в сільській місцевості;

- здійснення заходів щодо подолання тіньової економіки та тіньової зайнятості населення;

- сприяння з боку держави створенню нових робочих місць, сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, зменшення податкового та кредитного тиску;

- розширення джерел фінансової підтримки бізнесу методами надання грантів та залучення іноземних інвестицій;

- сприяння щодо розвитку інноваційних підприємств, стимулювання та підтримка, цифрової трансформації бізнесу та міжнародному партнерству тощо [3].

Наведені вище пропозиції сприятимуть не лише розвитку ринку праці, але і позитивно вплинуть на розвиток економіки держави. Варто зауважити, що комплекс пропонованих механізмів варто розробляти вже і можна запроваджувати у регіонах, які не знаходяться у зоні бойових дій. Відновлення економіки в наступні

роки сприятиме пожвавленню попиту на робочу силу та зниженню рівня безробіття.

Отже, безробіття в Україні поступово прямує до критичного рівня і сьогодні вже перетворилося на реальну загрозу економічній безпеці держави. Проблема даного соціально-економічного явища є ключовим питанням сьогодення, насамперед у ринковій економіці країни. Необхідно здійснювати низку заходів для зниження рівня безробіття, а саме: сприяти підвищенню конкурентоспроможності робочої сили, сприяти розвитку суб'єктів бізнесу, за потреби сприяти професійній перепідготовці кадрів та виділенню бюджетних місць у ВНЗ по напрямках підготовки, яких не вистачає на ринку праці. Усі запропоновані заходи безумовно мають вирішуватись комплексно та системно. Лише у цьому випадку це дозволить суттєво покращити загальну ситуацію зайнятості в країні і сприятиме покращення як економічного, так і соціального рівнів розвитку суспільства та держави.

Література

1. Вдовин М. Л., Зомчак Л. М., Коханевич М.П. Безробіття в Україні: економіко-статистичний огляд. *Механізми регулювання економіки*. 2022. № 1-2. С. 95 – 96.
2. Грідін О. В. Актуальні проблеми, сучасні тенденції та основні напрями подолання безробіття в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. №38. С.38 – 40.
3. Любомудрова Н. П., Гойчук В. І. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. С. 31 – 40.
4. Національний банк очікує сповільнення інфляції та зростання економіки в наступному році – інфляційний звіт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ochikuye-spovilnennya-inflyatsiyi-ta-zrostannya-ekonomiki-z-nastupnogo-roku--inflyatsiyniy-zvit> (дата звернення 07.11.2022).

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Лесик В., Панчук А.,

студентки 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

СТАБІЛЬНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Проблема стабільності національної валюти є досить актуальною. Протягом останніх років курс української гривні був досить мінливим, що знизило довіру до національної валюти. Високі процентні ставки за депозитами та позиками та високий рівень доларизації гальмували економічне зростання. З введенням воєнного стану на території України ця проблема ще більше загострилася. Швидше, вчені почали досліджувати цю тему з метою регулювання валютної системи країни. Без економічної стабільності неможлива національна, політична, економічна, екологічна тощо безпека України у світовому співтоваристві та співдружності.

Вже понад 8 місяців Україна живе в умовах повномасштабної війни. Проте економіка не припиняється навіть за нових, обмежених умов. 24 лютого 2022 року Національний банк України запровадив нові умови для української банківської системи. Спочатку НБУ видав Постанову «Про роботу банківської системи під час запровадження воєнного стану» [1], а потім вніс зміни до Постанови №18 від 24 лютого 2022 року «Про роботу банківської системи під час запровадження військового стану» [2]. Нацбанк негайно зафіксував курс гривні, що дозволило уникнути девальвації гривні. Офіційний курс гривні до долара становив 29,25 грн/\$, а курсу гривні до євро – 33,17 грн/євро [3]. Таким чином, НБУ вдалося утримати гривню на відносно стабільному рівні.

Обмежень щодо безготівкового розрахунку немає. При цьому діяли такі заборони: • для зняття готівки клієнтами понад 100 тис. грн на день, а також повна заборона зняття готівки в Україні. Ці обмеження не стосуються суб'єктів

господарювання, які діють від імені держави або реалізують мобілізаційні плани, а також жителів територій, яким загрожує окупація: вони можуть знімати кошти як у національній, так і в іноземній валюті, якщо вони є у відділенні банку. • банки, що випускають цифрові гроші, повинні припинити їх випуск і розповсюдження; • про розподіл капіталу, формування загальних резервів і фондів основного капіталу, покриття збитків, крім спрямування прибутку на збільшення статутного капіталу. • на виплату дивідендів, крім привілейованих акцій. • надання та надання кредитів пов'язаним особам банку, а також дострокове повернення вкладів таким особам; • на дострокове погашення банками кредитів, отриманих від нерезидентів; • перераховувати кошти за кордон, крім власних операцій банків, і видавати кредити іноземним фінансовим установам; • надання юридичним особам гривневих кредитів для погашення кредитів в іноземній валюті; • зміна валюти кредиту з іноземної на гривню для юридичних осіб, крім банків [1].

14 квітня 2022 року НБУ видав постанову, яка дозволила банкам продавати населенню готівкову іноземну валюту, але за певних умов: 1. Курс уповноважених установ може відрізнятися від офіційного курсу НБУ не більше ніж на 10 %. 2. Курс купівлі валюти в уповноважених установах не може бути нижчим за офіційний курс НБУ [4].

«Відновлення банками продажу готівки сприятиме зниженню операційних можливостей ринку незаконних валютно-обмінних операцій і, відповідно, зниженню ризиків для громадян», – пояснили в НБУ. [4]. Однак поряд з банками діє і чорний ринок. Більшість купують іноземну валюту в напівлегальних обмінниках. Курс чорного ринку не збігається з курсом банків і установ, які можуть офіційно продавати валюту. 4 листопада 2022 року середній курс гривні до долара в українських банках становить 40,00/40,50, на чорному ринку – 40,25/40,40 [3].

Національний банк на 21 липня 2022 року скорегував офіційний курс гривні щодо долара США на 25% до 36,5686 UAH/USD. «Такий крок дозволить підвищити конкурентоспроможність українських виробників, наблизити курси валют до різних груп бізнесу та населення, підтримати стабільність економіки у воєнний час», – пояснили в НБУ [5]. Нацбанк уже не міг підтримувати курс на рівні 29,25 грн за долар, оскільки він перестав відповідати реаліям і поступово втрачав роль

якоря очікувань. Продовження такої політики дозволить НБУ контролювати інфляцію. Найвищий курс гривні до долара спостерігався 22 вересня – 42,00/43,00.

29 липня 2022 року Національний банк України видав постанову «Про особливості регулювання та нагляду за діяльністю з торгівлі готівковими валютними цінностями в умовах воєнного стану» [6]. Відповідно до цього рішення установам, які мають ліцензію на торгівлю валютними цінностями, забороняється:

1. Інформувати про встановлені курси купівлі-продажу іноземної валюти, про проведення валютно-обмінних операцій у будь-якій формі поза межами установи та її філій, на будівлях, спорудах, спеціальних тимчасових та стаціонарних спорудах, розташованих на відкритих майданчиках, на вул. на зовнішніх поверхнях будівель, на елементах будівель, вуличному обладнанні, вулицях та над проїзною частиною доріг, у тому числі стовпах, напольних стійках, мобільних пунктах обміну валют, електронних (світлодіодних) знаках обміну валют.

2. Використовувати спеціальні тимчасові та стаціонарні конструкції, у тому числі колону, напольну стійку, пересувну валютну стійку, електронні (світлодіодні) розміщені в будівлях, усередині споруд, на відкритому просторі, на зовнішніх поверхнях будівель, споруд, елементах вуличного обладнання. , над проїжджою частиною вулиць, доріг табло обміну валюти для відображення будь-яких цифрових значень і символів [6].

Ці установи повинні надавати інформацію про курс валюти лише в касах установ і лише у вигляді копії наказу (розпорядження) про встановлення курсів валют. Якщо дивитися далі, то рано чи пізно траєкторія повинна буде повернутися до зависання, а це дуже небезпечно. Нещодавно голова НБУ Кирило Шевченко заявив, що для підвищення стабільності валютного ринку Нацбанк розглядає можливість повернення до плаваючого курсу. Однак не всі валютні обмеження будуть зняті. Як повернення до плаваючого курсу вплине на гривню? Досить негативно. Деякі експерти вважають, що коли НБУ відпустить курс, гривня почне стрімко падати, незалежно від того, коли це станеться: до чи після закінчення війни. Окупанти завдали великої шкоди українській економіці. Після закінчення війни на

його відбудову знадобляться значні кошти, тому Національний банк має збільшити грошову масу шляхом грошової емісії.

З оцінок експертів можна зробити висновок, що девальвація гривні триватиме й після закінчення війни. Курс гривні не був стабільним і в інші, менш небезпечні періоди. Завдяки НБУ в перші тижні війни курс національної валюти не підскочив надто високо. Наразі Нацбанк тримає гривню на стабільному рівні, однак через спекулянтів курс нестабільний і може перевищувати 40 грн/дол. Україна досить сильна держава, і зараз кожна країна це переконалася. По-перше, ми викинемо росію з наших територій і негайно почнемо відбудовувати економіку. Це буде нелегко, але ми це зробимо.

Література

1. Про роботу банківської системи та валютного ринку з 24 лютого 2022 року в умовах воєнного стану по всій території України [Електронний ресурс] : Постанова від 24 лютого 2022 року / Національний Банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pro-robotu-bankivskoyi-sistemi-ta-valyutnogo-rinku-z-24-lyutogo-2022-roku-za-umovi-voyennogo-stanu-po-vsiy-teritoriyi-ukrayini> (дата звернення: 08.11.2022).
2. Зміни до Постанови від 24 лютого 2022 року № 18 "Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану" [Електронний ресурс] : Постанова від 24 лютого 2022 року / Національний Банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vneseno-zmini-do-postanovi-vid-24-lyutogo-2022-roku-18-pro-robotu-bankivskoyi-sistemi-v-period-zaprovadjennya-voyennogo-stanu> (дата звернення: 08.11.2022).
3. МінФін. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2022/02/24/81598063/> (дата звернення: 08.11.2022).
4. Про внесення змін до постанови Правління Національного банку України від 24 лютого 2022 року № 18 [Електронний ресурс] : Постанова від 14 квітня 2022 року / Національний Банк України. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_14042022_71 (дата звернення: 08.11.2022).

5. Про внесення змін до постанови Правління Національного банку України від 24 лютого 2022 року № 18 [Електронний ресурс] : Постанова від 21 липня 2022 року / Національний Банк України. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_21072022_154 (дата звернення: 08.11.2022).

6. Про особливості регулювання та нагляду за здійсненням діяльності з торгівлі валютними цінностями в готівковій формі в період дії воєнного стану та внесення змін до постанови Правління Національного банку України від 06 березня 2022 року № 39 [Електронний ресурс] : Постанова від 29 липня 2022 року / Національний Банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0165500-22#Text> (дата звернення: 08.11.2022)

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Маніла А. Б., Гарбар А. П.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМИ РОБОТИ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Питання соціального захисту є дуже важливим для громадян з давніх часів. На жаль, з роками люди старіють і втрачають працездатність, на відміну від молоді, тому потребують допомоги, яка може забезпечити їм житло. З кожним роком розробляється законодавство про пенсійне забезпечення громадян, яке б надавало людям похилого віку та непрацездатним за станом здоров'я та іншими обставинами можливість досягти гідного рівня життя. В Україні солідарна система має проблему, в якій через демографічні показники спостерігається тенденція до зростання витрат: збільшення частки старших груп населення, зниження народжуваності, збільшення тривалості життя. Але сьогодні є ще одна велика проблема – війна. У результаті відносно економічна система стає тягарем для економіки країни.

Сьогодні, в умовах воєнного стану, органи Пенсійного фонду України продовжують надавати послуги всім громадянам, навіть тим, хто тимчасово перебуває на окупованих територіях, але, звичайно, з певними змінами. Намагаються забезпечити виплату пенсій у встановленому законодавством розмірі.

У зв'язку із запровадженням воєнного стану, а також з метою своєчасної виплати та надання допомоги у сфері соціального захисту, пенсій та всіх видів грошової допомоги 26 лютого 2022 року Кабінет Міністрів України прийняв 162 Закон про виплату та Виплата пенсій та грошової допомоги у зв'язку з введенням воєнного стану» [1].

Так, під час воєнного стану були розроблені альтернативні способи використання соціальних виплат та пенсій у разі перебоїв у роботі тієї чи іншої

банківської установи, а також для переселенців, які отримували пенсії через поштового зв'язку та змінили місце проживання. . місце проживання [1].

Люди, які завжди отримували пенсію на банківську картку – все залишилося без змін, будуть і надалі вчасно отримувати виплати в такому форматі.

Люди, які раніше отримували кошти на рахунок Укрпошти та залишалися за постійним місцем проживання, можуть отримати виплати на пошті або чекати їх вдома.

Якщо громадяни були змушені залишити місце фактичного проживання, їм необхідно зателефонувати та повідомити, що виплати вони мають отримувати за іншою адресою [1].

Дещо складніша ситуація, якщо неможливо доставити платіж за місцем проживання людини. У зв'язку з цим прийнято рішення про зміну порядку виплати пенсій, якщо вже немає можливості доставити їх за конкретним місцем призначення.

Постановою уряду встановлено, що у разі неможливості АТ «Укрпошта» обслуговувати пенсії в районах ведення бойових дій суми пенсій перераховуються на рахунки, відкриті в АТ «Ощадбанк» [1]. .

Після узгодження з АТ «Ощадбанк» кошти можна отримати в надійному місці за реєстраційним номером паспорта та облікової картки платника податків (РНОКПП), у вибраному відділенні банку [1].

У разі, якщо громадяни не бажають укласти договір з іншим банком, або бажають відкрити рахунок в іншій установі, або бажають отримувати виплату доставкою додому, такі звернення виконуються із збереженням пенсії.

Також можна отримати допомогу у разі смерті пенсіонера під час воєнного стану. Допомога особам, які здійснили поховання, виплачується в розмірі двомісячної пенсії померлого.

Якщо померлий був військовослужбовцем, найближчий родич, який проводив процедуру, має право на допомогу в розмірі тримісячної пенсії.

Однак оплата не гарантується, якщо процедура проводилася за рахунок держави. Для отримання суми, призначеної на поховання померлого, необхідно звернутися до центру обслуговування активів Пенсійного фонду України.

У проекті Закону про Державний бюджет України на 2023 рік на фінансування пенсій визначено 232,9 млрд грн [2]. Витрати на пенсію у 2023 році на 1 січня становили 2093 грн, тоді як у січні 2022 року ця сума становила 1934 грн. Як і щороку, мінімальна пенсія особам, які втратили працездатність, виплачується у розмірі не нижчому від прожиткового мінімуму [2]. Також варто зазначити, що кошти державного бюджету спрямовуються на оплату пенсійного страхування окремих громадян, а саме військовослужбовців, осіб, які доглядають дітей, інвалідів та інших категорій населення.

Отже, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день Пенсійний фонд України продовжує виплачувати пенсії за встановленими умовами та в розмірі в умовах військової агресії Російської Федерації. Для громадян, які перебувають за межами міста чи країни, фонд розробив альтернативні способи оплати. Пенсіонерам, які загинули під час війни, надається допомога у вигляді додаткових коштів тим, хто здійснив поховання. У наступному році держава також зобов'язується забезпечити населення на рівні не гіршому, ніж у попередні роки. Все це через бізнес, який продовжує працювати в таких ризикованих і складних умовах, сплачуючи всі необхідні податкові зобов'язання.

Література

1. Пенсійне забезпечення в умовах воєнного стану. URL: <https://pravokator.club/news/pensijne-zabezpechennya-v-umovah-voyennogo-stanu/> (дата звернення: 09.11.2022).
2. Пріоритетні напрями державного бюджету на 2023 рік. URL: https://biz.ligazakon.net/news/213835_prezident-nazvav-proritetn-napryami-derzhavnogo-byudzhetu-na-2023-rk (дата звернення: 09.11.2022).

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Михайлова К. С., Михалюк В. А.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Одним із найважливіших і актуальних завдань в Україні сьогодні є розробка і впровадження нових підходів та інструментів підвищення ефективності монетарної політики у боротьбі з макроекономічною нестабільністю. В умовах воєнного часу дуже важливо забезпечити надійне та стабільне функціонування банківської і фінансової системи країни, а також максимально забезпечити безперебійне функціонування державної фінансової системи та об'єктів інфраструктури. Зниження ефективності ринкових інструментів під час війни унеможливорює проведення грошово-кредитної політики з плаваючим обмінним курсом у методі таргетування інфляції. У таких умовах важливим є вибір адекватних цілей грошово-кредитного регулювання, яке реалізується через цільовий механізм. Монетарна політика пояснюється сама собою не дуже ефективно в управлінні результативних циклах, пов'язаних зі значним зниженням та швидким підвищенням капіталу. Роль цієї політики, що реалізується Центральним банком, є досить велика, тому що можна усунути фінансові кризи, знизити довгострокові ризики, пов'язані з фінансовою стабільністю, досягти посткризового відновлення економіки.

Монетарна політика є елементом економічної політики держави і сприяє реалізації грошово-кредитних цілей і завдань, досягненню передбачуваних соціально-економічних показників із застосуванням інструментів монетарного та грошово-кредитного регулювання. Ця державна політика, згідно з якою уповноважена державою установа контролює кількість грошової маси для встановлення стабільності цін, стимулювання економічного зростання та підтримки низького рівня безробіття. Вона має позитивний вплив на розвиток

країни та визначає ефективність усієї грошової системи. В умовах сучасної ринкової економіки грошово-кредитна політика є одним із найпотужніших засобів впливу на загальноекономічні процеси держави, особливо на конкурентоспроможність країни у вигляді центрального банку.

Спрямованість монетарної політики істотно пов'язана з вибором стратегічних цілей економічної політики. Стратегічні заходи цієї політики слід розглядати як існуючі глобальні макроекономічні дії. Вони стабільні для всіх країн з розвинутою ринковою економікою. До цього можна віднести стабільність цін та забезпечення сталості економічного зростання [1].

Роль монетарної політики зумовлена тим, що вона є не одним із компонентів системи регулювання держави, а являється основним її елементом за ефективністю впливу на економіку. Держава може регулювати основні економічні процеси за допомогою немонетарних заходів (адміністративних, фіскальних, тощо) і досягати оптимальних результатів, особливо в короткостроковий період. Використання грошово-кредитних методів дозволяє зберегти ринковий характер економіки та забезпечити її адекватне регулювання з боку держави.

Перш за все, йдеться про неспроможність ринкового механізму забезпечити рівномірне економічне зростання, зайнятість і стабілізацію цін. Лише за умови проведення відповідної монетарної політики циклічні коливання можна пом'якшити настільки, щоб стабілізувати темпи економічного зростання, рівні цін та інфляцію на прийнятному рівні. Ця стабілізація є необхідною умовою успішного функціонування всього ринкового механізму [4].

Якщо монетарна політика є цілеспрямованою для винесення рішення про фіксацію курсу валют, то вона не може використовуватися як антициклічний пристрій. Вона не може запобігти значним коливанням на економічному рівні активності.

Післявоєнне відновлення економіки України має ґрунтуватися на міцній макроекономічній основі. Це вимагатиме ретельного перегляду довоєнної монетарної політики для того, щоб уникнути майбутнього інфляційного оподаткування найбільш вразливих верств населення.

Фундаментальна довіра до регуляторів і передбачуваність їхніх дій є критично важливим фактором, який дозволяє центральним банкам перенести увагу з інфляції на економічне відновлення. Несподівані чинники, що впливають на валютний ринок, підтвердили, що монетарні рішення повинні прийматися в «запасі міцності», який впливає на стабілізацію цін.

Можна зробити висновки, що національна банківська система навіть у нинішньому воєнному стані має достатні енергетичні ресурси для посилення своїх посередницьких функцій і розширення кредитного забезпечення економік, а саме важливого джерела вирішення проблем фінансування підприємств. Для успішного функціонування економіки центральні банки мають зосередитися не лише на забезпеченні стабільності цін, а й на фінансовій стабільності. З метою подолання недоліків та для усунення прогалин в економіці Національний банк України має обрати оптимальний монетарний режим, який відповідає реальній економічній ситуації. Найважливішим та найактуальнішим завданням монетарної політики є розробка та впровадження нових підходів з метою підвищення ефективності грошово-кредитної політики. Під час війни дуже важливо забезпечити надійне та стабільне функціонування монетарної системи країни. Зниження ефективності ринкових інструментів приводить до того, що збільшується обсяг інфляції за допомогою обмінного курсу. Роль монетарної політики є дуже важливою, оскільки вона дозволяє усунути фінансові кризи, знизити ризики, пов'язані з відновленням економіки. Монетарну політику слід вважати одним із найефективніших інструментів макроекономічного регулювання, оскільки її дослідження дозволяє пояснити закономірності взаємодії на національному та міжнародному рівнях та перебіг макроекономічних процесів.

Література

1. Макроекономічний аналіз ефективності монетарних режимів. URL : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/21603/1/%D0%9B%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B9%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%90.%D0%9E..pdf> (дата звернення: 06.11.2022).
2. Місце і роль грошово-кредитної політики в загальній економічній політиці держави. URL : <https://buklib.net/books/26717/> (дата звернення: 10.11.2022).

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Михалюк В. А., Михайлова К. С.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ

Останні світові події свідчать про важливість впливу валютної сфери на економіку. Розгортання кризи в глобальному масштабі показало, наскільки тісно взаємопов'язані грошово-кредитна і фінансова сфери, наскільки процеси, що відбуваються в них, можуть бути синхронізовані в часі, наскільки глобальним може бути їх географічний розподіл і що, якщо існує певна збіг обставин. До цих обставин можна віднести ступінь їхнього впливу на основні сфери економічної діяльності. Валютні відносини наділені ознаками неупорядкованості, оскільки виявляють дії та прагнення окремих економічних суб'єктів з розмаїттям їх інтересів і мотивацій. Валютний ринок, таким чином, функціонує як об'єктивний організатор валютних відносин, який сегментує та організовує зусилля різних економічних суб'єктів, а також здійснює своєрідне регулювання, надаючи зворотний вплив на валютні відносини. Тому необхідність існування валютного ринку викликана необхідністю організації валютних відносин. Валютний ринок України, як і валютні ринки інших країн світу, значною мірою відображає стан економіки країни.

Сьогодні ситуація на міжбанківському валютному ринку України все ще характеризується переважанням попиту на валюту клієнтів банків над пропозицією. Як наслідок, зросли операції з купівлі-продажу банками іноземної валюти клієнтам, що дещо зменшило обсяги чистого продажу банками іноземної валюти клієнтам. Однак це лише трохи зменшило чистий продаж валюти Нацбанку. Тому в безготівковому сегменті валютного ринку обмеження банків на курсоутворення досі існують. Банки повинні продовжувати здійснювати

безготівкові обмінні операції з клієнтами за курсом, де нижня межа – офіційний курс, а верхня – офіційний курс +1% [1].

Коливання на валютному ринку в основному пов'язані з суб'єктивним фактором і небезпечною поведінкою фізичних осіб на валютному ринку на тлі оголошення мобілізації Російської Федерації. Деякі операції на валютному ринку здійснюються в безготівковому сегменті, де зокрема імпортери та експортери продають і купують безготівкову валюту. Таким чином імпортери можуть купувати валюту за курсом, близьким до курсу, за яким експортери продають валюту. У разі дефіциту на ринку НБУ закриває його шляхом продажу валюти з міжнародних резервів.

Станом на 1 липня 2022 року міжнародні резерви НБУ скоротилися до \$22,8 млрд, тобто на \$2,3 млрд у червні. Основним напрямком скорочення міжнародних резервів у червні стало те, що Національний банк продав на ринку іноземної валюти на суму майже \$4 млрд, а виплати в іноземній валюті з обслуговування та погашення державного боргу склали близько \$0,8 млрд. доларів. Натомість надходження іноземної валюти (близько 2,8 млрд. дол. США) на рахунки Уряду України в Національному банку України сприяли підтриманню міжнародних резервів. Особливо 967,4 млн дол. Сполучені Штати отримали від Світового банку 779,0 млн дол. Від уряду США - Канади 479,4 млн дол. США - від Японського агентства міжнародного співробітництва 354,2 млн дол. США - валюта від розміщення облігацій внутрішньої державної позики [2].

Нацбанк відмовляв громадянам у поданні банківських документів, що підтверджують переміщення валютних цінностей за межі України, зокрема документів про зняття готівки з власних рахунків. Українці, на рахунки яких наклав арешт орган державної виконавчої влади або ФОП, мають право розпоряджатися власними коштами. Якщо клієнт, на кошти якого накладено арешт, відкриває рахунок у цьому банку, клієнти можуть відкрити такий рахунок і проводити без урахування арешту кошти до закінчення воєнного стану в Україні.

Готівковий ринок під час воєнного стану працює в обмеженому режимі. Банки можуть продавати іноземну валюту через касу лише в тому обсязі, в якому вони її купили у населення. До війни готівка майже вільно перебігала між

готівковим і безготівковим сегментами ринку, і населення могло вільно купувати валюту в банках.

Основною причиною курсових коливань готівкової частини валютного ринку до новин про мобілізацію в росії була тимчасова відсутність готівки в касах деяких банків. Для вирішення цієї проблеми Національний банк проводить операції грошового забезпечення готівкою системно значущих банків.

Визначення нового рівня офіційної ціни має обмежений вплив на ціни. Головними чинниками прискорення інфляції сьогодні є наслідки війни на постачання товарів і послуг і витрати на логістику, а також зростання цін на товари на світовому ринку. Водночас фіксація офіційного курсу гривні до долара на більш стабільному рівні дозволяє Національному банку підтримувати курсову стабільність і контролювати динаміку цін в Україні.

Звичайно, в умовах війни зросли видаткові потреби у використанні, і, можливо, зменшилися доходи. Але для того, щоб економіка продовжувала стабільно функціонувати, необхідно зробити декілька кроків: визначення справді критичних пріоритетних напрямків витрат, збільшення доходів бюджету з потенційних джерел, фінансування дефіциту бюджету не за рахунок емісії. НБУ України, а й залучає заощадження до власників справедливою винагородою – прибутковістю.

В умовах воєнного стану в національній економіці спостерігаються зміни курсу української валюти. Це призводить до зменшення обсягів інвестицій та експорту, погіршення соціально-економічної ситуації та зuboжіння населення. Режим роботи всіх видів валюти в країні та потенційний фактор її подальшого інноваційно-цифрового економічного розвитку. У воєнний період курсові коливання мають більш різноманітний і потужний вплив як на національну економіку, так і на світову економіку, тому проблеми стабілізації валютного курсу оцінюють необхідність більш глибоких досліджень науковців і практиків таких як українських фінансистів.

Література

1. Валютний ринок під час війни: НБУ роз'яснив зміни в регулюванні та їх логіку. URL: <https://finbalance.com.ua/news/valyutniy-rinok-pid-chas-viyni-nbu-roz-yasniv-zmini-ta-kh-lohiku> (дата звернення 05.11.2022 р.)
2. Випробування війною: ситуації в економіці та на фінансових ринках України.
URL: https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/523177_viprobuвання_viynoyu_situatsii.html (дата звернення 05.11.2022 р.)
3. Для збалансування валютного ринку та підтримання стійкості економіки в умовах війни. URL: <http://www.golos.com.ua/article/362451> (дата звернення 05.11.2022 р.)
4. Нові зміни на валютному ринку в умовах війни – постанова НБУ. URL: https://buh.ligazakon.net/news/212909_nov-zmni-na-valyutnomu-rinku-v-umovakh-vyni--postanova-nbu (дата звернення 05.11.2022 р.)

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Янчук Ю., Бортник А.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

БЮДЖЕТНИЙ ДЕФІЦИТ УКРАЇНИ

За допомогою бюджету держава зосереджує певну частину внутрішнього валового продукту і витрачає його на розвиток народного господарства, охорону кордонів, соціальне забезпечення населення, утримання органів державної влади. Верховна Рада України щороку встановлює державний бюджет, який затверджується законом. Дефіцит бюджету може стримувати або прискорювати розвиток держави, а також є основним інструментом фінансово-кредитної політики держави. Вона може суттєво вплинути на соціально-економічне становище країни. Зараз не можна назвати жодної країни, яка б ніколи не стикалася з дефіцитом державного бюджету. Це стосується і України. Якщо говорити на користь ринкової економіки, то дефіцит бюджету негативно впливає на соціально-економічний розвиток держави. У розвитку сучасної держави найбільш актуальною є розробка напрямів скорочення та подолання бюджетного дефіциту.

Бюджетний дефіцит – досить поширене явище в економіці будь-якої держави. В Україні це явище можна назвати хронічним. Для населення наявність дефіциту має непряме значення, але для його покриття ресурси покриваються за рахунок сплати податків. Бюджетний дефіцит зазвичай оцінюється у відсотках від ВВП. В Україні як ніколи актуальна тема бюджетного дефіциту. Проблема її подолання є одним із найважливіших і дискусійних фінансових питань. Під час його обговорення часто враховують досвід інших країн, економіка яких нормально функціонує з дефіцитом бюджету 5-10 відсотків ВВП. Ситуацію погіршують несприятливі чинники вітчизняної економіки, низький рівень ВВП [5].

Одним із головних факторів накопичення та зростання боргових зобов'язань держави та витрат на обслуговування боргу, що призвело до розвитку боргової

проблеми в бюджетно-фінансовій системі країни, став значний рівень дефіциту державного бюджету та негласна політика . надати державну гарантію зовнішніх запозичень.

Велику роль у дефіциті бюджету країни відіграє також безробіття. Збільшення цього призводить до зростання державних витрат. Завдяки зменшенню безробіття збільшуються доходи держави, оскільки працюючі громадяни мають можливість при отриманні зарплати купувати більше товарів, отримувати послуги та платити податки. Тому зниження рівня безробіття є важливим напрямком скорочення бюджетного дефіциту [4].

Не варто забувати, що повномасштабне військове вторгнення Російської Федерації на територію України 24 лютого 2022 року, а також подальша ескалація бойових дій на території України завдали серйозного удару по території України. . українська економіка. однозначно відображається на виконанні показників бюджету поточного року. Уряд негайно вжив спеціальних заходів щодо перенаправлення бюджету країни на військові цілі та здійснення найнеобхідніших для життєдіяльності населення соціальних витрат. Так, за оперативною інформацією Державної казначейської служби України, у січні-квітні 2022 року касові видатки державного бюджету становили 558,1 млрд грн, у тому числі за загальною базою державного бюджету – 523,3 млрд грн, що становить 77,7% від бюджет. графік звітного періоду. Як повідомлялося, за словами міністра фінансів Сергія Марченка, Україні необхідно додатково 5 мільярдів доларів на місяць протягом 3-4 місяців для покриття поточних потреб. Ця сума перевірена міжнародними партнерами [2].

Загальновідомо, що дефіцит бюджету існував або є майже в кожній країні світу. Це не унікальне явище. Для деяких країн дефіцит бюджету є негативним явищем, яке безпосередньо впливає на їх економічний розвиток. Є країни, які вважають дефіцит бюджету нормальним явищем. Навіть при низькому дефіциті вони продовжують розвиватися та працювати (США, країни ЄС) [1]. Є багато прикладів того, як інші країни долали бюджетний дефіцит. Естонія застосувала механізм оподаткування розподіленого прибутку підприємств, тобто дивідендів. Таким чином створено сприятливий мікроклімат для залучення інвестицій та

збільшення сукупного попиту. А Німеччина активізувала свою діяльність, знизивши корпоративний податок до 15% і зменшивши видаткову частину. Щоб скоротити дефіцит, у 2015 році Франція посилила контроль за сплатою податків та ухиленням від сплати податків, а також боротьбу з шахрайством, те ж саме зробила Великобританія, яка збільшила податковий тягар і скоротила витрати на утримання державного апарату [3] .

Тож дефіцит бюджету – явище досить поширене. Світова практика показує, що будь-яка країна зможе поступово подолати бюджетний дефіцит, і Україна не є винятком. Потрібно дочекатися завершення військового вторгнення РФ на територію України. Звісно, для відновлення економіки знадобиться не один рік. Перш за все, уряд має вжити необхідних заходів для збалансування бюджету. Слід подумати про фінансування галузей, які сприятимуть розвитку національної економіки та збільшенню надходжень до бюджету. Це може бути ІТ-сектор або промисловість. Також необхідно боротися з безробіттям і забезпечувати більше робочих місць для населення. Для подолання дефіциту бюджету можна використати досвід зарубіжних країн.

Література

1. Бюджетний дефіцит в Україні та проблеми його фінансування URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_10_3/stat_10_3/76.pdf (дата звернення: 06.11.2022).
2. Державний бюджет України URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3473501-deficit-derzbudzetu-za-persi-cotiri-misaci-2022-roku-sklav-1466-milarda.html> (дата звернення: 06.11.2022).
3. Аналіз дефіциту державного бюджету України URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3406/1/аналіз%20дефіциту%20державного%20бюджету%20України.pdf> (дата звернення: 06.11.2022).
4. Скорочення ВВП та безпрецедентний дефіцит бюджету: у МВФ оцінили наслідки війни для економіки України. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/20/novyna/ekonomika/skorochennya-vvp-ta-bezprecedentnyj-deficyt-byudzhetu-mvf-oczynyly-naslidky-vijny-ekonomiky-ukrayiny> (дата звернення: 07.11.2022).
5. "Цифри шокуючі, бо ми у війні". Як песимістичний проєкт бюджету-2023 вплине на українців. URL: <https://susplne.media/281978-cifri-sokuuci-bo-mi-u-vijni-ak-pesimisticnij-proekt-budzetu-2023-vpline-na-ukrainciv/> (дата звернення: 07.11.2022).

Стащук О.В.,

д.е.н., професор кафедри фінансів,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

Панчук А. В., Лесик В. Г.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

АНТИІНФЛЯЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Інфляція негативно впливає на суспільство. Економічна ситуація погіршується: виробництво скорочується; кошти переміщуються з виробництва на проміжні операції та торгівлю з швидким оборотом капіталу, високими прибутками та легким ухиленням від податків; розширюється поле спекуляцій; кредитні операції обмежуються; фінансовий стан країни знижується. Цей негативний соціально-економічний наслідок інфляції змушує уряди проводити певну економічну політику. Держава завжди надавала великого значення регулюванню грошового обігу. Антиінфляційна політика включає різноманітні монетарні та бюджетні заходи, податкові заходи, стабілізаційні програми, заходи з регулювання доходів і розподілу.

Термін «антиінфляційна політика» тісно пов'язаний із контролем над інфляцією. Дж. М. Кейнс та його послідовники вважали, що збільшення пропозиції грошей в обігу призведе до зростання попиту. Якщо попит впливає на збільшення пропозиції, це призводить до збільшення виробництва товарів і збільшення інвестицій у суміжні галузі без підвищення цін. Переміщення капіталу з однієї галузі в іншу дозволить тримати інфляцію під контролем [1].

Розрізняють антиінфляційну стратегію, яка включає цілі та методи довгострокового характеру, й антиінфляційну тактику, орієнтовану на короткострокові результати.

Першим елементом антиінфляційної стратегії є спочатку зниження дезінфляційних очікувань економічних суб'єктів шляхом боротьби з неконтрольованою інфляцією. Другий елемент — довгострокова грошова політика, що передбачає приведення зростання грошової маси до зростання ВВП країни.

Третя складова – збалансована бюджетна політика.

Антиінфляційні тактика розроблені таким чином, щоб мати сильний, але короткостроковий ефект, спрямований на зменшення поточного інфляційного тиску [1].

Підходи антиінфляційної політики обираються в порядку пріоритетності. Якщо стоїть завдання запобігти економічному зростанню, то проводиться дефляційна політика, а якщо мета — стимулювати економічне зростання, перевага надається політиці доходів.

Споживча інфляція України у березні 2022 р. суттєво прискорилося: споживчі ціни зросли на 4,5% порівняно з лютим та на 13,7% порівняно з березнем минулого року [3]. Фактично, лише за 1 місяць війни вартість споживчого кошика українців зросла на суму, що відповідає річному плану зростання індексу споживчих цін.

В умовах війни монетарний режим із таргетуванням інфляції не є ефективним інструментом для запобігання зростанню цін. Монетарна трансмісія може передавати імпульс грошово-кредитній політиці, лише якщо підприємства працюють, а добробут населення дозволяє їм реагувати на зміни процентних ставок і формувати поведінку споживачів у відповідь на них.

З іншого боку, з початком війни немонетарні фактори значно посилюють свій вплив на динаміку інфляції в Україні. Загострення проблем з безпекою та логістикою призвели до подорожчання продуктів харчування, ліків, палива та транспортних послуг. Так, лише за березень:

- продукти харчування подорожчали на 6,4% (в річному вимірі +19,6%);
- фармацевтична продукція – на 7,7% (в річному вимірі +13,0%);
- автомобільне паливо – на 7,7% (в річному вимірі +30,0%);
- транспортні послуги – на 2,6% (в річному вимірі +20,3%) [3].

Варто зазначити, що монетарні стимули більше не можуть змінити ставлення людей і підприємств до споживання та інвестицій. Постійні руйнування об'єктів критичної інфраструктури стримують постачання товарів і ускладнює логістику, що неминує впливає на прискорення інфляції.

У цьому випадку здатність генерувати антиінфляційні монетарні імпульси значно послаблюється. У воєнний час відносна стабільність цін може бути більш

ефективно досягнута шляхом тимчасового адміністративного контролю над цінами, валютних обмежень і квот на продаж. Слід враховувати, що в результаті військових дій руйнується виробничий потенціал національної економіки та падає і, без того низький, рівень доходів населення.

Отже, антиінфляційна політика країни передбачає встановлення інфляційного контролю та досягнення прийняттого рівня інфляції. У боротьбі з інфляцією важливим завданням є подолання економічного спаду, кризи неплатежів, скорочення інвестиційної діяльності та формування стабільної ринкової інфраструктури. Антиінфляційна політика включає демонтаж і регулювання існуючих монополій, стимулювання конкуренції у сфері виробництва та послуг тощо. Величезні втрати соціального капіталу та виробничих можливостей визначили характер післявоєнної поведінки українського населення та підприємств. За такого сценарію поспішне повернення до моделі повністю цільової інфляції призведе до пригнічення ділової активності, обмеженого зростання виробництва та стабільно високого безробіття. Тим часом основна проблема інфляції залишається невирішеною. Тому основні зусилля післявоєнної монетарної політики слід зосередити на сприянні розвитку фінансового посередництва та грошових переказів з метою якомога ширшої інтеграції грошових ресурсів у роботу реальної економіки. Це стимулюватиме підприємницький ентузіазм, покращить рівень зайнятості та поступово відновить ефективність каналів грошових переказів, що, у свою чергу, сприятиме посиленню середньострокової антиінфляційної ефективності інструментів монетарної політики.

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Глушук С. Ю., Джигалюк А. І.,

*студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

НАЙАКТУАЛЬНІШІ ЕЛЕМЕНТИ ВІЙСЬКОВОГО МАРКЕТИНГУ

Протягом всієї історії людства, завжди тривали війни, і це не приємна реальність для людей. В Україні понад вісім років триває війна, мобілізація та бойові дії. Навіть коли йде війна, в споживачів залишаються потреби, які потрібно задовільнити. Тому хто здійснює маркетингову діяльність на товари та послуги повинний до цього серйозно віднестись. Адже люди все одно потребують послуги, продукти поки країна перебуває в стані війни. Важливо, щоб війна не вплинула на компанії, і вони не відійшли від свого плану щоб компанії не відмовлялися від своїх цілей розвинути прибуток.

Під час війни, щоб бути успішною компанією, перед тим, як проводити маркетингову діяльність, компанія повинна мати можливість відповісти на деякі запитання:

1) як продати по-новому послугу чи товар, і цим зробити внесок в перемогу над ворогом? Як видозмінити послугу чи товар, не витрачаючи багато коштів? Якщо ж в компанії є відповіді на ці запитання, то це означає що йде розуміння цільової аудиторії, і це призведе до прибутку.

2) чи варто продовжувати рекламувати в ЗМІ? Адже в більшості ЗМІ, телебачення, радіо будуть зосереджені на війні, та розповідати про терор. Метод прямого маркетингу, є одним із вирішень цієї проблеми. За допомогою електронної пошти або пошти розсилати каталоги товару.

3) на що потрібно орієнтуватись компанії? Визначені маркетингові повідомлення краще перевірити декілька разів. Адже споживач може зрозуміти їх неправильно, та подумати що вони несуть в собі не патріотичний зміст характеру. А під час війни, споживачі дуже чутливі то будь-яких повідомлень.

4) яку роль маркетингова діяльність компанії відіграє в інтернеті? Під час воєнного стану, хорошим пріоритетом стане компанія, яка посилить маркетингову діяльність онлайн. Створення електронного бюлетеня, інвестування коли компанія є присутня в інтернеті, поширення нової інформації.

5) який внесок зробить компанія? Під час воєнного стану, компанію або рекламують, прославляють або ж зневажають. Це залежить від того, які дії вони робили. Тобто, якщо компанія старалась допомогти в грошовій формі, чи продуктами, чи послугами, можливо часом то вона матиме безмежну вдячність за свої зусилля.

Всі знають про світову маркетингову практику, коли ретельно вивчаєш цільову аудиторію, щоб досягнути ефективні продажі. Але не тільки вивчити споживачів, а вміти “натискати” на больові місця з погляду задоволення потреб. Але не в час війни, такий метод лиш обурить людей. Тому компанія затверджує позиції на майбутнє шляхом тактичного маркетингу, і вони будуть стосуватися таких поглядів:

- бути щирими та чесними з клієнтами. Під час воєнного стану це дуже важливо для споживачів, вони найбільше будуть звертати на це увагу.

- вміти донести до людей, що хоч і в країні триває війна, вони можуть задовольняти свої блага, як і до початку війни. Тобто переконати споживачів, що купити одяг, дарити дітям іграшки, купувати товари які зв’язані з хобі це нормально. І не варто через війну відмовлятися від цього.

- суспільна відповідальність. Обов’язково потрібно повідомити клієнтів, що конкретний бізнес здійснює благодійні внески. Повідомити можна через маркетингове звернення компанії. Так як більше людей будуть купувати товар чи послуги тієї компанії, яка певну частину коштів буде спрямовувати на допомогу тим, хто найбільше потребує, або на допомогу Збройним Силам України.

З огляду на вищенаведене, дослідження переконують, коли починається війна, бренд та маркетинг частково втрачають вартість в суспільстві. Але люди добре запам’ятовують (і будуть довго пам’ятати) кожен компанію, та її дії під час війни. З часом війна закінчиться, але діяльність маркетингу завжди буде тривати, це потрібно розуміти, застосовуючи технологію маркетингу під час війни.

Компаніям потрібно бути проінформованим в політичних, воєнних та економічних ситуаціях, щоб при виникненні якоїсь ситуації вчасно змінити підхід до своїх споживачів. Компаніям потрібно продумати такі послуги та товари, які зможуть допомогти людям у волонтерській діяльності. Під час війни тяжко знайти відповіді на запити ринку, тому варто бути уважними та проявляти чесність і зваженість.

Література

1. Marketing During War Time. URL:
<https://www.marketingprofs.com/3/edge1.asp>.
2. Маркетинг під час війни: що робити варто, а що — ні URL:
<https://sostav.ua/publication/marketing-p-d-chas-v-jni-shcho-robiti-var-to-a-shcho-n-92034.html>.

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Дудич С.А., Терещенко Е. В.,

студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Ми сміливо можемо назвати кожного українця справжнім феніксом. Кожен негаразд, вірус, жорстокого ворога ми не сприймаємо як кінець світу і нагоду опустити руки. Наш народ одразу згуртовується і наполегливо будує план, як дати відсіч. Така ж психологія і в українських підприємств, а відповідно і в актуальній сфері онлайн-маркетингу. Ми транслювали допомогу військовим, біженцям та поширювали позитивний бойовий дух. Усі вірили в нашу перемогу, тому використання подібних настроїв було найбільш актуальним як для морального піднесення, так і зацікавлення споживачів. Вірю, що таке ставлення до ситуації допоможе нам перемогти. І після довгоочікуваної новини, всі подумують – ми це зробили. І всесвітня мережа наповниться меседжами із закликом відбудовувати рідні міста і нормальне життя. Дух нашої нації не залишає нам права здатися. Ми відроджуємося щоразу. Вогонь запеклих не пече.

Онлайн-маркетинг – найефективніший спосіб просування у наш час. Він використовує ряд актуальних асоціативних тригерів для залучення уваги потенційного споживача. Сучасні умови змусили війну бути для нас буденністю. Тому для українців підтримання стабільного морального стану стало необхідністю. Виник попит на товари, що транслюють патріотизм та впевненість у завтрашньому дні. І в слід за своїми споживачами пішли і підприємці. І відповідно у сфері онлайн, яка зараз є провідною, усі рекламні кампанії були сфокусовані на темі війни та патріотизму.

Але, що ми можемо сказати про онлайн-маркетинг у період, що настане після нашої перемоги? Почнемо з того, що в Україні провідні настрої, очевидно, зміняться. Усіх охопить відчуття безмежного щастя та віри в завтрашній день.

З'явиться неймовірна кількість мотивації відновлювати все, що знищила нація, якої вже не існує. Розпочнеться надзвичайно масштабний рух по забезпеченню якісного реконструювання знищених міст та сіл. І, звичайно, сфери соціальних мереж та порталів охопить така хвиля.

Фахівці із маркетингу, що спеціалізуються на онлайн-сфері, будуть однозначно використовувати тему перемоги. Споживачі у такий період перебуватимуть у піднесеному настрої й набагато сприятливіше сприймають усі пропозиції. Адже вони розуміють, що все позаду і саме зараз час витратити гроші, щоб відчувати повноту життя. Через це підприємства набагато активніше звертатимуться до спеціалістів із онлайн-маркетингу. Розпочнеться розробка рекламних кампаній у соціальних мережах Instagram та TikTok, де представлятимуть продукцію так чи інакше, нагадуючи про те, що війна закінчилася. Будуть використовувати популяризовані жарти. Саме це викликатиме дуже позитивні емоції у споживача, і формуватиме позитивну асоціацію із товаром. А це у свою чергу приведе до залучення більшої кількості потенційних клієнтів.

По-друге, новина про нашу перемогу сколихне увесь світ. Така подія зарекомендує Україну як справді сильну державу із незламним народом. Це вплине і міжнародний онлайн-маркетинг також. Українські підприємці розпочнуть приймати комплекс рішень по виходу на іноземний ринок у такий сприятливий для цього час. Відповідно, і маркетологи все це супроводжуватимуть політикою активного просування у мережах, популярних у певній країні. Тому онлайн-простір цих держав стане насиченим українською продукцією.

Але з іншого боку, варто пам'ятати про держави, що свого часу підтримували агресорів. У такому випадку потрібно закривати очі на можливу вигоду у такій країні і в жодному разі не розпочинати із нею партнерства. Завжди мусимо тримати у пам'яті, що ми пережили через війну та тих, хто її підтримував.

Отже, онлайн-маркетинг в Україні та за її межами набуде величезних масштабів завдяки такій визначній події як наша перемога. Будуть розроблятися динамічні рекламні медіафайли із позитивним та патріотичним мотивом. Такі кампанії будуть активно запроваджуватися у найбільш популярних соціальних

мережах. А споживачі охоче сприйматимуть таку рекламу. Адже вона в черговий раз нагадуватиме їм про, мабуть, найбільш визначний день у їхньому житті.

Література

1. Соцмережі та війна — особливості ведення бізнес-акаунтів під час воєнного стану. URL: <https://odesseo.com.ua/smm-and-war/> (дата звернення: 04.10.2022).
2. Післявоєнне відновлення України. URL: <http://pga.org.ua/index/eng-war-in-ukraine/e/> (дата звернення: 04.10.2022).

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Драчек З.В., Занько А.О.,

студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМА НЕОБҐРУНТОВАНОГО ПІДНЯТТЯ ЦІН НА ОКРЕМІ ГРУПИ ТОВАРІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Під час військового стану економіка країни спрямована саме на армію та на все, що з цим пов'язане. І хоча було багато заяв від держави: про те, що будуть запобігати необґрунтоване підняття цін, ми все ж бачимо як вони вирости. Деякі товари, зрозуміло чому, вирости в ціні, наприклад товари які виготовляли з іноземних матеріалів, чи продукція, яку вирощували на нині замінованих чи окупованих територіях. Але деякі товари мало як піддаються логіці в плані зростання ціни.

Станом на жовтень 2022 рівень інфляції оцінюється в 30%, що і є головною причиною підняття цін на товари. За оцінками НБУ, дефіцит зведеного платіжного балансу за три квартали становив 5,9 млрд доларів(за 9 місяців-2021 - 1,33 млрд доларів). Торговий дефіцит виріс до \$6,8 млрд (\$200 млн за 6 місяців 2021 року) [5]. На даний момент економіка України критично залежить від зовнішньої підтримки і як би не вона то в країні були б набагато більші економічні проблеми.

Дуже неприємним для людей стало саме підняття цін на продукти першої необхідності. Розглянемо наступний продукт - гречану крупу. Після 24 лютого вона вирости в ціні приблизно вдвічі і почала коштувати майже 100 грн за 1 кг, проте на початку осені ціна стабілізувалась до 50-60 грн за кілограм. Причиною такої ситуації могла стати залежність України, приблизно з 2017, від постачання гречки з РФ та Білорусі. Через агресивну політику Росії, на території України зменшилися посіви гречки майже в 10 разів. Минулого року Україна імпортувала 21 700 тон гречки. З них близько 13 000 тон отримано з Росії та Білорусі. Поетапно Україна скорочувала залежність в постачанні продуктів харчування з Росії. Проте

наша держава досі залишається залежною від країни-агресора: з території росії до 2020 року відбувалося постачання м'ясної продукції у великих об'ємах і якби не суттєве зниження імпорту, то зросли би ціни на м'ясну продукцію.

Також в Україні відбулося підвищення цін на паливно - енергетичну продукцію. В цьому випадку ціни виросли через різке підвищення попиту на пальне. Через надмірне скуповування продукції населенням та знищення великої кількості нафтобаз, держава провела політику стримання попиту, шляхом заклику споживачів до усвідомленого використання паливних ресурсів. Обсяги постачання пального в 2022 році не суттєво змінилися порівняно з 2021 роком, проте через надмірне споживання пального населенням, та значні витрати держави, на забезпечення Збройних Сил України необхідним ресурсом, ціни на цей вид продукції зросли. На даний момент потреба населення у паливі знизилась, уряд ввів акцизну ставку на пальне, внаслідок чого ціни стабілізувалися.

Актуальною залишається проблема недостатньої уваги, з боку держави, на сферу виробництва медикаментів. Ціни на медикаменти залишаються високими: з початку війни в Україні зросли на 12%. Сезонні ліки виросли у ціні на 20%. МОЗ прокоментувала цю ситуація: "Ціни на медикаменти є обґрунтовані, адже інфляція зросла на 24%" [3]. Курс долара також відіграє значну роль, тому що в асортименті аптек є багато імпортних товарів. Найбільшими імпортерами є Німеччина, Франція, та Індія. Важливим чинником ціноутворення на лікарські препарати є порушення раніше створених ланцюгів постачання, та потреба проведення нових логістичних зв'язків. 22 травня 2022 року Верховна Рада України ухвалила Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про лікарські засоби" щодо обмеження обігу лікарських засобів, виробництво яких розташовано на території Російської Федерації або Республіки Білорусь, а також щодо вивезення лікарських засобів з України" № 2271 [6]. Також фармацевтичні компанії на окупованих територіях зменшили обсяги виробництва, або були повністю зруйновані

Отже, причиною підняття цін на продукцію В 2022 році стали наступні чинники: прив'язка більшості товарів до іноземної валюти, стрімке збільшення рівню інфляції внаслідок початку бойових дій, знищення каналів збуту та складських приміщень, відмова від імпорту товарів з території рф та Білорусі, а

також знищення важливих виробництв у східній частині України. Держава впровадила відповідні заходи для стримання цін на продукти першої необхідності: продукти харчування, паливно- енергетичні ресурси та медикаменти. Проте залишається актуальною проблема недоступності цих продуктів для більшої частини населення України.

Література

1. Гордійчук. Д. Зеленський підписав закон про повернення акцизів на пальне: коли запрацює. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/28/691971/>.
2. Коновалова. О. У Хмельницькому на 20% зросли ціни на протизастудні препарати. І це не межа. *Суспільне новини*. 2022. URL: <https://suspilne.media/290142-u-hmelnickomu-na-20-zrosli-cini-na-protizastudni-preparati-i-ce-ne-meza/>.
3. Аптечний продаж ліків на фоні війни. *Аптека.ua*. 2022. URL: <https://www.apteka.ua/article/644822>.
4. Ворона Г. Ціна гречки в магазинах впаде: коли і на скільки. *Big Kiev*. 2022. URL: <https://bigkyiv.com.ua/czina-grechky-v-magazynah-vpade-koly-i-na-skilky>.
5. Моїсєєв. В. Економічні підсумки першого півріччя-2022 для України. *Економіка України*. 2022.
6. Сінічкіна Л. Ліки від війни чи Україна без ліків: як фармацевтична помста агресорам загрожує українським пацієнтам та державі. *Українська правда*. 2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2022/06/23/249241>.

Шостак Л.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Загоруйко П. О.,

*студент 2-го курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

ДИЗАЙН ТОВАРУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

24 лютого 2022 року змінило життя усіх українців. Наша незламність, яка демонструється і сьогодні, покорила серця багатьох мільйонів людей з усього світу. Слідом за незламністю – сьогодні і не рухнула наша економіка. Кожен з нас має бути впевнений у щасливому майбутньому і бути обачним у своїх рішеннях щодо покупки якогось товару. Сьогодні все частіше привертає увагу дизайн різних новинок або ж товарів, які вже існували. Тема війни – дала поштовх на нові думки в головах різних графічних редакторів та майстрів справжнього мистецтва. Зараз будь-хто тримає в серці цікаві та незвичайні ідеї оформлення якогось товару.

Дизайн – це нероздільна частина у оформленні та представленні товару. Можна і варто говорити, що багато людей обирають товар саме по магазинній етикетці, а не його якостях та вартості. Стиль товару – сходинка до популярності певного продукту, яку маркетингологи підхоплять і просунуть на ринок. Ми маємо розуміти, що дизайн – це є дуже важливим інструментом у стратегії розвитку певного підприємства, яке хоче досягнути успіху. Сам термін з'явився у XVI столітті та широко використовувався по всій Європі. Кожен має різне уявлення значення щодо значення цього терміну. Але те, що – це щось особливе, щось новітнє, щось зовсім незвичайне, знають усі. Особливим постає дизайн українських редакторів у воєнний період.

Сам термін означає творчий процес і результат певного художнього планування якогось товару або послуги, які орієнтовані на досягнення найповнішої відповідності об'єкта, який створюється, і середовища, як потребу людини. Ці потреби можуть бути утилітарні та естетичні. Ми можемо просто отримати задоволення від самого задуму, мети, наміру певного витвору мистецтва. Дизайн –

специфічний вид діяльності. Об'єднує в собі два види: художньо-предметна діяльність та інженерна практика. Виконує дуже цікаві функції: виховна, пізнавальна, комунікативна, гедоністична. Останні тенденції сучасного дизайну добре проявляється у сьогоднішні, на жаль, воєнні часи. На даний момент змінився бриф виробничого циклу цього явища. Саме ціль - мотивувати людей, змушувати їх вірити в перемогу, дає для нас надію, а для дизайнерів нові можливості. Наприклад, у багатьох журналах змінились обкладинки їх статей. Відповідно, антураж щодо покупки цієї газети також змінився.

Нове оформлення банківських карт, квитків та різних білетів, чохлів до електроніки та багато інших товарів та послуг використали у лейтмотивах тему безжальної війни нашої неньки проти жакливого ворога. Дизайнери придумали, як тепер жити і у радості, і у мотивації, і у коханні та вірі до перемоги. Відразу у голову приходить чудова бізнес-ідея щодо марок від Укрпошти. Якщо раніше марками цікавились лише справжні фанати цього заняття – то сьогодні маркетологи і їх кампанія знайшли новий спосіб посіяти інтерес публіки до наклеюк. Не дарма, величезна черга біля Укрпошти в Києві створила ажіотаж у всього світу. Марка «з русским кораблем», який тоне – вмить розлетілась у руках наших братців-українців. Геніальний хід дизайнерів та маркетологів. Уявити це ще того року дуже важко, але наш народ зумів пристосуватись до умов. Економісти не виключення.

Дизайн товару в умовах повномасштабного наступу орди на наші землі значно змінювався дуже різко. У перший місяць настрій, який несли представники товарів, був дещо засмучений та безнадійний. Економісти хотіли показати, як війна впливає на нас, тому і з'являлись болючі представлення товару чи послуги. Проте варто зазначити, що цей хід працював. Однак, пройшло біля 2 місяців – ми встояли, і почали з'являться кумедні та цікаві дизайнерські думки щодо певного продукту чи послуги. Наприклад, банк “Monobank”. Їхній інший вигляд карти (де вони відвертим чином принизили росію і їх корабель) привернув увагу багатьох. Що з цього сталося: компанія лише за тиждень збільшила кількість користувачів більше ніж за минулий місяць.

Отже, у цей важкий для нас час дизайн дарує можливість порадіти життю, зробити дні більш святковими. Звісно, на цій темі і самі компанії можуть непогано

заробити, але коли ми бачимо, що компанія за допомоги нас підтримує ЗСУ, цей товар хочеться купити більше. Тому така справа, як дизайн, робить для нас доступним те, що не було доступним раніше. Спеціалісти з оформлення продукту показали, як війна впливає на нас, а взамін ми показали, що таке незламність українського народу. Все буде Україна! Слава Україні!

Література

1. Дизайн — Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD> (Дата звернення: 02.11.2022)
2. Принципи універсального дизайну. URL: <https://ud.org.ua/publikatsiji/11-printsipi-universalnogo-> (Дата звернення: 04.11.2022)
3. Дизайн як проектна культура. URL : <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10556/> (Дата звернення: 05.11.2022)
4. Дизайн та його види. URL : <https://naurok.com.ua/urok-1-dizayn-ta-yogo-vidi-232660.html> (Дата звернення: 03.11.2022)
5. Умови проведення публічних закупівель. URL : <https://thepage.ua/ua/economy/umovi-provedennya-publichnih-zakupivel-na-period-voynnogo-chasu> (Дата звернення: 02.10.2022)

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Занько А. О., Драчек З. В.,

студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У БІЗНЕСІ

На сьогодні поняття маркетинг сприймається для багатьох як інструмент досягнення цілей підприємства, внаслідок виробництва затребуваних на ринку товарів. Проте впродовж ХХІ століттями спостерігаємо стрімкий розвиток НТП, перманентні зміни у світові економіці та її інтеграцію з цілями сталого розвитку, нагальну проблему проведення заходів для боротьби із глобальними проблемами людства. Під впливом цих чинників утворилася нова концепція маркетингу, яка отримала назву соціальний маркетинг.

Першим у 1971 році зв'язок між вирішенням комерційних завдань компаній і набуття ними ринкових перспектив та вирішенням нагальних проблем соціуму виявив Філіп Котлер. У своїй праці «Соціальний маркетинг: підхід до запланованих соціальних змін» він писав, що соціальний маркетинг - це розробка, реалізація та контроль програм, розрахованих на отримання доходу від соціальних послуг, що включають у себе питання планування продукції, ціноутворення, комунікації, дистрибуції та маркетингових досліджень. Чим більше споживачів роблять покупки під впливом соціальних причин і що більше компанії допомагають їм зробити такий соціальний вибір, то очевиднішою є зміна соціуму [1].

Соціальний маркетинг відкриває нові можливості для компаній: перехід від доброчинності до соціальних інвестицій на регіональному і національному рівнях, зосереджених на вирішення актуальних проблем країни проблем у сфері зайнятості, бідності, освіти, житла, охорони здоров'я та безпеки навколишнього середовища [2].

Соціально-орієнтований маркетинг має на меті дотримання ряду заходів: виробництво якісної продукції; урахування інтересів споживачів постачальників,

робітників і акціонерів у момент створення товарів і послуг підприємства; підтримку екологічної безпеки, збереження навколишнього середовища; ведення бізнесу на засадах етики; дотримання прав людини; своєчасну сплату податків; створення безпечних робочих місць та розвиток потенціалу своїх співробітників; взаємодію з суб'єктами влади - державними структурами, для розв'язання соціальних проблем на території де дислокується підприємство тощо [3].

Споживачам імпонують компанії, які турбуються і про свою цільову аудиторію і про нагальні проблеми суспільства. За результатами дослідження компанії Nielsen, 66% учасників сказали, що вони готові платити більше за товари чи послуги соціально свідомих компаній [4].

Для кращого розуміння важливості даної концепції маркетингу наведемо декілька прикладів її вдалого використання.

У 2011 компанія Nestle переглянула свою систему закупівель кави, надаючи дрібним, бідним фермерам консультації щодо сільськогосподарської практики, допомагаючи їм забезпечити себе посадковим матеріалом, добривами та пестицидами, а також виплачуючи їм премію за кращі зерна. Вищі врожаї та якість збільшили доходи фермерів, зменшився вплив фермерських господарств на навколишнє середовище, а надійність поставок якісної кави для компанії Nestle значно зросла [5].

У 2017 році норвезька компанія SCATEC, яка спеціалізується на створенні джерел відновлюваної енергії, ввійшла на ринок України і до 2021 року створила 5 сонячних електростанцій розташованих на півдні та центральній частині країни. Загалом СЕС можуть забезпечити світлом 157 тисяч домогосподарств та уникнути викид 156 тисяч тон вуглекислого газу в атмосферу [6].

На даний період розвитку соціального маркетингу в Україні допомагає Українська Соціальна Академія. З 1 жовтня 2022 року вона запускає програму Акселератор соціального підприємництва. Програма переслідує ціль інтенсивного розвитку соціальних стартапів, діючих малих та соціальних підприємств. метою програми є бажання допомогти учасникам в удосконаленні якості своїх продуктів та послуг, прокачка бізнесу і підприємницьких компетенцій, масштабування та

залучення інвестиції, розвиток територіальних громад, усунення наслідків війни та створення умов для сталого розвитку для подальшої інтеграції з підприємством [7].

Отже, соціальний маркетинг - сучасна концепція маркетингу, яка виникла внаслідок розвитку ринкової економіки та створена для допомоги бізнесу слідувати ідеології сталого розвитку. Головною метою цієї категорії є зміна поведінки споживачів та суспільства заради покращення їхнього добробуту. Для України цей вид маркетингу може стати головним інструментом відновлення економіки у пост-воєнний період. Арсенал соціального маркетингу дає можливість для підвищення загального рівня життя. Проте головною перепорою у стрімкому розвитку цієї категорії на території нашої держави є відсутність законодавчої бази.

Література

1. Kotler Philip. Social marketing: an approach to planned social change / Philip Kotler, Gerald Zaltman. *Journal of Marketing*. 1971. № 35. С. 3-12.
2. Чмихало Н. В. Соціальний маркетинг. *Фармацевтична енциклопедія*
URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6782/socialnij-marketing>
3. О. Г. Вдовічена. Соціальна орієнтація маркетингової діяльності підприємства як перспективний напрямок розвитку в умовах нестабільного ринку. *Маркетинг*. 2016. Випуск 3-4 с.195-204 , URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2016/v3-4/NV-2016-v3-4_22.pdf
4. Michael E. Porter and Mark R. Kramer. Creating shared value. *Harvard Business Review*. 2011 URL: <https://store.hbr.org/product/creating-shared-value/r1101c?sku=R1101C-PDF-ENG>
5. Scatec Ukraine. URL: <https://scatec.com/locations/ukraine/#ukraine>(дата звернення 07.11.22)
6. Як в Україні розбудовують соціальне підприємництво: 5 кейсів. *Громадський простір*. 2021. URL: <https://www.prostir.ua/?library=yak-v-ukrajini-rozbudovuyut-sotsialne-pidpryjemnytstvo-5-kejsiv>
7. Ukrainian Social Academy. Акселератор соціального підприємництва. Розвиток громад через соціальне підприємництво. URL: <https://ukrsocacademy.webflow.io/>.

Шостак Л.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Матвійчук А.С., Петрук С. В.,

*студентки 2 курсу факультету економіки та управління
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ЧАС

Ніч на 24 лютого змінила наше життя на «до» і «після». Війна торкнулася усіх сфер життя, проте ми змогли пристосуватися до цих змін, якими б жахливими вони не були. Підприємства продовжують працювати навіть зараз, попри те, що діяти в таких умовах і залишатись «на плаву» дуже складно, але кожен розуміє, як важливо працювати і допомагати. А саме: підтримувати економіку країни, забезпечувати хороші умови праці, робочі місця, донатити на ЗСУ та ін. Попри те, що змінились певні робочі аспекти в нашому житті, ми розуміємо, що маркетингова діяльність повинна працювати. Але при цьому, ми також розуміємо, що багато компаній старається мінімізувати витрати та розподіляти бюджет на більш важливі сфери.

В такий час варто знати, як важливо залишатись в публічному просторі. Навіть, якщо ви не працюєте на даний час, все одно можна публікувати важливу інформацію для населення нашої країни та всього світу. Саме маркетингова діяльність допоможе Україні залучати партнерів для відбудови наших міст.

Так, за даними forbes.ua, через війну Україна вже втратила щонайменше 30–50% виробничих потужностей, переважно на Сході країни. Переважна більшість цих потужностей відносилась до сфери важкої індустрії, в сфері якої було зайнято 25-30% економічно активного населення. Лише 1% українських компаній досі не зазнали збитків унаслідок військових дій [1].

Ми розуміємо, що найбільше втрат зазнала саме сфера нерухомості та інфраструктури. Тому, після завершення війни, відбудова нашої країни стоятиме

на першому плані, адже це є важливим пріоритетом національної економічної політики.

За допомогою маркетингової діяльності ми можемо поширювати варіанти допомоги нашій країні закордон, а саме у будівельній промисловості. Тому, що це дасть змогу державі витратити менше бюджету і відновлювати інші галузі.

Важливим постає саме інвестиційний маркетинг, що виконує функцію залучення коштів, завдяки інвестиціям підприємців інших держав. Інвестиційний маркетинг - це аналіз інвестиційної кон'юнктури, спрямований на виявлення, узгодження інвестиційних можливостей і потреб підприємства в розробці і реалізації інвестиційних проєктів і програм з метою отримання прибутку (доходу) або іншої вигоди [2].

На початку жовтня Міністерство економіки заявило про понад 250 заявок, які надійшли до уряду щодо майбутніх інвестицій в Україну. Така кількість ініціатив лише за місяць та ще в розпал гарячої війни – показник того, що Україна залишається цікавою для іноземних інвесторів, які не лише вірять у її перемогу, а й хотіли б стати частиною її економічного відродження [3].

Ми вважаємо, що саме історичні приклади щодо планування відновлення багатьох міст, зруйнованих війною стали поштовхом для дій. Варшава після 1939 року, Роттердам після 1940 року, Сараєво після 1996 року та Алеппо після 2011 року – всі вони свідчать про реконструкцію, яка почалася майже одразу після спалаху війни. Цими проєктами реконструкції керували архітектори, які залишалися на місці та виконували свою документацію та проєктування таємно або під обстрілом. У зв'язку з цим українські архітектори та урбаністи вже розпочали процес продумування та проєктування післявоєнних контурів зруйнованих міст, таких як Маріуполь, Харків та багато інших, які були просто просто стерті з лиця землі.

Також ми повинні взяти до уваги один з найефективніших інструмент маркетингу в період війни, а саме електронний маркетинг. Тому, що він дає можливість залучити нову аудиторію, яка не може побачити на власні очі тих руйнувань, які завдала нам сусідня країна-терорист.

Зазвичай система електронного маркетингу містить такі елементи: створення веб-сайту; медійна та контекстна реклама; пошуковий маркетинг (розкручування сайту), зокрема SEO; просування у соціальних мережах та через мобільні пристрої, прямий маркетинг з використанням e-mail та інше [4].

Завдяки такому маркетингу ми можемо доносити важливу інформацію через інтернет-ресурси всьому світу. Інформація буде надходити значно швидше, а значить якомога більше людей зрозуміють важливість наших повідомлень.

Отже, проаналізувавши все вищесказане, ми хочемо наголосити про важливість подальшої роботи усіх галузей економіки та задіянні всіх сфер, зокрема підтримки маркетингової діяльності. Адже, без маркетингу галузь будівництва буде в критичному становищі. Скоро ці жахіття закінчаться і нам необхідно буде набагато більше працювати. Підіймати економіку та відбудовувати країну.

Література

1. Вдовиченко А., Лепушинський В. Українська економіка через війну втратила близько \$100 млрд. Які руйнування коштували Україні найбільше. Розрахунки НБУ. *Forbes*. 2022. URL: <https://forbes.ua/inside/ukrainska-ekonomika-cherez-viynu-vtratila-blizko-100-mlrd-yaki-ruynuvannya-koshtovali-ukraini-naybilshe-rozrakhunki-nbu-11052022-5956> (дата звернення: 04.11.2022).
2. Базь М. О., Домашева Є. А. Інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств на ринку інвестицій. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.12.2015.45704> (дата звернення: 04.11.2022).
3. Метт Сімпсон. Чому варто інвестувати в Україну. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/11/3/693386/> (дата звернення: 04.11.2022).
4. Serohina, N., Petryshchenko, N. & Andrlie, B. (2019). Цифровий маркетинг в готелях. *Маркетинг і цифрові технології*, (3)3, 35-42. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/75>.

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Степанюк І. А., Березюк А. В.,

*студенти 2 курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

ПЕРСПЕКТИВНІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Ми живемо у непростий час, від війни яка проходить на території України постраждали всі, як фізично так і морально. Більшість підприємств змушені були закритись, за певними причини, наприклад, через банкрутство. Більшість постачальників сировини, через воєнні дії, в цілях безпеки змушені були призупинити постачання на територію України, або ж ті самі постачальники підняли ціни на свої послуги, і в разі цього, деякі підприємства змушені були закритись. Також під час обстрілів, одна із ракет могла вцілити у якийсь склад, де була продукція певного підприємства, або ж снаряд влучив у виробничий цех.

Все це страшно і не зрозуміло водночас, але ми маємо розуміти, що війна не буде тривати вічно, і підприємствам рано чи пізно прийдеться відновлювати свої виробничі та постачальні процеси у звичайному режимі. Тому маркетологам потрібно заздалегідь продумувати, якими шляхам та видами маркетингу, вони будуть просувати товари або послуги на ринку покупця. Тому ми відділили чотири основних види сучасного маркетингу, які на нашу думку будь найбільш актуальні на період після воєнного часу.

І перший вид це маркетинг у соціальних мережах, нині це один із найперспективніший видів просування товарі та послуг, цей вид буде актуальним в дні післявоєнного часу, тому що, із-за обстрілів зі сторони окупанта, постраждали не тільки люди та будівлі, але й рекламні щити, і звісно ж на їхнє відновлення знадобиться немало часу та коштів, тому реклама у соціальних мережах буде хорошим рішенням для початку просування товару або послуг, тому що, вартість рекламної кампанії значно нижче телевізійної реклами при такому ж або більшому охопленні цільової аудиторії [1]. Доступ до соціальних мереж є у більшості

користувачів мобільних та комп'ютерних пристроїв і не менш головним є прямий зворотній зв'язок. Маркетолог може зробити рекламу на сторінці підприємства, будь то Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn тощо, але перед цим, слід визначитись яка ваша основна аудиторія, та кому ви продаєте ваші послуги або товари, якщо ви продаєте B2C, то краще використовувати Facebook, Instagram та Snapchat, якщо ж підприємство або організація продає B2B, то для просування підійде Twitter або LinkedIn, тому що там більш консервативне середовище.

Але не варто забувати, що в SMM (Social Media Marketing) є і негативні сторони, одне з них це не гарантування досягнення бажаного результату або ж цей результат може досягатися порівняно довго. Успіх реклами у соціальних мережах також залежить і від репутації бренду, Воррен Баффет сказав: "Потрібно 20 років, щоб створити репутацію, і 5 хвилин, щоб її розвалити".

Наступний вид який ми виділив це E-mail-маркетинг, особливість якого в тому, що більшість людей щодня перевіряють свою електронну пошту, декілька разів на день [2]. Для e-mail-маркетолога це можливість розмістити рекламу на сайті електронної пошти. В такому випадку, людина яка буде заходити на свою сторінку буде бачити цю рекламу, і приймати рішення, перейти по посиланню, або ж просто не звертати уваги, в будь якому випадку, людина побачить цю рекламу, що буде вигідно маркетологу.

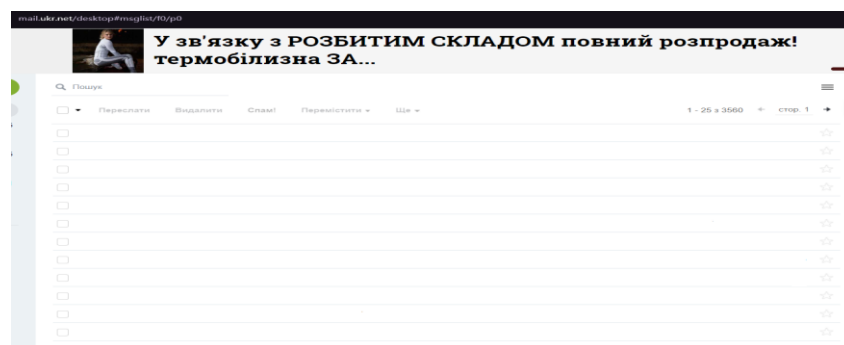


Рис. 1. Пошта@ukr.net

Щоб e-mail-маркетинг оправдовував себе, слід дотримуватись певних правил, найголовніше з яких, це не спамити електронну пошту ваших споживачів. Підприємство бажає щоб про їх або їхній товар дізнались якомога більше людей, але метод спаму, буде тільки дратувати людей, тим що на їхній електронній

сторінці постійно буде багато інформації, яка їх не цікавить та не буде корисною для певних видів споживачів. Альтернативою може бути збір електронних листів потенційних клієнтів за допомогою інформаційних бюлетенів або з тих, хто надіслав свої дані під час попередніх покупок, і спостерігайте за ними непомітно та ненав'язливо, щоб отримати найкращі результати [2].

Третій вид маркетингу, який є об'єднанням маркетингу у соціальних мережах та e-mail-маркетинг, це інтернет-реклама. Всі хто користується інтернетом, рано чи пізно помічав, що на деяких веб-сторінках є реклама. Вона може бути невеликою та не кидатись в очі, або ж навпаки, реклама на всю сторінку, яка мало того що заважає шукати інформацію, та ще якщо ти випадково натиснеш на цю рекламу, тебе надішлють на сторінку цієї реклами.

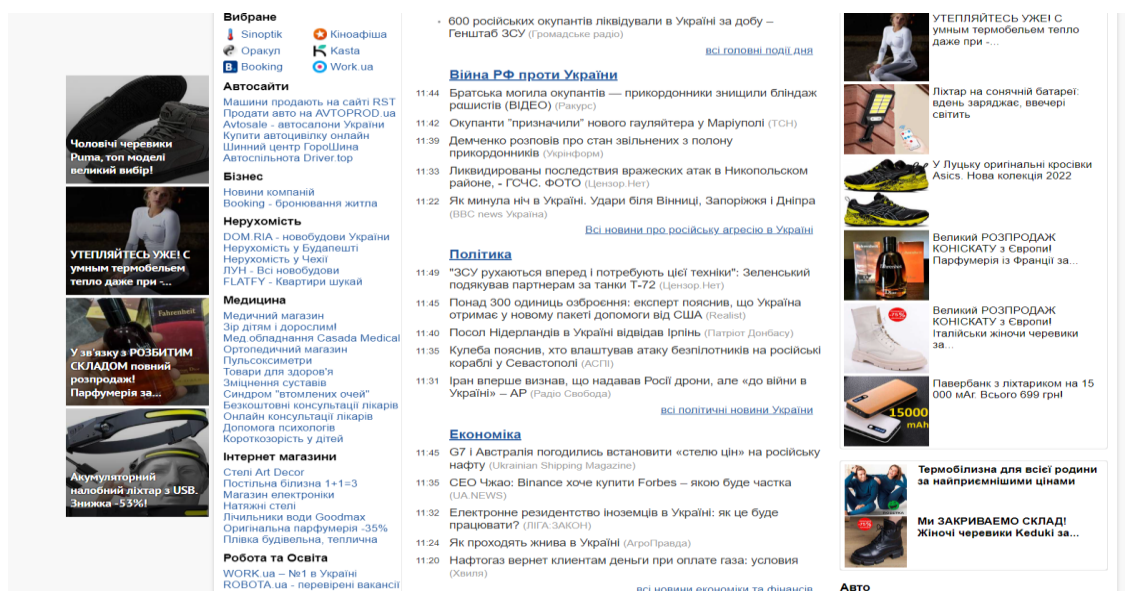


Рис. 2. Головна сторінка, сайту Ukr.net

Онлайн-платформи Google Adwords та Facebook Ads, це рекламні інструменти, які дозволяють налагоджувати та редагувати рекламу на платформах Google та Facebook. За таку рекламу доведеться платити великі кошти, однак, вона завжди буде дієвою. Такий вид маркетингу, дозволяє показувати вашу рекламу вузько цільовій аудиторії та отримувати точні показники ефективності вашої реклами. Більшість користувачів пошуковою системою Google, напевно помічали, що коли в пошукову строку вводили потрібну тобі інформацію, то перші сайти які тобі порекомендує система Google, це будуть партнерські або рекламні сайти.

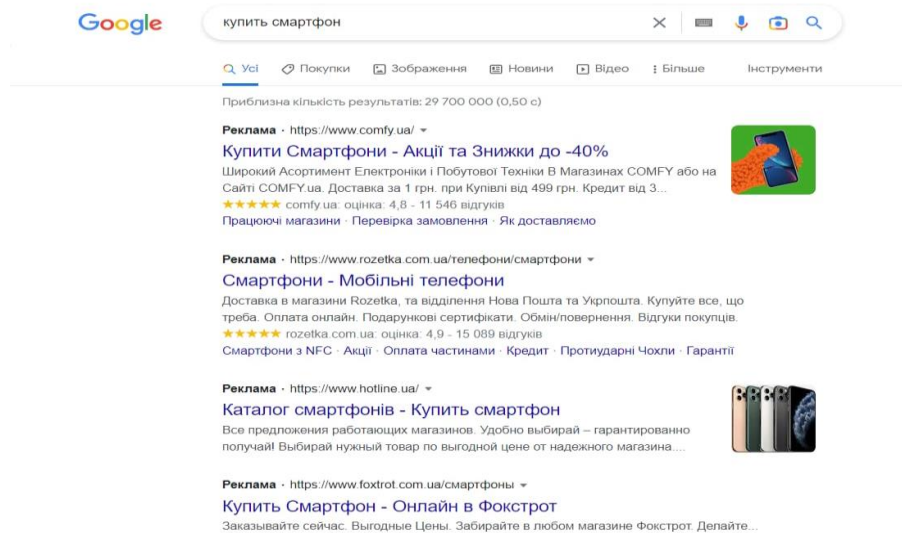


Рис. 3. Результат пошуку, браузером Google

Останній вид маркетингу, це маркетинг штучного інтелекту (англ. Artificial intelligence marketing). Штучний інтелект у 2022 році стрімко виріс, нині його використовують майже всюди, для розробки нових програм, технологій, редагування та маркетингу. За допомогою штучного інтелекту, маркетолог може створити рекламу за короткий термін, без особливих зусиль. Наприклад компанія «Heinz» завдяки штучному інтелекту, створила розумну демонстрацію повсюдності свого бренду у відділу приправ [4].



Рис. 4. Реклама створення штучним інтелектом, для компанії «Heinz»

Штучний інтелект створив 12 видів зображень, які виділяються між собою, але кожне з них вражає по різному. Важко представити, скільки ідей може реалізувати маркетолог, якщо буде розуміти, за яким алгоритмом працює штучний інтелект, головне держати в голові, що цей вид маркетингу буде розвиватись ще

довгий час, і маркетологи які будуть вміти використовувати штучний інтелект, для створення якісної реклами, будуть цінуватись підприємствами, які почнуть використовувати цей вид маркетингу.

Маркетинг у післявоєнний період, буде невід'ємним процесом, через який пройдуть більшість підприємств та організацій. Маркетологам доведеться підстроюватись під ці важкі умови, використовувати різноманітні види маркетингу для аналізу ринку та просування товарів або послуг. Чотири види маркетингу, які були описані вище, будуть використовуватись як у період післявоєнного часу, так і згодом, коли економіка України, реабілітується після військових подій. В будь-якому випадку, у маркетолога буде вибір, який вид маркетингу йому обрати, для цільової та для нової аудиторії, це може бути як маркетинг у соціальних мережах так і маркетинг штучного інтелекту, все залежить від того, на яку аудиторію буде цілити підприємство.

Література

1. Рикова В. Соціальні мережі та їх значення в інтернет-маркетингу. 2021. URL: <https://vlada-rykova.com/ua/marketing-v-sotsialnykh-setyakh/> (дата звернення: 28.10.2022)
1. PESTLE Analysis - SWOT and Business // 5 Modern Marketing Strategies You Should Know. 2016. URL: https://pestleanalysis.com/modern-marketing-strategies/#Social_Media_Marketing (дата звернення: 28.10.2022)
2. Слово і Діло. Опубліковано список найбільших компаній, що ще залишилися на ринку росії. 2022. URL: https://www.slovoidilo.ua/2022/03/21/novyna/suspilstvo/opublikovano-spysok-najbilshyx-kompanij-shhe-zalyshylsya-rynku-rosiyi#google_vignette (дата звернення: 04.11.2022)
3. PROXY. Heinz попросив генератор ШІ створити зображення кетчупу. 2022. URL: <https://www.proxy.kiev.ua/?p=7723> (дата звернення: 04.11.2022)

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Тарасюк К. Р., Кікавська А. В.,

студентки 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Бізнес – це певна діяльність людей, яка здійснюється з метою отримання прибутку в межах закону. У військовий час розвиток малого та великого бізнесу є неабияк актуальним. Адже, підприємці та юридичні особи роблять вагомий внесок для перемоги. Сплачуючи податки в державну казну та підтримуючи економіку вони безпосередньо допомагають фінансуванню військових сил та функціонуванню держави в цілому.

Через вторгнення російських військ на територію України багато підприємств призупинили свою роботу або ж зупинили її взагалі. Причинами для цього слугувало багато факторів. До прикладу: різке зниження попиту на певні товари чи послуги, зруйнована інфраструктура, окуповані території, проблеми з доставками тощо [1].

Для того, щоб підтримувати та розвивати економіку, влада України здійснила ряд заходів. Детальніше будуть розглядатись заходи, спрямовані для допомоги ведення бізнесу в умовах воєнного стану.

Одною з найвагоміших змін державної програми є можливість суб'єктам господарювання, що перебували на загальній системі оподаткування, перейти на третю групу єдиного податку. Це дає їм змогу, відтепер, сплачувати єдиний податок за ставкою 2%. А також, вони мають право не сплачувати ЄСВ за працівників, які були мобілізовані. Платники єдиного податку першої та другої групи зможуть не сплачувати єдиного податку взагалі [3].

Підприємство, яке володіє земельною ділянкою на тимчасово окупованих територіях чи територіях, на яких ведуться бойові дії звільняється від податку на нерухоме майно та сплати за землю.

Ще одним кроком зі сторони держави на зустріч підприємцям стало зменшення ПДВ на пальне, а саме з 20% до 7%. Це б мало знизити ціни на пальне, проте такої тенденції, нажаль, не спостерігається по сьогоднішній день [2].

Для людей, які все ж таки наважились відкрити бізнес у такий скрутний час на території України, є певні спрощення цього процесу. Наприклад, більшість вимог для отримання дозволів на підприємницьку діяльність було скасовано. Цитуючи слова Президента Володимира Зеленського: «Для малого бізнесу – ставимо добровільну сплату єдиного податку. Можете – платіть, не можете – немає питань.». Також, було заявлено, що перевірки бізнесу будуть «максимально скасовані» [3].

Ще однією з важливих тем, яку варто розкрити, обговорюючи ведення бізнесу в умовах війни є евакуація підприємств на більш безпечні території України. Це можна зробити за допомогою урядової програми або ж самостійно. Якщо звертатись за допомогою до держави, то потрібно заповнити відповідну заяву, де вказати усю інформацію про підприємство та релокацію. Проте, в більшості, підприємства намагаються діяти самостійно. Для цього їм потрібно знайти вигідне та безпечне місце розташування потужностей, житло для працівників, заповнити відповідні документи тощо.

Отже, вести бізнес під час воєнного стану стало складніше. Є безліч факторів, які сповільнюють або ж взагалі зупиняють роботу підприємства. Держава, у свою чергу, намагається всіляко підтримувати малі та великі підприємства для того, щоб розвивати економіку. Проте, певна частина нововведень на практиці є бездієвими. Однак, ведення та створення бізнесу, в такий тяжкий для нас усіх час, є обов'язковим. Адже, без рішучої економічної активності повноцінне функціонування держави в умовах війни просто неможливе.

Література

1. Головна задача – вистояти. Що турбує українців під час війни. *РБК – Україна*. 2022 URL:<https://www.rbc.ua/ukr/news/glavnaya-zadacha-vystoyat-bespokoit-biznes-1655831867.html> (Дата звернення : 17.11.2022)

2. Допомога під час війни: як держава може стимулювати розвиток бізнесу.

URL:<https://www.unian.ua/economics/finance/dopomoga-ukrajincyam-pid-chas-viyni-2022-yak-derzhava-mozhe-stimulyuvati-rozvitok-biznesu-novini-ukrajina-11953230.html> (Дата звернення : 17.11.2022)

3. Бізнес під час війни. *Хорошоп*. 2022 URL:https://horoshop.ua/ua/blog/biznes-vo-vremya-voyny/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=DSA_ALL_site&utm_content=g&utm_term=&gclid=CjwKCAiA9qKbBhAzEiwAS4yeDbTNBCfSQli05TZcbL6zaKEyCyN20FgWtHAkNtc9CX_Q-bk6wlfSLhoCSngQAvD_BwE (Дата звернення : 17.11.2022)

Шостак Л.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Терещенко Е. В., Дудич С. А.,

*студентки 2-го курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Українці зустріли ранок 24 лютого 2022 року у новій реальності. Після тривалої боротьби, коли страх перших місяців минув, люди у деяких областях почали жити відносно буденним та спокійним життям, лише зрідка чувши вибухи від ворожих ракет. Проте для багатьох підприємців постало питання про просування свого продукту в соціальних мережах та про рекламу. Здається це зараз недоцільним, якимсь неправильним. Але саме буденні справи допомагають справитись із внутрішньою тривогою.

Кожен український підприємець який вносить свою частинку до перемоги хоче, щоб про це знали. Тому маркетологи при веденні акаунтів часто вказують, що наприклад, частина коштів від продажів товарів передається на ЗСУ, або ж, якщо це одяг, то якусь кількість товару передали на потреби переселенців чи військовим. Якщо спеціаліст просуває послуги, то це може бути безкоштовне обслуговування, або надання знижки для бійців ЗСУ, ТРО чи волонтерів. Звісно, у таких людей приємніше купувати якийсь товар чи послугу, адже кожна українська душа хоче перемоги. Те, що ти знаєш, що від покупки товару частина коштів перейде на потреби ЗСУ викликає повагу до таких підприємців.

При сьогоднішніх обставинах вести бізнес трохи складно, адже існує велика загроза щодо потрапляння ракет на підприємство. Зараз часто відключають світло і робота деяких підприємств призупиняється. Тому на офіційних сторінках, або ж при замовленні товарів вказується, що можлива затримка доставки, або виготовлення самого товару. При цьому досить часто маркетологи використовують такий хід, як невеличкий презент за терпіння та розуміння клієнтів чи якась знижка на наступне замовлення.

З перших днів війни, маркетологи почали використовувати військову тему у просуванні товарів. Використовували назви винищувачів чи зброї. Наприклад, піца «джавелін», або ж сет «байрактар» і тд. Також використовують всім відомий вислів про «руській корабель» та такі вислови як «Разом до перемоги!» чи «Слава Україні!» і тд. Не можемо не зазначити те, що все більше акаунтів та сайтів почали вести українською мовою. Для нас, як для україномовних людей це надзвичайно важливо, адже мова- це кордон країни. І дуже шкода, що не всі це розуміють, і ми досі чуємо «какая різниця».

Також не може не радувати той факт, що ми відмовились від товарів агресора та тих, які не вийшли з ринку росії. Тепер маркетологи рекламують українських виробників та їхні товари. Це дуже добре, адже багато українців при поході до магазину чи виборі товару онлайн шукають товари українських виробників. Створили в Telegram спеціальний бот, який розповідає про кожен бренд, чи вийшов він з ринку агресора чи ні. Це дуже допомагає не помилитись при виборі товару. Сьогодні починають ставати відомими доволі багато українських брендів одягу, косметики. Також впливає на споживачів той фактор, що деякі товари можна зараз тільки замовити, а тому хороший онлайн- маркетинг допомагає просунути товар і збільшити доходи підприємцю.

Це все, звісно, дуже допомагає розрадити споживачів у такий важкий момент, але дуже важливим є те, що за допомогою онлайн- маркетингу люди показують реальну ситуацію в країні. Якщо це якийсь блогер- мільйонник, який має підписників із різних країн, ті іноземці бачитимуть, що війна не закінчилась, вона така ж страшна як і дев'ять місяців тому. За допомогою онлайн-маркетингу, після війни, ми зможемо залучити інвесторів з різних країн для відбудови нашої держави.

Отже, на даний момент, онлайн-маркетинг надзвичайно важливий для підприємців та споживачів загалом. За допомогою блогів, якихось сайтів споживачі шукають потіху хоч в чомусь. Онлайн-маркетинг допоможе не припиняти роботу та розвиватись підприємствам. Також за його допомогою ми залучимо інвесторів, що дуже виручить нас у майбутньому.

Література

3. Соцмережі та війна — особливості ведення бізнес-акаунтів під час воєнного стану. URL: <https://odesseo.com.ua/smm-and-war/> (дата звернення: 04.10.2022).

4. Як змінився ринок онлайн-маркетингу і на що найбільше зріс попит за період війни? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/19/691622/> (дата звернення: 04.10.2022).

Шостак Л.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Хоронжук О.В., Ющук М.В.,

*студентки 2 курсу, факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІНИ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС

Від початку вторгнення російських загарбників на нашу територію, значно постраждала національна економіка України. В тому числі вагомий вплив був здійснений на роздрібну торгівлю. Великий відсоток українських підприємств знаходились в центрі розгортання бойових дій, через, що були знищені. Також порушень зазнали логістичні постачання, тим самим спричинили дефіцит певних груп товарів. Нестачу продукції відчували виробництва, всякого роду маркети та і самі покупці. Через паніку та розгубленість, вже в перші дні війни прилавки магазинів були частково опустошено, проте зараз ситуація стабілізувалась завдяки впровадженню певних рішень.

Підприємства зосереджували свою увагу лише на декількох своїх філіалах, щоб відновити логістичні постачання, зробити їх систематичними, для розширення асортименту продукції.

Уже через деякий час, виробництва та фабрики які призвичаїлись до умов сьогодення, розпочали активну роботу над запуском.

Першим, вагомим рішенням був імпорт, адже забезпечення усіх громадян України продуктами першої необхідності стало неможливим. Перед урядом постало завдання введення критичного імпорту, сюди входить продукція, виготовлення якої припинилось від початку повномасштабного вторгнення.

До списку такої продукції входить: військова амуніція (тактичні окуляри, спальники і коремати, біноклі і інші), засоби для надання першої медичної допомоги, товари гігієни, термобілизна, сухпайки, м'ясна, молочна продукція, овочі, фрукти, каші, напої та ін.

Список продукції, який стосується критичного імпорту, варіюється та доповнюється новими групами товарів.

Після прийняття урядом рішення про імпорт, підприємства з масштабними торговельними мережами розпочали пошук можливих постачальників, які припинили своє виробництво в межах країни, та здійснили власний імпорт товарів першої необхідності до своїх магазинів.

До прикладу, мережа супермаркетів АТБ за налагодженою системою, здійснювала імпорт таких товарів: м'ясні, рибні, зернові вироби, різного виду концентратів продукції, напоїв тощо. Поставки здійснювались з території Польщі, Туреччини, країн Балтії.

Задля прискорення, систематичності імпортування першочергових товарів, уряд видав постанову про дозвіл постачання продукції без належного маркування українською мовою.

Якщо виробництво змушене припинити роботу через бойові дії, тоді надавався дозвіл вводити в експлуатацію залишки упаковки або тари продукції за призначенням на інших потужностях з розробкою аналогічних товарів.

Внаслідок цього, зовнішній вигляд привичних нам товарів став відрізнятися, були змінені кольори, форма, етикетки, проте така продукція являється легальною.

Через спрощення умов постачання, імпорт продукції розпочали міжнародні виробництва, приміщення, обладнання та інші засоби яких на території України були знищені. Вони постачали продукцію, яка виготовлялась на інших заводах за кордоном.

Наприклад, компанія тютюнових виробів Philip Morris International, виробництво якої призупинило свою роботу у Харкові, налагодила постачання своєї продукції на територію України в упаковці європейських країн. Вся продукція яка підлягає імпорту має українські марки акцизного податку, також відображена роздрібна ціна та дата виробництва.

Коли ви натрапите на звичну продукцію, але зовнішній вигляд відрізнятиметься від звичного, скоріш за все, ці товари підлягають легальним поставкам на територію України.

Отже, завдяки надання більших свобод, можливостей у здійсненні імпорту з боку уряду, співпраці і налагодженню поставок з великою кількістю підприємств та виробництв, вже на протязі декількох місяців, громадяни України перестали відчувати дефіцит першочергових товарів, а також харчової продукції.

Нажаль, практично неможливо здійснити прогноз, коли фабрики, виробництва, які знаходяться на критичних територіях України, зможуть відновити свою роботу, проте введені тимчасові рішення, здатні вирівняти ситуацію.

Література

1. Жаліло Я. А. Як швидко "перезапустити" економіку у воєнних умовах. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/17/684234/>_(дата звернення: 05.11.2022)
2. В Україні під час війни суттєво змінилися полиці супермаркетів. URL: <https://agrotrend.com.ua/v-ukrayini-pid-chas-vijny-suttyevo-zminylsya-polyczi-supermarketiv/>_(дата звернення: 06.11.2022).

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Шевчук М. А., Яким'юк Н. Я.,

студентки 2 курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРІВ ПЕРШОЇ НЕОБХІДНОСТІ В ВОЄНИЙ ЧАС

Основним елементом маркетингового комплексу є товар. Скільки завгодно можна удосконалювати всі інші елементи (ціна, просування, розповсюдження), але без ефективного використання і споживання – все даремно. Товаром є не лише “фізичним засобом”, а також послугою, духовною та матеріальною цінністю споживача, місцем, організацією та ідеями. На період війни 2022 року товари першої допомоги (ліки, їжа, вода тощо) набули великого значення серед людей які віддають своє життя задля перемоги. Дуже багато товарів набули першості через воєнний час. У такий період в країні найменше про що ми думаємо це про попит та пропозицію товарів.

Що ж таке товар? Найбільше нам імпонує визначення за Ф. Котлером що: «Товар - це все, що має задовольнити потребу і пропонується ринку з метою привертання уваги, придбання, використання чи споживання» [1]. З точки маркетингу товаром - є сукупність матеріальних та нематеріальних характеристик і властивостей, які пропонуються споживачу для задоволення його потреб, вирішення його проблем [2].

Що таке товар та послуга першої необхідності? Відповідно з визначенням Закону України «Про державний контроль над ціни на товари і послуги першої необхідності», товарами першої необхідності – є перелік товарів та послуг, які за розрахунками Кабінету Міністрів України визначають рівень прожиткового мінімуму населення, а також ті життєво необхідні та найважливіші лікарські препарати, що внесені як такі до спеціального Переліку, затвердженого Кабінетом Міністрів України. Послуги першої необхідності слід тлумачити як - життєво

необхідні послуги медичного та іншого характеру, що обумовлюють життєздатність населення [4].

При виборі стратегії для окремих товарів, їх потрібно класифікувати. Найпоширенішою класифікацією є за сферою застосування:

- товари широкого вжитку, або споживчі товари (ТШВ);
- товари промислового призначення (ТПП).

Товари широкого вжитку (споживчі товари) – товари, які споживачі купують для особистого споживання [3].

Серед класифікаційних видів цих товарів, слід виокремити, товари повсякденного попиту та товари екстрених потреб, які і будуть належати до товарів першої необхідності в воєнний період. А саме до них можна віднести:

- потреби товарів харчування (борошно, питна вода, крупи, макаронні вироби, сіль, цукор, олія, різні консерви, сухі пайки та багато іншого);
- потреба товарів першої необхідності (ліхтарі, свічки, батарейки, генератори, плівка, зарядні пристрої тощо);
- ліки.

Товари виробничого призначення – це товари, призначені для використання у виробничому процесі, для перепродажу або здачі в оренду. Це – продукти, які використовуються для створення інших товарів [3].

Серед класифікаційних видів товарів виробничого призначення, що будуть належати до товарів першої необхідності, можна виокремити:

- матеріали для будівництва (бетон, пісок, різноманітні блоки);
- продукція переробної промисловості;
- товари хімічної промисловості ;
- обладнання тощо.

Ринок товарів першої необхідності - продуктів харчування та одягу - найважливіший для споживачів, тому що ці товари потрібні щодня і завжди. З точки зору підприємця, цей ринок на даний момент є найперспективнішим, тому що це ринок із шансами на виживання: люди починають споживати лише необхідні товари, відмовляючись від інших. Сьогодні в Україні вищезгадані ринки шалені через економічні та соціальні заворушення, що викликає цікавий процес, з яким ми

ніколи раніше не стикалися. Усі товари — вітчизняні чи імпортовані — стрімко дорожчають на споживчому ринку.

Загалом товар дуже сильно впливає на споживачів та економіку в цілому. В залежності від виду товару та його характеристик визначають цільовий сегмент ринку та потенційних покупців. Розуміння товарів та використання для них відповідних методів та інструментарію забезпечить підвищення ефективності їхнього підприємства. Під час війни багато підприємств не справляється через малий попит на їх продукцію. З настанням воєнних дій на території України, товар почав нести зовсім інший характер, а саме задовольнити мінімум людини товарами першої необхідності.

Література

1. Маркетингова товарна політика : конспект. URL: <https://msn.khnu.km.ua/mod/resource/view.php?id=130964> (дата звернення 31.10.2022)
2. Товар в маркетинговій діяльності. Класифікація товарів та послуг : реферат. URL: https://vuzlit.com/1287284/tovar_marketingoviy_diyalnosti_klasifikatsiya_tovariv_poslug (дата звернення 31.10.2022)
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Про державний контроль над цінами на товари і послуги першої необхідності : Закон України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF8M300A> (дата звернення 03.11.2022)

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Ющук М.В., Хоронжук О.В.,

студентки 2 курсу, факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА У ВІЙСЬКОВИЙ ПЕРІОД

Від початку повномасштабного вторгнення росії на територію України економіка нашої держави зазнала болючого удару. Чимало підприємств, що опинилися в областях активних бойових дій, зіткнулися з серйозними втратами через необхідність евакуюватися у більш безпечні місця, чи взагалі були змушені припинити свою діяльність. Інші компанії почали потерпати від неможливості працювати у повному обсязі разом з проблемами у логістиці, наслідками інфляції та нестачею сировини. Попри всі ці негаразди підприємці змушені продовжувати конкуренцію на ринку та замислюватись над залученням максимальної кількості споживачів, задля підтримання та відновлення свого бізнесу. Саме через це комунікація між споживачем та продавцем на даний час постає актуальною темою. Адже не розуміючи стан, у якому опинився твій клієнт, не можливо привернути його увагу.

Комунікаційна політика підприємства це поєднання різноманітних засобів реклами, стимулювання збуту, певних персональних продажів та формування вигідної для компанії громадської думки. Кожен клієнт, купуючи товар певної фірми, тим чи іншим способом підтримує ідеологію компанії та її погляди. Саме через це маркетологи повинні прийняти таких заходів, які допоможуть як найкраще створити та розкрити позицію підприємства, що буде найближчою до цільової аудиторії. Так і українські підприємства zostавшись з наявними результатами війни повинні були чітко зрозуміти, у якому скрутному становищі постали не тільки їхні конкуренти, а й споживачі. Тому щоб вдало та якісно підтримувати комунікаційну

маркетингову політику свого бренду, підприємствам прийшлося миритись з багатьма важливими умовами та діяти виключно в контексті даних реалій.

Однією з головних проблем, що постала перед маркетологами, було унеможливлення проводити свої рекламні кампанії на звичних платформах. Одним із таких засобів стало телебачення, що створило єдиний марафон та відмовилось від будь яких роликів, які б могли просувати той чи інший бізнес. Такі ж правила були прийняті на радіо станціях.

Наступною подією стало переоформлення підприємств на україномовний маркетинговий контент. Більшість відеороликів, біл-бордів, та взагалі усіх методів просування бізнесу у східних та центральних регіонах країни створювались виключно російською мовою. Тому перехід комунікації зі споживачами на державну став доволі актуальним кроком та позитивно вплинув на враження щодо пріоритету підприємств.

Головною вимогою взаємодії з клієнтами стала доречність. Створюючи чи публікуючи нову рекламу чи розробку, потрібно перевірити, що відбувається на даний момент в Україні та світі. Адже після новин про масові вбивства чи жахливі катастрофи, люди будуть налаштовані більш негативно, що зможе привести до небажаного ефекту на бренд. Тому підприємства, які активно ведуть соціальні мережі, від обличчя компаній, іноді видаляють вдало викладені пости чи відмінюють їх публікації, аби не опинитись посеред стрічки з жалобою.

Також більшість українських фірм почали допомагати ЗСУ, надсилаючи фінансову допомогу та військові необхідності, займатись перевезенням та іншими справами, що дають змогу полегшити боротьбу за незалежність нашої держави. Практикуючи такі дії, підприємство автоматично стає прикладом серед інших компаній та приваблює цим своїх споживачів. Особливо це діє, коли певний відсоток від продажів передається на підтримку воїнам, що дозволяє споживачу, відчувати пряму участь в даній допомозі, згідно з чим буде заохочений купувати саме ваш товар, а не компанії, що навіть не вийшла з російського ринку.

Відповідно до прийнятих змін у маркетингових комунікацій виникла також морально-етична проблема та питання щирості. Ми вважаємо, що підприємствам не слід зазнаватися та порівнювати свою допомогу з активністю конкурентів, адже

це буде виглядати зухвало в очах клієнтів. І найголовніше ні в якому разі не можна створювати з патріотичної символіки маркетингове шоу чи піар.

Що стосується естетичної частини бізнесу: багато підприємств створили нові дизайни свого товару, що вдало увійшли в ринки і постали популярними не лише у нашій країні, а й за її кордонами. Наприклад галузі, що займаються розробкою одягу, аксесуарів та навіть їжі, вдало почали поєднувати зі своїми роботами українські OLIZ випустив колекцію футболок з принтами за мотивами робіт Марії Примаченко, а також тематичні хустки Boundless patriotic та Free [1].

Також відома торгова марка «Галичина» відразу ж спробувала вдосконалити дизайн власного товару, прописуючи на ньому різні регіони України. Ця проста та ніби непомітна зміна, швидко та ефективно привела до бажаного фідбеку від клієнтів. Адже кожен, хто купував звичайну пляшку молока чи кефіру, міг помітити на ній своє рідне місце чи область, яка безперечно бореться за незалежність України, як і кожен з нас.

Отже, комунікаційна політика почала стрімко змінюватись саме тоді, коли загострилася війна у нашій державі. Попри всі проблеми пов'язані з нестабільним економічним станом та багатьма нюансами, деякі підприємства все ж таки не зупинили свою діяльність та продовжили маркетингові заходи, лише з удосконаленням комунікаційних процесів. Зрозумівши почуття та емоції свого споживача, маркетологи були змушені стати більш лояльними та розуміти доцільність поступки у власному бізнесі перед катастрофами реалій життя, що зробило комунікацію між споживачем та виробником більш міцною та підбадьорюючою.

Література

3. Сідельникова А. Як робити маркетинг під час війни. URL : <https://skvot.io/uk/blog/marketing-during-the-war> (Дата звернення : 14.11.2022)
4. Янків М. В Маркетинг під час війни: що робити варто, а що — ні. URL : <https://sostav.ua/publication/marketing-p-d-chas-v-jni-shcho-robiti-varto-a-shcho-n-92034.html> (Дата звернення : 14.11.2022)
5. Під час війни маркетинг стає поверхневим і сміховинним, але... URL: <https://britishmba.in.ua/pid-chas-viiny-marketynh-staie-poverkhnevym-i-smikhovynnym-ale/> (Дата звернення : 14.11.2022)

Шостак Л.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Хомич Н., Кузьмич А.,

*студентки другого курсу, факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

ЗМЕНШЕННЯ АКТИВНОЇ ЧАСТИНИ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації, що відбулося на території України 24 лютого 2022 року та триває вже на протязі дев'яти місяців, спричиняє фізичну руйнацію інфраструктури, як економічної так і цивільної, відбувається певна втрата контролю або згортання виробництва економічних суб'єктів тимчасово окупованих територіях, які перебувають в окупації (тимчасово), чи в областях, де наразі проходять бойові дії спрямовані на захист територіальної цілісності країни, порушення виробничих та логістичних зв'язків.

Проведене дослідження групою «Рейтинг» говорить про те, що одна третя опитаних українців унаслідок війни зазнали тих чи інших матеріальних втрат. Серед яких 62 % громадян, котрі проживають на територіях, де проводилися, чи ще проводяться бойові дії, 52 % жителів деокупованих територій, 23 % – територій, які не є під окупаційною владою.

Втрата доходів працездатного населення являється одним з головних та відчутних наслідків кризи. Також дане дослідження Групи «Рейтинг» свідчить про падіння доходів під час війни у 64 % громадян України. Зокрема у 18 % осіб, що були опитані, дохід зменшився в незначній мірі, у 32 % – значно зменшився, а 14 % майже повністю втратили всі свої доходи.

Мешканці Півдня та Сходу найбільш відчували фінансові втрати, серед вікових категорій це люди 30–49 років. Відповідно до інформації порталу про пошуку роботи ggs.ua, всього 20,5 % громадян, які працюють, взагалі не відчували зменшення надходжень в період з 24 лютого 2022 року.

Половина опитаних відмітили, що якщо відбудеться повна втрата фінансових надходжень, то їхніх збережених коштів може вистачити максимально на місяць, а 19% відмітили, що заощаджень вистачить на період до двох місяців, 12% відмітили, що їх збережень вистачить приблизно на три місяці і також кількість людей зможе прожити на збережених коштах від шести місяців до одного року, а той більше.

Масштабна втрата робочих місць та масова зовнішня і внутрішня міграція населення (працевдатного) за час повномасштабного вторгнення зумовила погіршення стану на ринку праці.

Відповідно до інформації Державного центру зайнятості, в період на початок жовтня кількість офіційно зареєстрованих безробітних сягала 260 тисяч осіб.

Відповідно до результатів дослідження Групи «Рейтинг», серед тих людей, що мали роботу до війни, продовжують працювати у звичайному режимі тільки 36 %, дистанційно чи частково – 19 %, громадяни, які віднайшли нову роботу – 6 %, втратили повністю місце роботи і сьогодні ніде не влаштувалися – 37 %.

Загострення безробіття сталося у зв'язку з глибоким спадом економічної активності і збільшення кількості безробітних мігрантами з окупованих загарбниками територій, котрі потребують найскорішого відновлення оплачуваної трудової діяльності.

Внутрішні мігранти спричиняють додатковий натиск на існуючий ринок праці, оскільки в східних регіонах структура зайнятості є суттєво зміщеною у бік промисловості в порівнянні з західними і центральними територіями України, куди мігранти вимушено переїздять. В результаті відбувається посилення на діючі структурно-кваліфікаційні диспропорції між пропозицією і попитом робочої сили, з урахуванням впливу релокації підприємств.

Збільшення показників безробіття в певній мірі призупиняє дію стримуючих факторів, а саме:

- наявність внутрішніх вимушених мігрантів, котрі не шукають нового місця працевлаштування;
- мобілізаційний процес, низький фінансовий запас міцності, що в результаті змусив членів домогосподарств максимально активно здійснювати пошук роботи, навіть менш престижну та нижчою за оплатою.

Впливовим чинником також є і зовнішня міграція. Відповідно до даних мобільних операторів, кожного дня на протязі квітня – вересня 2022 року кількість громадян, що перебували за межами власної держави, становила приблизно 3,2 мільйони чоловік. В той же час *23 % мігрантам вдалося не втратити місце роботи в Україні і продовжити працювати в дистанційній формі*. Велика кількість мігрантів має на меті повернутися до України.

В липні Міністерство оборони України оголосило, що українська армія у 2022 році відчутно збільшилась— до 700 000 мобілізованих осіб. В результаті понад 1 000 000 осіб боронять території держави.

Значно знизилися оберти показників завдяки заходам відносно гнучкості ринку праці, певної оптимізації трудових відносин, стимулювання зайнятості, релокації підприємств і т.д.

Варто відмітити, що нині варто сформулювати головні принципи та напрями оновленої політики зайнятості повоєнної економіки, котра матиме три головні напрями:

- зорієнтований на екстрене забезпечення зайнятості та доходів за умов стабілізації безпеки та соціально-гуманітарної ситуації для груп осіб, котрі найбільш постраждали в результаті війни;
- створення певних умов, котрі будуть спрямовані на відбудову економіки приймаючих громад;
- загальнодержавна політика створення та розвитку робочих місць, котра має базуватися на принципах концепції гідної праці, та також спрямувати свою діяльність на розбудову інституційної спроможності ринку праці і соціального діалогу в межах національного рівня.

Література

1. Початок війни Росії проти України. Ділова мова. URL: <https://www.dilovamova.com/index.php?page=10&holiday=651> (Дата звернення: 12.11.2022)
2. Ринок праці в умовах війни: тенденції та перспективи. НІСД. 2022. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/rynok-pratsi-v-umovakh-viyny-tendentsiyi-ta-perspektyvy> (Дата звернення: 12.11.2022)

Гринасюк А.Р.,

*к. геогр. н., ст. викладач кафедри туризму та готельного господарства,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки*

Мірко А., Ліпич А.,

*студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Туризм є однією з основних галузей економіки України. Ринок туризму дуже вразливий до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, військові конфлікти, які призводять до нестабільності в країні. Підтвердженням цього є ситуація в туристичній галузі України, яка з початком повної війни пережила справжній колапс. Зокрема, велика кількість туристичних компаній закрили або перепрофілювали свою діяльність, а готелі, будинки престарілих і туристичні бази приймають біженців з окупованих територій. Незважаючи на триваючі військові дії та встановлені обмеження в багатьох частинах нашої країни, туризм продовжує працювати в безпечних районах без активних бойових дій. Проте туризм під час війни мав певні особливості, які потребували додаткового розгляду та аналізу [1].

У когось може виникнути закономірне запитання: якщо зараз такі важкі часи, навіщо взагалі думати про туристичну поїздку? Але все складніше і глибше. Це не лише можливість відпочити. Насправді туризм відіграє важливу роль, яка суттєво впливає на економіку країни та добробут її громадян. Тому не слід розглядати це лише як сектор розваг. У всі часи, чи то в мирний, чи в воєнний час, він підтримує сферу економічної діяльності націй і суспільств. З усіх галузей туризм займає третє місце за доходами в економіці країни. Доходи від туризму та відповідні податки складають значну частину бюджету. Туризм стимулює розвиток різних частин інфраструктури, в тому числі торговельних підприємств. Він пропонує багато можливостей для роботи та заробітку, створюючи умови для діяльності компаній у

галузях, які співпрацюють із туристичним сектором. В умовах війни говорити про розвиток туризму практично неможливо [2].

Але для економіки, і суспільства важливо зберегти хоча б частину його діяльності, а після завершення важкого періоду – спрямувати зусилля на його відновлення.

З початку повномасштабного вторгнення туристична галузь країни знизилася. Це ускладнюється тим, що Україна, як і багато інших країн світу, ще не повністю оговталася від пандемії коронавірусу. Галузь знову загрузла в збитковості, не досягнувши показників 2019 року. Зі зрозумілих причин про іноземний туризм навіть говорити не доводиться.

По-перше, у великої кількості громадян зросли витрати і зменшилися доходи.

По-друге, військовозобов'язані не можуть виїхати за кордон із сім'єю, навіть якщо мають на це кошти.

По-третє, є логістичні проблеми. Крім того, не чекайте потоку іноземних туристів, поки країна не стане безпечною. І сьогоднішній візит до України – це переважно представники іноземних ЗМІ та працівники галузі, які пересуваються країною по роботі [3].

Якщо туристична галузь і надалі занурюватиметься в безодню кризи, проблем буде більше. До бюджету країни не надходитиме багато податків, з яких фінансуватимуться збройні сили та найбільш незахищені верстви суспільства. Туризм, який підтримує економіку країни, потребує підтримки й сам.

Коли країна опиняється в ситуації військового конфлікту, це відбивається на психологічному та емоційному стані її громадян. У постійному стресі, перебуваючи в стані напруги, страху та безвиході люди як ніколи потребують можливості знайти полегшення та тимчасовий спокій навіть у маленьких радощах. Цьому дуже добре сприяють екскурсії, які допомагають ненадовго зорієнтуватися і розслабитися. Це благотворно впливає на здоров'я та працездатність. Адже, як ніколи, цій країні потрібні сильні та впевнені у майбутньому громадяни, готові відбудовувати зруйноване у майбутньому.

Підсумовуючи вище викладене, можна сказати, що Україна має великий туристичний потенціал. Щороку сюди приїжджає багато туристів з усього світу.

Однак у лютому 2022 року наша туристична галузь зіткнулася з важким випробуванням війною між росією та Україною. Військовий конфлікт знищив туристичну інфраструктуру, втратив іноземних туристів, заборонив використання повітряного простору та інші негативні наслідки в багатьох частинах України. Тим не менш, туризм продовжує функціонувати, але з певними особливостями, зумовленими ситуацією в нашій країні. Незважаючи на важку післявоєнну ситуацію з туризмом, він повинен бути важливою частиною стратегії економічного відновлення. Проте сьогодні над цим треба працювати. Зокрема, включити розвиток туризму в програми післявоєнної відбудови, вести переговори з міжнародними готельними мережами щодо їх входження в Україну, готувати масштабні маркетингові кампанії на зовнішні ринки, розробляти туристичні програми для місць. Відновлювати бойову славу Збройних Сил, працювати над відновленням туристичної інфраструктури та популяризувати нестандартні форми туризму [4].

Література

1. Туризм в умовах війни! URL: <https://www.synevyr.info/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D0%B2-%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8/>
2. Туризм воєнного часу: хто і як їздить подорожувати з України. URL: <https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/turizm-voyennogo-chasu-hto-i-yak-jizdit-podorozhuvati-z-ukrajini-11925096.html>
3. Туризм під час війни 2022. URL: https://zaxid.net/turizm_pid_chas_viyni_2022_fakti_vid_turistichnih_firm_lvova_n1542665
4. Особливості туризму в умовах воєнного стану. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1543/1484>

Данилюк Т.І.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Війна диктує свої наративи на майже усі сфери діяльності нашого життя, але не здатна перекреслити їх повністю. Так стало і з маркетингом, якому знадобилося трохи часу, аби знову в повній мірі запрацювати. Ринок змінився – а за ним і маркетинг, що забрало можливості у одних, але дало іншим. Поступово повертаючись до своєї підприємницької діяльності, ми так чи інакше налагоджуємо те що перестало функціонувати, і в кінці кінців повинні задуматись, а як покупці дізнаються про наш товар саме тут і зараз?

Очевидно, що не у всіх однакова ситуація, та в зоні активних дій потреби у людей зовсім інші, але це не означає що відносно спокійних міст та селищ в Україні не залишилось. Саме в них люди стараються повернутися до минулого життя в контексті нових реалій, з чим ми і можемо їм допомогти.

“Задайте собі таке запитання, коли обмірковуєте, що робити зі своїм маркетинговим планом під час війни: чи будуть людям усе ще потрібні продукти чи послуги, які ви продаєте? Якщо відповідь «Так», переконайтеся, що не надто сильно реагуєте, різко скоротивши свій маркетинговий бюджет. Можливо, ви захочете змінити своє повідомлення та спосіб його доставки” [1].

Врахування того що було написано вище означає, що вам необов’язково повністю відмовлятись від маркетингу як такого, або навпаки, робити це безтактно, ніби нічого не змінилося. Це базова людська психологія, яка є основою будь-якої маркетингової діяльності, і стає набагато важливіше у такий період життя.

Знайти золоту середину між байдужістю і повною зміною вектора насправді не так важко як може здатися на перший погляд. Оскільки на базовому рівні суть вашого підприємства не змінилася, вам не доведеться вигадувати новий спосіб комунікації з вашими покупцями. Насправді ж, бажано робити все навпаки – комунікувати зі своєю аудиторією в такому стилі, як ви це робили раніше, не забуваючи підбадьорити, що

навіть попри таку непросту ситуацію – ви завжди будете тут, щоб дати людям те що ви робите найкраще.

Одним із доцільних а головне безпечних рішень яке може прийняти підприємство – знизити рівень комунікації, в першу чергу все необов'язкове, те що може сприйнятись неправильно, будь-то контекст в якому покупець дізнається про інформацію (наприклад, реклама розваг одразу після новин про трагедію). При наявності маркетингового відділу, або навіть одного спеціаліста, керувати інтенсивністю комунікації з аудиторією стає набагато простіше, а доречність зараз – важлива як ніколи.

Зазначу, що в залежності від характеру вашого підприємства, методи подачі вашого меседжу будуть відрізнятися. Затишна кав'ярня повинна залишитись затишною кав'ярнею, яка хоче подарувати вам хорошу усмішку завдяки смачній каві, або приємному пості в Instagram. Іншою справою буде магазин військового спорядження або мисливських товарів – чорний гумор, або навіть сатира, прекрасно вписуються по характеру з естетикою товарів.

Варто також зазначити, що рід вашої діяльності та позиція на рахунок ситуації може, за можливості, мати і більш благодійний характер, оскільки при наявності достатньої кількості небайдужої аудиторії та власних ресурсів, можна творити щось хороше, та спрямовувати у це русло з собою інших людей.

“Взаємодопомога — один із стовпів, на якому тримається зараз наша країна. Тож якщо ви зараз робите свій внесок у перемогу — освітлюйте це у своїх соцмережах. І ні, це не буде виглядати як спроба похизуватися: навпаки, ваш приклад надихне інших і дасть змогу вашим клієнтам долучитись до корисної справи” [2].

Підсумовуючи, хотілось би сказати що навіть попри усі ускладнення, які ставить перед воєнний стан, які мають скоріше технічний характер, маркетингова діяльність підприємства повинна залишатись аутентичною відносно характеру товарів або послуг підприємства, а основним фокусом підприємництва повинно бути стабільність виробництва, поставок, та виплати працівникам, або ж допомога ЗСУ, аніж активна реклама в соц. мережах. Маркетинг може зачекати, а коли дійде його черга – робити це акуратно, в міру та доречно.

Література

Marketing During War Time. URL: <https://www.marketingprofs.com/3/edge1.asp>
(Дата звернення: 18.11.2022)

Соцмережі та війна — особливості ведення бізнес-акаунтів під час воєнного стану. URL: <https://odesseo.com.ua/smm-and-war/> (Дата звернення: 18.11.2022).

Данилюк Т.І.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Ліпич А., Мірко А.,

*студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

МАРКЕТИНГ ВІЙСЬКОВИХ ТОВАРІВ

З початку повномасштабної війни Росії проти України ринок товарів суттєво змінився. Якись товари змінили свій попит в кращу сторону, а інші навпаки.

На сьогодні військові товари входять в список затребуваних товарів під час війни. Для українців, такі знаряддя повинні бути в кожного тому, що саме вони можуть бути необхідні в екстрених ситуаціях. Наші маркетологи повинні досліджувати необхідність цих товарів, так як військовий стан змусив змінити маркетингову діяльність. Тому споживачі надаватимуть перевагу тим військовим товарам, які виконуватимуть корисні функції.

Маркетинг військових товарів лише нещодавно почав розвиватись в нашій державі, що відповідно пов'язано з вторгненням російської федерації в Україну. Взагалі магазини військової амуніції були переважно для військовослужбовців, де вони могли придбати все необхідне, від аксесуара до новенького комплекту форми. Та сьогодні, більша частина цивільних громадян звертаються до різних торгових точок військових товарів, придбавши речі того чи іншого виду спорядження для власного використання. Варто зазначити, що за 8 місяців війни зросла конкуренція в цій галузі. Багато підприємств стали співпрацювати з вітчизняними та закордонними брендами, які є кращими на ринку виробництва, а це все тому, що кожен хоче виділити свій товар особливо.

Якщо ж брати до уваги який військовий одяг та аксесуари користуються попитом, нами було виділено такі товари як :

- тактичне взуття
- куртки Софтшелл
- тактичні рукавиці

- флісові кофти
- бронежилети
- рюкзаки тактичні
- аптечки та медичні сумки
- радіостанції

Вище перелічені товари використовують не лише для військових завдань або риболовлі та полювання, а й для туризму, походів чи активного відпочинку. І ці спорядження вибирають через те, що вони витримують навантаження, та підходять для екстремальних умов. Також їхня особливість в тому, що вони мають непомітний колір і відтінки не привертають зайвої уваги та найкраще зливаються з навколишнім середовищем. Хочеться відмітити, що військовий одяг та аксесуари стали трендовими товарами серед цивільних громадян тому, що вони мають стильний дизайн і можна вибрати, наприклад, кросівки для прогулянок чи тренувань, футболки, наплічні сумки, радіостанції, тощо. Середній чек на тактичний одяг та уніформу збільшився на 1500 грн і становить 2600 грн. «Таке зростання спричинили інфляція та високий попит на товари. До того ж збільшився асортимент, з'явилися якісніші та дорожчі товари». Попит на армійські спецсумки та рюкзаки збільшився у 1,5 рази. У середньому на такі товари витрачають майже 1,6 тис. грн, що на 580 більше, ніж на початку весни [4].

У період війни, також, почала користуватися попитом зброя. Тому, що це значна гарантія безпеки та самозахисту і було багато бажаючих отримати дозвіл на зброю так, як в умовах воєнного стану це можна зробити легше та швидше. Проведене наприкінці травня опитування серед 1,7 млн користувачів застосунку "Дія" показало, що 59% українців підтримують вільне володіння короткоствольною зброєю. Категорично проти цього виступили 22% респондентів [1]. Попит цього товару зріс на стільки, що люди записуються в чергу та роблять передплату. Серед цивільної зброї популярними є автомат Калашникова, травматичний пістолет, помпова рушниця, американський карабін. Найбільш оптимальною та простою в користуванні є помпова рушниця, її ціна стартує від 6 тис. грн. А ось автомат Калашникова та американський карабін вартує від 30 тис. грн, ціна залежить від курсу долара. Незважаючи на підняття цін зброї на нашу

думку попит на неї спадати не буде.

Маркетинг військових товарів перебуватиме на високому рівні, також є можливість для інвестицій. В Україні є досить великий вибір серед товарів зазначених вище і вони користуються попитом серед всіх споживачів. Вони відповідають усім рівням підготовки та безпеки. З такою кількістю бажаючих придбати військову амуніцію, дана галузь зможе принести державі доходи. Військовий стиль – це стиль сильних та впевнених в собі людей, які цінують свободу у всьому.

Література

1. Економічна правда. Зброя для населення. Як і що можна легально купити ? URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/08/9/690177/>.
2. Максим Беркаль. Купити не можна чекати. В Україні підскочив попит на зброю настільки, що магазини не дають ради чергам URL : <https://delo.ua/uk/society/kupiti-ne-mozna-cekati-v-ukrayini-pidskociv-popit-na-zbroyu-nastilki-shho-magazini-ne-dayut-radi-cergam-396959/>.
3. Наріна Щеглова. В Україні виріс попит на зброю: що саме купують та скільки це коштує URL : <https://safe.novyny.live/v-ukraine-vyros-spros-na-oruzhie-cho-imenno-pokupaiut-i-skolko-eto-stoit-40776.html>.
4. Христина Коновалова. Топ-5 товарів військторгу: тактичний одяг, балаклави та монокуляри URL : <https://speka.media/promua/top-5-tovariv-viisktorgu-takticnii-odyag-balaklavi-ta-monokulyari-vzmze9/amp>.

Данилюк Т.І.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки*

Петрук С. В., Матвійчук А. С.,

*студентки 2 курсу факультету економіки та управління,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки*

НЕОБХІДНІСТЬ МАРКУВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ТОВАРІВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

В сучасних умовах ринок товарів є досить великий, відповідно з кожним днем зростає конкуренція. Боротися за лідерські позиції, за критерієм якості продукції складно, адже спочатку потрібно привернути увагу покупця до товару. Вдале упакування товару безумовно дає можливість виробникам лідирувати на ринку.

Сьогодні за допомогою спеціальних матеріалів можна збільшити термін придатності продукції, змусити потенційного споживача здійснити необдуману покупку та багато чого іншого, що дає можливість зменшити витрати та максимізувати прибуток. Саме тому успішні компанії приділяють багато уваги зовнішньому вигляду своєї продукції в особливості пакуванню, маркуванню та дизайну.

Безумовно, повномасштабне вторгнення Росії в Україну зумовило багато проблем, в особливості щодо маркування продукції, адже багато підприємств, які виробляють етикетки, та інші засоби для ідентифікації товарів знаходяться в зоні бойових дій, й відповідно не можуть постачати елементи для маркування товарів.

Основою регулювання маркування продовольчих товарів, є закон України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів". Він визначає загальні вимоги та перелік обов'язкової інформації про харчові продукти, а також порядок її розміщення і представлення. Зокрема, закон вимагає надання такої інформації, як назва та кількість продукту, перелік та кількість інгредієнтів, термін придатності, поживна цінність, країна або місце походження, особливі умови та інструкції з використання або зберігання тощо [1].

Варто зазначити, що маркування має певні вимоги та стандарти. Одними з них є:

- Обов'язкова назва товару, або позначка, яка відповідає його категорії;
- Дані про виробника (адреса, контакти);
- Інформація про можливі шкідливі речовини в складі товару;
- Особливості використання товару: термін придатності, умови зберігання;
- Для продуктів харчування вказується склад, маса, енергетична та харчова цінність;
- Для непродовольчих товарів – вказуються всі його характеристики, потужність, час роботи тощо

Враховуючи складну ситуацію з виробництвом та постачанням окремих елементів маркування, уряд спростив умови щодо ідентифікації продукції та скасував обов'язковий переклад етикеток українською мовою.

На нашу думку, наявність інформації про склад продукції державною мовою є дуже важливою. В особливості, на товарах обов'язково повинні вказуватись відомості щодо присутності алергенів, а також факти про країну-виробника продукції. Щодо останнього, то важливо зазначити, що багато споживачів стикалися з перепродажем гуманітарної допомоги країн, що допомагають Україні в складній ситуації. Відповідно, деякі компанії користуючись можливістю щодо відсутності маркувальних елементів, бажали таким чином збільшити собі прибуток.

Щодо маркування харчової продукції, то вона є особливо важливою, адже товари з пониженим попитом можуть лежати дуже довгий час. Відповідно, вони приносять небезпеку споживачам, й проблеми дистриб'юторам. Це ж стосується територій, де ведуться бойові дії, прилеглих до них, а також окупованих територій. На тій місцевості просто неможливо відслідкувати термін придатності продукції.

Воєнний стан, безумовно, впливає на можливості бізнесу щодо дотримання вимог у сфері маркування продукції. Владні органи намагаються сприяти послабленню цих та багатьох інших тягарів для виробників та імпортерів, проте бізнес справедливо прагне більшого.

Ймовірно, ситуація продовжить розвиватись, і в коротко- та середньостроковій перспективі можна буде побачити подальші кроки з боку влади у цій сфері. Допоки не всі рішення та спрощення оформлені офіційно, радимо, за потреби, завчасно погоджувати принаймні суттєві відхилення від чинних вимог з відповідними контролюючими органами, аби мінімізувати потенційні юридичні ризики [1].

Отже, маркування окремих видів продукції відіграє важливу роль в загальній концепції просування товару. Саме тому, важливо дотримуватись основних вимог та стандартів щодо ідентифікації товарів.

Безумовно, в умовах воєнного стану, виникають проблеми щодо маркування продукції, проте компаніям не слід користуватися можливостями, що надає уряд для спрощення цієї процедури. Важливо, щоб ті підприємства, які мають можливість встановити всі елементи маркування продукції державною мовою робили це, й не користувалися складною ситуацією в країні задля максимізації прибутку, нехтуючи загальним рівнем економіки та своїми споживачами.

Література

1. Особливості маркування продукції в Україні у період воєнного стану. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/18/690574/> (Дата звернення: 18.11.2022)
2. Імпортні продукти: як змінилося маркування товарів в українських магазинах. URL : <https://gre4ka.info/zhyttia/68681-importni-produkty-iak-zminylosia-markuvannia-tovariv-v-ukrainskykh-mahazynakh> (Дата звернення: 18.11.2022)

РОЛЬ ПРОМОАКЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ У ПРОСУВАННІ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

Забезпечення переходу до моделей сталого споживання і виробництва, передбачене Стратегією сталого розвитку України до 2030 року неможливе без запровадження нових інструментів та бізнес-моделей організації виробництва та збуту товарів з позицій сталого зростання економіки, діджиталізації, застосування промоакційного маркетингу. В забезпеченні економічного зростання країн значну роль відіграє органічний ринок, який динамічно розвивається, оскільки підвищились екологічні вимоги споживачів до виготовленої продукції та якості довкілля загалом.

Впровадження сталого виробництва та споживання формують основу для розвитку концепції промоакційного маркетингу, яка передбачає комплексну оцінку за каналами промоції, цільовими групами фахівців, брендами і маркетуючими організаціями.

Розвиток органічного ринку є світовою тенденцією, котра особливо динамічно розвивається в країнах ЄС. Сучасні реалії змушують суб'єктів господарювання перебудовувати свою виробничо-збутову діяльність з метою утримання сталих конкурентних позицій на ринку.

Однією з особливостей ринку органічної продукції ЄС є постійне зростання попиту та збільшення ціни на 20-50%, на відміну від традиційного ринку. Основні європейські канали збуту для органічної продукції – це мережа роздрібної торгівлі (70%); прямі продажі з підприємств і продажі через ринки, які забезпечують приблизно 15% збуту; продажі через спеціалізовані магазини до 15%. Покупці в середньому переплачують за органічні продукти 40-60% [1].

З метою підвищення конкурентоспроможності на ринку західноєвропейські фірми, що займаються екологічним бізнесом, успішно використовують сучасні інструменти промоакційного маркетингу, а саме: акції та знижки; рекламу в пресі,

на телебаченні; поширення реклами в соціальних мережах; виставки-ярмарки; роздачу флаєрів; електронні та поштові розсилки інформаційних каталогів; демонстрація товару; дегустація; подарунок за покупку; промоції виробників товарів і послуг.

В Україні на ринку органічного виробництва активно впроваджується промоакційний маркетинг, що робить його особливо привабливим для учасників ринкових відносин. Оскільки попит на органічну продукцію, що вироблена в Україні, зростає, це зумовлює значний розрив між потребами споживачів та рівнем їх задоволення від продукції.

Промоакційний маркетинг – один з пріоритетних засобів просування органічної продукції на ринку України та за кордоном. В 2020 році Україна зайняла друге місце серед 123-ох країн-постачальників продуктів органічного походження у ЄС з часткою у 10%, перше місце – Китай з часткою у 13%. Протягом 2019 року до ЄС ввезено 3,24 млн. тонн органічної продукції, більше 10 % з якої – українська. Найбільшими країнами-споживачами вітчизняної органічної продукції є Нідерланди, Німеччина, США, Швейцарія, Італія, Великобританія, Австрія, Польща, Чехія, Франція, Угорщина, Румунія, Бельгія, Болгарія, Литва, Канада та Данія. Українські виробники також експортують в Австралію та деякі азійські країни [2].

Серед стратегічних напрямків розвитку промоакційного маркетингу в Україні слід виділити:

- збільшити загальний обсяг інвестицій в розвиток екологічно орієнтованого бізнесу з різних джерел фінансування;
- впровадити алгоритм запровадження маркетингових інновацій для організації виробництва екологічної продукції надання відповідних послуг;
- удосконалити методи управління компаніями шляхом застосування ефективних інструментів промоакційного маркетингу;
- збільшення обсягу фінансування промоакційних заходів в організаціях, спонсорство;
- залучення блогерів для здійснення промоції продукції;

- адаптація європейського досвіду щодо застосування сучасних інструментів промоакційного маркетингу.

Таким чином, в Україні існує значний потенціал для виробництва органічної продукції, що, в свою чергу, забезпечить підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на європейських ринках. Саме завдяки застосуванню сучасних інструментів промоакційного маркетингу обсяг збуту продукції значно зросте в майбутньому.

Література

1. Скороход І.С. Розвиток європейського ринку екологічних товарів та послуг: досвід для України. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Вип. 2 (142). С. 71-77. (Index Copernicus). <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-2-10>
2. Органічне виробництво в Україні. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini> (Дата звернення: 16.11.2022)

ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УМОВАХ КРИЗИ

Високоякісна освіта є важливим фактором збалансованого розвитку країни, оскільки забезпечує формування кваліфікованих робітників, науково-технічний прогрес тощо. В умовах повномасштабної збройної агресії РФ галузь освіти стикнулася з серйозними викликами і потребує активнішої державної підтримки, у тому числі фінансової.

Світова практика державного управління освітою свідчить про формування стійкої негативної тенденції у зменшенні фінансової підтримки закладів освіти. Так, до початку військових дій в Україні передбачалось, що видатки бюджету на освіту становитимуть понад 7 % ВВП, що є рекордним значенням для економіки країни. Однак внаслідок збройної агресії РФ, видатки на освіту були значно зменшені [1]. Така ситуація обумовила необхідність пошуку альтернативних джерел фінансування, що в цілому підтверджується загальносвітовою практикою. За даними ЮНЕСКО [2], роль держави у фінансуванні освіти суттєво відрізняється за різними країнами світу залежно від рівня їх доходу (рис. 1).



Рис. 1. Частка держав у фінансуванні закладів освіти за групами країн у 2019 р., %*

Так, країни з низьким рівнем прибутку і з рівнем прибутку, нижчим за середній рівень, активно залучають кошти стейкхолдерів у форматі спонсорства, грантів, спільної участі тощо. Але водночас в Україні не побудовано дієвого механізму співпраці між бізнесом та закладами освіти, що значно обмежує ефективність використання такого джерела фінансування.

Відзначимо, що в умовах світових криз фінансування освіти значно скорочувалось через необхідність першочергового фінансового забезпечення інших галузей. Наприклад, в умовах світової фінансової кризи 2008 – 2009 рр., пандемії Covid-19. Безумовно, на нашу думку, така ситуація спіткає і галузь освіти в Україні у повоєнний період. Однак в умовах скорочення її фінансування ще до початку збройної агресії РФ, це може стати суттєвою перешкодою її ефективному розвитку.

Розробка ефективної програми фінансової підтримки освіти потребуватиме значного навантаження на державний бюджет, пов'язаного з будівництвом нових або реконструкцією знешкоджених будівель, розвитком програм фінансової підтримки учнів та вчителів. Але внаслідок війни в Україні, зростання вартості природних ресурсів та зростання інфляції, потрібно враховувати, що можливості фінансової допомоги будуть вкрай обмеженими. Необхідною буде реалізація та впровадження ефективної стратегії фінансування галузі освіти у повоєнний період як елемент комплексної програми соціально-економічного відновлення України.

Література

1. Шевчук І.Б., Шевчук А.В. Освітня аналітика крізь призму війни: виклики та можливості для вищої школи України. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/39> (дата звернення: 28.10.2022 р.).
2. The impact of the Covid-19 on educational financing. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/734541589314089887-0090022020/original/CovidandEdFinancefinal.pdf> (дата звернення: 28.10.2022 р.).

ЩОДО ПОНЯТТЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ В УКРАЇНІ

Відносно новим інститутом вітчизняного законодавства є аудит, як певна незалежна система, практичним виразом якої є діяльність і відносини, яким притаманні ознаки, що надає можливість виявити та дослідити їх ознаки і характер. Також аудит є економіко-правовою категорією, так як пов'язаний із кількісними показниками діяльності та бухгалтерськими операціями. Основними законодавчими актами стосовно аудиту та аудиторської діяльності, яка його опосередковують є ст.ст. 362-365 Господарського кодексу України (надалі – ГК України), Закони України «Про аудит та аудиторську діяльність» (надалі – Закон про аудит), «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» та чисельні підзаконні і відомчі акти. В світлі тривалою економіко-правової реформи зазначені нормативні акти потребують оновлення та прийняття нових, які відповідають сучасним реаліям.

Окремі нормативні акти регулюють різновиди аудиту, наприклад, в залежності від сфери застосування діє Закон України «Про екологічний аудит», основними завданнями якого відповідно до законодавства та поглядів вчених є: обґрунтування екологічної стратегії і політики підприємства; визначення пріоритетів при плануванні природоохоронної діяльності підприємства; перевірка дотримання суб'єктом господарської діяльності природоохоронного законодавства; розроблення рекомендацій щодо зниження ризику виникнення надзвичайних екологічних ситуацій; - послуги, пов'язані з підвищенням ефективності регулювання впливів на навколишнє середовище; послуги, пов'язані з розвитком системи виробничого екологічного моніторингу і управління; розроблення рекомендацій і пропозицій з екологічної освіти персоналу; консультування з питань природоохоронного законодавства, інформаційне обслуговування та інші послуги [1, с. 45]. Також, існують законопроекти,

наприклад, проект Закону про аудит з промислової безпеки і охорони праці 19.09.2006 р., з приводу якого у літературі зазначається, що безсумнівно позитивними моментами проекту є його спрямованість на попередження негативних наслідків недодержання вимог з охорони праці, його профілактична функція. Не є секретом, що сьогодні заходи в цій сфері переважно розпочинають здійснювати вже після того, як стався нещасний випадок, трагедія, що забрала людське життя. З огляду на це створення чіткого та прозорого правового механізму здійснення зовнішнього та внутрішнього аудиту дозволить попереджати такі випадки, своєчасно виявляючи недоліки та прорахунки у системі охорони праці підприємства, організації, установи [2, с. 58]. На думку вчених дослідження нормативного забезпечення внутрішнього аудиту в Україні показало, що найбільш законодавчо врегульованими є питання його організації та проведення в державному та банківському секторі, для приватного ж сектора теоретична і практична база, пов'язана з організацією і методикою проведення внутрішніх аудиторських перевірок і формуванням досконалих процедур, які можна застосовувати під час їх проведення, залишається законодавчо не врегульованою. Тому для вирішення поставлених перед Україною завдань після підписання Угоди про асоціацію з ЄС, а саме, гармонізації національного законодавства у сфері бухгалтерського обліку і аудиту, необхідно, перш за все, привести у відповідність нормативну базу України з питань регулювання внутрішнього аудиту, тобто внести поправки в контексті наближення її положень до міжнародного та європейського законодавства, а саме шляхом прийняття Закону України «Про внутрішній аудит», проект якого вперше було розроблено ще у 2012 р. Закон України «Про внутрішній аудит» має створити систему незалежного внутрішнього фінансового контролю відповідно до міжнародних стандартів у антикризових і антикорупційних цілях та для захисту інтересів суспільства й власників. Положення законопроекту передбачається поширити на діяльність міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, бюджетних, державних цільових фондів та їх територіальних органів, державних і комунальних підприємств, акціонерних і холдингових компаній, суб'єктів господарювання, у статутному капіталі яких державі належить 50 та більше відсотків акцій (часток, паїв), Національного банку України та інших

банків, а також філій іноземних банків, фінансових установ, що сприятиме гармонізації законодавства України відповідно до міжнародних норм та правил у сфері внутрішнього контролю та аудиту [3, с. 311].

Перспективним є розвиток функціонування інституту електронного аудиту в Україні, а відповідно і його правового регулювання, який значно відстає від темпів розвитку цієї сфери в зарубіжних країнах (Португалія, Австрія, Люксембург, Польща, Литва, Норвегія, Німеччина, Нідерланди, Швеція, Франція), а саме: відсутнє нормативно закріплене визначення електронного аудиту та не врегульовано порядок його проведення; немає єдиного формату файлу подання даних до фіскальних органів для цілей е-аудиту (податкового аудиторського файлу); не закріплено відповідні права та обов'язки платників податків й контролюючих органів та рекомендовано ввести в національну практику дефініцію запропоновану ІОТА, а саме: «е-аудит — це верифікація та перевірка бухгалтерських операцій, яка здійснюється в електронному середовищі за допомогою комп'ютеризованих інструментів, використовуючи аналітичні, оціночні та тестові методи аудиту» [4, с. 40]. Також, перспективним є нормативне визначення інформаційного аудиту в органах виконавчої влади, завданням якого є вивчення фактичного стану інформаційних ресурсів і комп'ютерних технологій та визначення їх відповідності вимогам, що пред'являються до них з боку органу виконавчої влади. Саме він повинен розглядатися як важливий елемент системи внутрішнього аудиту в органах виконавчої влади. Інформаційним аудитом можна вважати систематичний процес, за допомогою якого організація може зрозуміти склад, зміст інформаційних ресурсів, напрям інформаційних потоків і проблеми в інформаційному забезпеченні. В інформаційного аудиту в системі електронного уряду може бути складена «інформаційна карта», яка може бути використана як основа для підписання рішень, а також для обґрунтування інформаційної стратегії організації [5, с. 27].

Таким чином, нормативно-правове забезпечення аудиторської діяльності представляє собою сукупність чинних нормативно-правових актів, економіко-правового характеру, змістом яких є умови та порядок проведення аудиторських перевірок, а також їх суб'єктно-об'єктна характеристика. Перспективними

напрямами нормативно-правове забезпечення аудиту є електронний аудит, інформаційний аудит та аудит щодо окремих сфер економіки.

Література

1. Борисова В.А. Екологічний аудит як механізм регулювання впливу на довкілля // *Держава і регіони*. 2002. № 4. С. 44-49.
2. Іншин М. І. Декілька зауважень до проекту Закону України «Про аудит з промислової безпеки і охорони праці». *Форум права*. 2006. № 3. С. 56-60.
3. Крутова А. С., Семенець А. О. Нормативно-правове забезпечення внутрішнього аудиту: вітчизняний досвід та світова практика. *Бізнес-інформ. Науковий журнал*. 2018. № 12. С. 309–316.
4. Подік І. І., Білецька Г. М., Ковтунович Н. Л. Нормативно-правове забезпечення електронного аудиту в Україні: сучасний стан та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 10. С. 37–41.
5. Синкова О.М. Правове забезпечення інформаційного аудиту в органах виконавчої влади. *Інформація і право*. 2017. Вип. 13. С. 22-29.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

У сучасних умовах глобалізаційних процесів у зв'язку з прагненням України стати повноцінним партнером на європейському ринку, деяким вітчизняним підприємствам вдалося розширити сферу діяльності, вийти на нові рівні, в тому числі завоювати частки зовнішніх ринків.

Видається за доцільне підкреслити, що відповідний прогрес у розвитку вітчизняних підприємств позитивно вплинув на стабілізацію економіки країни, що призвело до зростання національного доходу, поліпшення іміджу України на міжнародному ринку. Однак варто також зазначити той факт, що відповідний позитивний тренд суттєво похитнувся через запровадження карантинних обмежень, а згодом через повномасштабне вторгнення військ на нашу територію.

За своєю суттю зовнішньоекономічна політика України в сучасних умовах є системою заходів, спрямованих на отримання зовнішніх конкурентних переваг без порушення цілісності та ефективності внутрішнього ринку; створення умов для вільного виходу вітчизняних господарських структур на світовий ринок; формування оптимальних торгово-валютно-фінансових режимів взаємодії з організаціями, блоками, окремими країнами; гарантування національної безпеки, у тому числі захист зовнішньоекономічних інтересів нашої держави в такий складний період функціонування [1].

Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання є одним із елементів і показником стану та перспектив розвитку зовнішньоекономічної політики країни. Натомість, рівень інтегрованості національної економіки у світове оцінюється показниками, що характеризують зовнішньоекономічну політику.

В умовах лібералізації торговельних відносин та з урахуванням особливостей відкритої економіки України розвиток зовнішньоекономічної діяльності є одним із стратегічних напрямків державного управління економічними процесами країни.

Серед переліку сучасних проблем зовнішньоекономічної політики нашої держави вважаємо за необхідне виділити наступні:

- маючи такий потужний внутрішній ресурсний потенціал, національні виробники і досі є максимально залежними від імпорتنих товарів, адже фактичне виробництво обмежене відсутністю стратегічних ресурсів;

- необхідно налагодити баланс між імпортом та експортом, а саме: доходи від експорту повинні відшкодовувати витрати країни на імпорт, саме це співвідношення дозволяє вивести на зовсім інший рівень саме валютний резерв; водночас у нашій державі імпортозаміщення не має синергії, що має негативний вплив на національну економіку;

- незважаючи на світові тенденції щодо енергоресурсів, паливні ресурси є досить цінними в Україні, що негативно впливає на енергоємні виробництва, що призводить до скорочення експорту [2].

Також досить сумнівним є той факт, що наша держава бере пасивну участь у зовнішньоекономічних операціях, де лише встановлює певні нормативи, в яких регулює правильність і законність міжнародного співробітництва. Лише мізерна частка зовнішньоекономічних операцій припадає на приватний сектор, що дозволяє акумулювати гроші, але не підвищує рівень значущості держави в геополітичному сенсі.

Безпосередньо зовнішньоекономічну діяльність країни слід сприймати як ключовий напрямок розвитку багатьох сучасних держав, зокрема, як джерело товарів, інноваційної продукції, у випадках, коли їх неможливо виготовити всередині країни, т.к. а також доходи від експортно-імпорتنих операцій [3].

Отже, розглядаючи дане питання, слід зазначити, що перспективи подальшого розвитку та вдосконалення зовнішньоекономічних зв'язків України пов'язані з проведенням єдиної зовнішньоекономічної політики держави, реалізацією її економічних інтересів і безпеки, проникнення та зміцнення позицій національного виробника на зовнішніх ринках товарів та послуг, зміцнення конкурентоспроможності української продукції, збільшення її експорту, залучення іноземних інвестицій, здійснення контролю за надходженням валютних цінностей

в Україну, захист прав і законних інтересів України, вітчизняних та іноземних суб'єктів господарювання.

Література:

1. Гордуновський О. М. Особливості зовнішньоекономічної політики України. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. 4: 337. С. 22–29.
2. Зовнішня торгівля України: XXI століття: монографія / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Н. О. Іксарова [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 600 с.
3. Домбровська С. М. Напрями державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Вісник НУЦЗУ. Серія: Державне управління*. Вип. 1(6). 2017. URL:[https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol6\(17\)/Visnik_NUCZ_U_1%20\(6\)_2017_Dombr.pdf](https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol6(17)/Visnik_NUCZ_U_1%20(6)_2017_Dombr.pdf).

*студент 3 курсу факультету адвокатури та антикорупційної діяльності,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Сучасний розвиток України як суб'єкта міжнародних відносин є органічним процесом цивілізаційного, правового та економічного характеру. Водночас низка об'єктивних і суб'єктивних факторів гальмують процес євроінтеграції України. Зрозуміло, що через них сам ЄС може стати вирішальною силою у прискоренні цього процесу. Створення угоди про співробітництво та партнерство між Європейськими Співтовариствами, Україною та їх державами-учасниками визначає цілі партнерства, зокрема сприяння розвитку торгівлі, інвестицій та гармонійних економічних відносин, а також прискорення розвитку їх засобів. Але ЄС також може стати перешкодою для подальшої і майбутньої інтеграції, якщо наша країна сьогодні не почне реальні реформи в багатьох сферах суспільного життя, особливо щодо розвитку внутрішніх і зовнішніх економічних відносин з іншими країнами. Україна та ЄС два партнери, що при їх співпраці може відобразитися в необхідній для України та досконалій Концепції сталого розвитку. У сучасних умовах Україна потребує вдосконалення зовнішньоекономічних відносин і насамперед їх правового забезпечення, тенденцій розвитку правових, економічних та екологічних двосторонніх відносин своїх стратегічних партнерів по євразійській системі. На жаль, сьогодні цьому приділяється недостатньо уваги, але на це є і свої причини. Військова агресія внесла багато змін як у подальший економічний розвиток України так і майбутнє партнерство в ЄС. [1]

Сьогодні Україна дотримується збереження екстенсивного шляху економічного розвитку. Основним джерелом соціально-економічного розвитку країни залишається збереження мінерально-сировинних та інших природних ресурсів, на які припадає більшість експортних надходжень, а ще збереження людського життя. [2]

Україна прийняла своє цивілізаційне демократичне рішення, ідучи до співпраці з ЄС та маючи складний шлях, як і усі європейські країни. Незалежна Україна ніколи не брала на інших територіях участі у збройних конфліктах, але сьогодні їй треба захищатися. Сьогодні Україна не має ядерної зброї, але захищає всю Європу від країни агресора. Країна, яка відмовилася від головної гарантії своєї безпеки, захищає цивілізований світ, який не відчуває до кінця руйнування, вбивства, загрози, порушення лише тому, що існує наша країна і наш народ, з чітким почуттям колективної власності, історичної справедливості та вірою в правильність обраного шляху розвитку. Сьогодні українці віддають життя не лише за захист території, а й фізично захищають те, що духовно сповідує весь цивілізований світ. [3]

Таким чином економіко-правові аспекти розвитку України та розробка їх урядом та громадськістю дуже важлива для подальшого відродження України як сильної економічної держави та перемоги над ворогом.

Література

1. Угода про асоціацію між Україною та ЄС: зміст та імплементація. URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/1.pdf> (Дата звернення: 17.11.2022)
 2. Сталий розвиток для України URL: <https://sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/printsipi/> (Дата звернення: 17.11.2022)
- Україна 2022. Як не втратити свій шанс стати сильною державою. URL: <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2022-yak-ne-vtratyty-svij-shans-staty-sylnoyu-derzhavoyu/> (Дата звернення: 17.11.2022)

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ: СЬОГОДЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ

Економічний розвиток країни є однією з основних вимог для перспективного розвитку державної політики, а також основою підвищення рівня добробуту населення. Наша держава повинна зробити значний крок для досягнення цієї мети, що неможливо реалізувати без низки нових інструментів, які забезпечать ефективне використання наявних ресурсів у повному обсязі, застосування нових технологій для прогресування економіко-соціального розвитку країни. До того ж, на сьогоднішній день жодній країні світу не вдалося досягти високих темпів зміцнення економіки без радикального підвищення життєвих стандартів та належних інвестицій у людський капітал. А як відомо, саме від економічного стану залежить життя кожного з нас. Тому дане питання має не тільки теоретичне, але й практичне значення.

2022 рік в майбутньому стане особливою точкою відліку для численних порівнянь в контексті економічного зростання України. Причина цього – широкомасштабна агресія росії проти України, що призведе до суттєвого падіння економічної активності вітчизняної економіки, скорочення її обсягів на третину у поточному році [1]. Такий висновок маємо від Національного банку України в оприлюдненому щоквартальному «Інфляційному звіті» (липень 2022 р.). Показники цього звіту та наступного (жовтень 2022 р.) дають можливість фахівцям будувати прогнози та рекомендації щодо відбудови зруйнованої української економіки в найближчі два-три роки.

Величезні фізичні руйнування соціально-економічної інфраструктури, тимчасова окупація низки територій кількох областей, руйнація усталених логістичних та виробничих зв'язків, стрімка вимушена масова міграція населення стали причиною зупинки третини вітчизняних підприємств, більшість з яких зруйновані вщент. А за підсумками I кварталу падіння ВВП країни становив 15,1%;

II кварталу – 39,3%. Прогноз на III та IV квартали становив по 37,5%. Річне ж падіння ВВП України прогнозувалось на рівні 33,4%. Воно прогнозовано продовжитися і в I кварталі 2023 року на 19%. З II кварталу почнеться поступове відновлення, а за результатами 2023 року очікується зростання на 5,5%, яке продовжитися і наступного 2024 року – на 4,9%.

Однак реальне життя вносить корективи і згідно жовтневого (2022) Інфляційного звіту за 2022 рік очікується падіння на 31,5% (замість прогнозованих у липні 33,4%). Змінився прогноз і на наступні роки: в 2023 році передбачається ріст на 4,0%, замість 5,5% (липень 2022), а в 2024 році на 5,2% замість 4,9% [2].

Цікавими видаються і деякі інші прогнози та передбачення різних інституцій. Так, за оперативними даними Мінекономіки України падіння ВВП становило у січні – вересні 2022 року 30%. Ситуація залишається досить складною, напруженою, але, разом з тим, контрольованою. В якості позитиву зазначається зростання обсягів транспортних перевезень, перш за все, морським транспортом (експорт агропродукції) та нарощування перевезень вантажів залізничним транспортом. Стабілізація з паливом сприяє росту автомобільних вантажів [3].

В Світовому економічному прогнозі від МВФ підтверджується прогноз падіння реального ВВП України в поточному році на рівні 35% при 30% інфляції. При цьому у звіті зазначено, що «для України всі прогнози на 2022-2027 роки, окрім прогнозів реального ВВП та споживчих цін, опущені через надзвичайно високий ступінь невизначеності. Реальний ВВП та споживчі ціни прогнозуються до 2022 року» [4]. Водночас МВФ залишив без змін липневий (2022) прогноз росту світової економіки (для довідки: у січні очікували +4,4%, а у квітні +3,6%). На 2023 рік зпрогнозовано ріст на 2,7%, а це зниження у порівнянні з попередніми оцінками (у квітні було 3,6%; у липні 2,9%).

Змінив свій прогноз і Світовий банк. Він підвищив рівень зростання ВВП України в 2023 році з 2,1% до 3,3% та покращив прогноз на поточний рік – падіння на 35%, хоча ще в червні прогнозував його на рівні 45,1% [5]. На 2024 рік прогнозується зростання ВВП на 4,1%. Відновлення економіки України спочатку буде слабким, оскільки вона підірвана значними руйнуваннями виробничих

потужностей, збитками для орних земель та великим скороченням робочої сили, пов'язаним з масовою міграцією за кордон та втратами на війні.

Таким чином відбудова зруйнованої української економіки повністю залежить від термінів продовження агресивної війни росії проти України на нашій території, від подальшого руйнування виробничих потужностей, соціально-економічної інфраструктури, житлового фонду. Саме невизначеність щодо тривалості такої ситуації стримує і відтерміновує активну відбудову зруйнованого. А враховуючи значні втрати виробничого потенціалу та людських ресурсів, наявні все ще високі безпекові ризики, темпи відновлення вітчизняної економіки у найближчі роки на рівні 5-6% на рік можуть вважатись прийнятними.

Література

1. Національний банк України. Інфляційний звіт (Липень 2022 року) - https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2022-Q3.pdf?v=4.
2. Національний банк України. Інфляційний звіт (Жовтень 2022 року) – С.43. / https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2022-Q4.pdf?v=4.
3. Присяжна Л. ВВП України за 9 місяців скоротився на 30%. - https://biz.ligazakon.net/news/214524_vvp-ukrani-za-9-msyatsv-skorotivsya-na-30
4. МВФ утримався від прогнозів для економіки України на 2023 рік // https://biz.ligazakon.net/news/214584_mvfv-utrimavsya-vd-prognozvd-dlya-ekonomki-ukrani-na-2023-rk.
5. Світовий банк очікує зростання ВВП України в 2023 році на 3,3% після падіння на 35% у 2022 році / <https://finbalance.com.ua/news/svitoviy-bank-ochiku-zrostannya-vvp-ukrani-v-2023-rotsi-na-33-pislya-padinnya-na-35-u-2022-rotsi>.

БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Сьогодні на більш високому рівні постає сприйняття питання задоволення потреб потенційних споживачів товарів і послуг, організацій бізнесу. В умовах конкурентного бізнес-середовища на перший план виходять бренд товару, бренд компанії, бренд країни.

Бренд країни – це складна психосоціальна конструкція, яка включає:

– логотип (фізичне та символічне вираження бренду) та його нематеріальні атрибути. Символ бренду (знак або логотип) дозволяє його запам'ятати і правильно інтерпретувати, тобто він асоціюється з певним місцем, набором якостей та іншими характеристиками;

– імідж території, її цінності, пов'язані з нею асоціації споживачів, їхні емоції, загальне уявлення про напрямки використання потенціалу території, культурно-історичну спадщину території, глобальну відповідальність влади області, імідж влади. [1]

Бренд став дієвим інструментом розвитку національної економіки багатьох країн, економічною стратегією підвищення їх конкурентоспроможності за рахунок збільшення експорту національної продукції, залучення інвестицій, висококваліфікованої робочої сили та високих технологій.

Велика увага приділяється внутрішнім аспектам брендингу країни – тому, як люди бачать себе всередині держави. Кожна країна має свої особливості, тому важливо визначити та посилити їх у брендингу. Більшість національних програм брендингу, як правило, повністю зосереджені на зовнішній аудиторії, використовуючи поверхневі рекламні методи, представляючи мінливі кліше про вишукану кухню та гостинність на ринку туризму. Здебільшого вони не беруть до уваги масштаб історії чи глибоку й тонку психологію національного досвіду [2].

Брендинг території у вузькому розумінні враховує змістовну і системну концепцію:

– завдяки природним, історичним, промисловим, соціокультурним та іншим особливостям території унікальний емоційно-позитивний імідж, що набув широкого розголосу;

- гарантія якісного задоволення потреб споживачів території, шляхом отримання певних переваг;

– підвищення суб'єктивного рівня та задоволення споживчої цінності території через позитивні асоціації, які заохочують і нагадують про використання території;

- найважливіший фактор конкурентних переваг і доходів району, цінний нематеріальний актив його економіки. Необхідність створення регіонального бренду обґрунтовується наступними обставинами:

- постійно зростаюча конкуренція гео- та туристичних продуктів на ринку міжнародного туризму. Туризм розвивається дуже швидкими темпами, і його роль постійно зростає. [3]

У ширшому розумінні концепція брендингу території використовується для розвитку територій як житлових, культурних та історичних центрів. Вдалий брендинг території безпосередньо впливає на створення стабільного та привабливого іміджу території, підвищення її впізнаваності; створення відчуття унікальності у споживачів; залучення туристів; подолання дефіциту ресурсів; підвищення інвестиційної привабливості; поширення регіональних ініціатив та результатів; нарощування економічного потенціалу; вступ до міжнародних організацій; підвищення престижу держави тощо.

Територіальний брендинг – досить нове явище для України, яке має великий потенціал для розвитку. Ефективний та успішний бренд відіграє значну роль у становленні та розвитку економіки, туристичної інфраструктури та культури території. Брендування території означає формування громадської думки, яка б сприяла привабливості території як житлового середовища та інвестиційного об'єкта. Такий територіальний підхід сприяє залученню органів місцевого самоврядування, тобто «продавців», до процесів, що відбуваються на інвестиційному ринку, за умов яких вони повинні зайняти конкурентну позицію та створити нішу для свого «товару».

Висновки: під час брендингу необхідно також враховувати регіональні

інтереси. Сама брендова система також має сприяти вирішенню існуючих регіональних проблем. Це не лише дає змогу створювати сильні туристичні бренди, здатні вирішувати свої місцеві стратегічні цілі, але й підвищує комерційну, інвестиційну та соціальну привабливість та імідж регіону, а також створює власний унікальний імідж, який, у свою чергу, безпосередньо впливає на розвиток багатьох галузей промисловості країни.

Література

1. Важеніна І.С. Імідж і репутація території. Регіональна економіка. Теорія і практика. 2010. № 23. С. 2– 4.
2. Парфенчук І.О. Бренд-орієнтоване управління конкурентоспроможністю підприємств у системі національного господарства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03. Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Дніпро, 2017. 20 с.
3. Анхольт С. Брендинг: дорога к світового ринку. К: Омега. 2011. 270 с.
4. Економічна енциклопедія. К. : Вид. центр «Академія», 2000. 814 с.

АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ ПОДОЛАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Наслідком Covid-19 стало значне падіння ділової активності в багатьох країнах світу. Четвертний квартал 2021 р. став піковим в енергетичній сфері та, враховуючи військову агресію проти України на весні 2022 р., це призвело до глобальної енергетичної кризи на ринках найбільших економік світу.

Відновлення економіки в її світових центрах, після Covid-19, зіткнулося з недостатньою кількістю традиційних енергетичних ресурсів (нафти, вугілля та газу) та різким підвищенням їх вартості.

Передумови виникнення енергетичної кризи в різних країнах світу виявилися однаковими. Насамперед це перевищення попиту над пропозицією, а також спроба обмежити фінансування проектів традиційних джерел енергії і, як наслідок, зниження виробничих потужностей. Ціни на газ і вугілля на світових ринках у другій половині минулого року підскочили в кілька разів.

В результаті в Європі знизили випуск продукції або зовсім призупинили роботу понад десяток найбільших заводів із виробництва добрив та компонентів з їх виготовлення. Загалом у Європі призупинено близько 40-50 % потужностей з виробництва аміаку. Ціна на азотні добрива злетіла до максимуму з 2008 р. Внаслідок чого світ став перед загрозою продовольчої безпеки.

Щоб забезпечити зростаючі глобальні потреби людства, обмеженість та політизованість ринку енергетичних ресурсів, енергетика має зазнати якісних змін за рахунок впровадження альтернативних джерел енергії.

Слід зазначити, що поряд з позитивним ефектом від застосування альтернативної енергетики є і мінуси, такі як нерівномірність та не регулярність потужності (сонячна), наявність шуму (вітряна), обмеження місць встановлення (гідроенергетика), висока вартість обладнання.

В останні десятиліття провідні країни світу прагнуть нарощувати використання поновлюваних джерел енергії. Лідерами у розвитку відновлюваної "зеленої" енергетики на сьогоднішній день є Китай, Данія, Кенія, Індія та Ісландія. Частка вітрової та сонячної енергії в світовому енергетичному балансі стабільно зростає та становить 10,7 %. Показовим є приклад Великобританії, у якій в 2020 р. вітер виробляв 25 % електроенергії країни.

Законодавство про «зелену енергетику» в Україні почало діяти з 2008 р., але на момент другої половини 2020 р. відсоткове співвідношення відновлюваних джерел енергії у загальній структурі виробництва електроенергії становило лише 8 %, що говорить про незначний розвиток у цьому напрямку.

Державі варто переглянути систему продажу електроенергії за «зеленим тарифом» і створити для підприємств, що її виробляють, необхідні, більш вигідні умови. На даному етапі вони не в змозі конкурувати з дешевшими виробництвами електроенергії, які використовують АЕС та ТЕЦ.

Скоординувати роботу всіх структур влади та виведення питання альтернативної енергетики на якісно вищий рівень дозволить створити відповідне відомство у складі виконавчих органів України.

Такий орган покликаний сприяти узгодженому та інтенсивному просуванню ідеї заміни використання природних копалин на відновлювані джерела енергетики.

До основних напрямків діяльності такого відомства можна віднести наступне.

Управління перспективним розвитком, основні завдання: розробка та планування впроваджень (за роками, обсягами) кожного виду «зеленої енергетики» (вітряної, сонячної, гідро тощо) з прив'язкою до конкретних територій та споживачів.

Управління нормативним забезпеченням, основні завдання: коригування або розробка нормативних актів з метою безперешкодного та першочергового просування «зеленої енергетики»; розробка нормативних актів у фінансовій сфері: доступних пільгових кредитів, грантів, запозичень, бюджетних коштів; розробка нормативних актів у технічній, технологічній та транспортних галузях; розробка нормативних актів, що сприяють просуванню науково-технічних розробок,

зокрема пошуку та створення нових, більш дешевих видів обладнання (вітряних агрегатів, сонячних установок тощо).

Фінансово-кредитне управління, завдання: визначення джерел фінансування для тих чи інших проектів; допомога інвесторам у розробці бізнес-планів; супровід проектів до виходу на проектну потужність; контроль за цільовим витрачанням коштів.

Управління технічним оснащенням, завдання: підбір та рекомендації щодо встановлення обладнання під конкретні проекти; розробка технічної документації; взаємодія з профільними науково-технічними інститутами; вивчення та застосування передових світових досягнень у сфері «зеленої енергетики».

Також багато міжнародних фондів пропонують підтримку та фінансування країни у сфері енергозбереження.

Розвиток сучасної цивілізації та людської життєдіяльності потребує постійного продукування енергії. Вчені перебувають на початковому шляху пошуку перспективних способів отримання, передачі та використання альтернативної енергетики.

На даному етапі, визначаючи перспективи розвитку світової енергетики необхідно дотримуватись балансу між її традиційними джерелами та альтернативними. Ці два типи енергетики зобов'язані доповнювати один одного забезпечуючи розвиток сучасної цивілізації та людської життєдіяльності.

Література

1. Кучерява І. Н., Сорокіна Н. Л. Відновлювана енергетика в Україні та світі станом на 2019 р. – початок 2020 р. Журнал «Гідроенергетика України» ISSN 1812-9277. 2020. С. 38-44.
2. Андрійчук І. В., Палійчук У. Ю. Розробка алгоритму визначення економічного потенціалу альтернативних енергоресурсів регіону. Ефективна економіка. 2017. №5. С. 24-29.
3. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text>
4. Eurostat Statistics/ Share of energy from renewable sources. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nrg_ind_ren/default/table?lang=en.

ВПЛИВ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ НА МІЖНАРОДНУ ЕКОНОМІКУ, ПРОГНОЗИ НА МАЙБУТНЄ

24 лютого назавжди змінило життя не тільки мільйонів українців, а й безпосередньо вплинуло на курс міжнародної економіки як такої. Як з'ясувалося, світова спільнота багато в чому марно покладалася на Російську Федерацію і була не готова відмовитися від співпраці з нею.

Найбільшим прикладом цього може слугувати російські газ та нафта та залежність держав Євросоюзу від них. Близько 43% газу, який споживають у ЄС, імпортується з Росії, свідчать дані «Євростату» за 2021 рік. Варто відмітити, що частка російського газу на ринку окремих країн ЄС дуже різниться. Грубо кажучи, щодалі на схід – тим більша залежність від Росії. Німеччина є найбільшим в Європі споживачем газу і купує в Росії близько 55% від обсягів свого споживання [1].

Однак на даний момент ситуація змінилася – експорт російського газу до Європи та Азії скоротився на 43% з початку 2022 року. «Газпром» призупинив поставки європейським клієнтам ще в квітні, а також припинив поставки через трубопровід "Північний потік-1" до Німеччини вже наприкінці серпня [2]. Мета таких дій – добитися від Європи послаблення накладених санкцій для подальшого експорту енергоносіїв або ж сертифікації «Північного потоку-2». Проте лідери ЄС не планують іти на такі поступки, тож на міжнародний рівень виходять два надзвичайно важливі, особливо в контексті майбутньої зими, питання: по-перше, звідки та в кого закуповувати такий необхідний газ, та, по-друге, спроможність кожної держави світу на енергонезалежність, щоб уникнути подібного шантажу з боку держав-терористів.

Ще однією великою зміною в міжнародній економіці з початку повномасштабного вторгнення Росії можна назвати проблему експорту товарів з України.

Україна була, є, і залишиться експортером з великим внеском на міжнародний ринок. Україна у 2021/2022 році (липень - червень) експортувала 61,52 мільйона тон зернових та олійних культур вартістю 22,2 мільярда доларів, зокрема, експорт кукурудзи склав 23,5 мільйона тон вартістю 5,8 мільярда доларів, соняшникової олії - 4,3 мільйона тон на 5,8 мільярда доларів, пшениці - 18,7 мільйона тон на 4,8 мільярда доларів [3]. Варто відмітити, що більшість цього зерна експортується, в першу чергу, в країни Азії та Африки: Китай, Єгипет, Іран, Пакистан, Індонезія, і т.д. Також велику частку нашого експорту становить металургійна промисловість, і заводи «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» та «Азовсталь» виробляли більшу кількість експортних товарів.

Однак з 24 лютого ситуація різко змінюється: перш за все, можливість експорту заблокована через закриті порти "Південний", "Одеса", "Миколаїв" та "Чорноморськ" в Одесі та Миколаєві. Навіть зараз, з нібито розблокуванням портів, РФ все одно намагається зашкодити експорту, то заявляючи про свій «вихід» зі зернової угоди, то регулярно обстрілюючи згадані міста. У той же час, Україна вже має замовників, і завантаженість на кілька місяців уперед. Попит неймовірно високий, бізнес багато часу приділяє пошуку нових логістичних можливостей – продукція на експорт постачається тільки до Європейського Союзу залізницею, пропускна здатність якої не може покрити відсутність морської логістики, – а експорт досі обмежений, що може загрожувати продовольчою кризою в усьому світі, не кажучи вже про голод у найбідніших країнах або таким, що перебувають у стані конфлікту, на кшталт Афганістану чи Ємену [4].

Металургійний комплекс постраждав ще більше: 30-40% підприємств знаходяться в тимчасовій окупації, більшість з них розбомблені та зазнали значних пошкоджень, масштаби яких, на жаль, зараз неможливо оцінити [4].

Все вище перелічене має неабиякий вплив на міжнародну економіку. Так як Україна не може експортувати товари на належному рівні, на ринку простежується криза – поки отримати поставки від нашої країни неможливо, треба шукати нових експортерів, домовлятися з ними, продумувати нову логістику, поки Україна «поза грою». А це все вимагає, перш за все, часу, якого немає на ринку, який постійно розвивається та знаходиться в русі – тож зараз та наступні декілька років у

економіці світу та ЄС зокрема буде спостерігатися період стагнації: економіка держав, по суті, не розвивається, а враховуючи ще й інфляцію, яка спричинена постковідним відновленням поставок у світі, та частково й повномасштабним вторгненням, можливостей для економічного розвитку у найближчому майбутньому буде не дуже багато.

Також не можна не відмітити, що деякі напрямлення на ринку, навпаки, будуть тільки актуалізуватися – наприклад, попит на зброю для посилення озброєння цілих держав. У мирний час західні країни виробляли зброю в набагато менших кількостях, тож їхні уряди хотіли скоротити дуже дороге виробництво та виготовляти зброю лише в разі потреби. Деякі види озброєння, запаси яких вже закінчуються через передання їх у якості військової допомоги Україні, більше не виробляються [5]. До того ж, можливість війни посеред центру Європи зараз не здається вже такою ж і не можливою, тож наступні декілька років ми будемо спостерігати укріплення військової потуги окремих держав та збільшення кількості військової техніки на ринку.

Отже, цей рік був непростим для світової спільноти та економіки, яка неабияк постраждала від розбомблених підприємств, знищених сільськогосподарських земель та заблокованих портів, зокрема, однак у майбутньому ситуація може й покращитися: навіть під час війни наші люди працюють над відновленням знищених закладів, а вже після її завершення, Україна, за допомогою міжнародного товариства, зможе подолати повоєнні складнощі та продовжити вносити вклад у міжнародну економіку.

Література

1. Залежність від російського газу: Європа у лещатах "Газпрому". Deutsche Welle: веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/uk/evropa-u-leshchatakh-hazpromu-a-60699928/a-60699928> (дата звернення 02.11.2022).

2. Експорт російського газу до Європи та Азії з початку року скоротився на 43% - ЗМІ. Укрінформ - Мультимедійна платформа іномовлення України: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3605422-eksport-rosijskogo-gazu-do-evropi-ta-azii-z-pocatku-roku-skorotivsa-na-43-zmi.html> (дата звернення 02.11.2022).

3. Попри війну: За рік експорт збіжжя з України зріс на чверть. Deutsche Welle: веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/uk/popry-viinu-ukraina-za-rik-na-chvert-zbilshyla-eksport-zernovykh-i-oliinykh/a-62336801> (дата звернення 02.11.2022).

4. Аграрний бізнес, металурги, ІТ, хімія та інші: як справи в гігантів української економіки. Економічна правда: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837> (дата звернення 02.11.2022).

5. У США та Європи закінчуються запаси зброї, яку можна передати Україні – CNBC. Главком: веб-сайт. URL: <https://glavcom.ua/world/world-politics/u-ssha-ta-jevropi-zakinchujutsja-zapasi-zbroji-jaku-mozhna-peredati-ukrajini-cnbc-879457.html> (дата звернення 02.11.2022).

*студентка 3-го курсу факультету психології, політології та соціології,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Вторгнення Росії на територію України призвело до великої кількості смертей, масового руйнування житла та інфраструктури та великомасштабної гуманітарної катастрофи з руйнівними економічними та соціальними наслідками. Допомоги потребує величезна кількість людей, як на окупованих територіях, територіях звільнених від окупантами, так і не окупованих, але зазнали артилерійських і бомбових обстрілів, і громадян, які виїхали за кордон. Число жертв обчислюється мільйонами [1].

Російське вторгнення в Україну стало глибоким економічним та соціальним потрясінням з часів Другої світової війни. Масштаби конфлікту з економічного погляду призведуть до довгострокового скорочення експорту продовольства з України, що призведе до зростання цін на продовольство, завдаючи шкоди нам та економічно вразливим країнам, залишаючи людей голодувати, їх кількість може зрости на значний відсоток у наступному році а із соціального погляду масові переміщення українців залишають райони активних бойових дій та переїжджають до західних регіонів країни чи за кордон, цей процес вплинув на формування та розвиток капіталу у середньостроковій та довгостроковій перспективі [2]. Тому важливо виділити основні напрямки можливої економічної та соціальної політики, такі як боротьба з кризами та підтримання соціально-економічної стабільності.

Агресивні ракетно-артилерійські обстріли міст, як частина тактики ведення бойових дій, призводить до масового руйнування житлового фонду у містах, особливо поблизу чи лінії фронту. За попередніми оцінками, на середину червня 2022 року понад 50% всього житлового фонду пошкоджено або зруйновано у 23 містах та населених пунктах. Для цього буде потрібна комплексна реконструкція міст, а не тільки реконструкція окремих будинків. Найбільше постраждав житловий фонд у таких містах, як Маріуполь, Харків, Чернігів, Сєвєродонецьк та

інші. За оцінками експертів, пошкоджено 90% житлового фонду Сєверодонецька. Водночас, через продовження активних бойових дій на території Харківської, Луганської, Донецької, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей та тимчасової окупації частини української території щодня збільшується кількість пошкоджених будівель.

Так, близько 10 мільйонів будинків були пошкоджені або зруйновані. За попередніми оцінками, вартість прямих збитків становить 36,8 млрд доларів США [3]. Що стосується міграції, то тут, за даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, з 24 лютого 2022 року з України виїхало 4 215 047 осіб. До цього, 21-23 лютого, з Донецької та Луганської областей до РФ виїхало 113 тис. осіб. Внутрішня міграція має значний вплив на розвиток капіталу та може бути важливим фактором перерозподілу ресурсів у країні. Дослідження внутрішньої міграції в Україні, проведене Міжнародною організацією з міграції в період з 9 по 16 березня, показало, що війна призвела до переміщення майже 6,48 мільйона людей - є переміщеними особами внаслідок війни - переважна більшість з них залишила свої будинки або на початку війни, або коли вона досягла їх району. Тривалість активних бойових дій визначає результат як внутрішніх, так і зовнішніх переходів. У місцях перебування переселенці мають проблеми з житлом і труднощі з пошуком роботи. [4].

Щодо економіки, то половина ВВП країни припадає на райони, де йдуть бойові дії. Щодо прогнозу Мінекономіки України, то воно оцінює втрати ВВП у 40%. Найбільше постраждали галузі, у яких віддалена робота неможлива (авіація, судноплавство та сектор послуг, орієнтованих споживача) [5].

Початкові прогнози економістів СОТ для України показують 25% скорочення ВВП порівняно з довоєнними прогнозами залежно від ступеня руйнування. Окрім щоденної втрати життєво важливих активів, в Україні спостерігається збільшення розриву платіжного балансу та зниження податкових надходжень. За оцінками МВФ, загальні потреби України у зовнішньому фінансуванні досягнуть 4,8 млрд. доларів США. Крім того, глобальний центр розвитку оцінює вартість підтримки українських біженців (житло, харчування,

медичні витрати, навчання тощо) приблизно 30 мільярдів доларів США на рік у країнах, які приймають цих біженців [6].

Отже, після того, як Україна виграє війну, її головне завдання знову відновити підприємства, інфраструктуру та робочі місця, а також повернути додому мільйони переміщених осіб. Масштабна програма допомоги у відновленні України має бути реалізована негайно, щоб після закінчення війни Україні не довелося чекати на закінчення процесу захоплення російських активів. [7] На той час український уряд та його партнери з громадянського суспільства зможуть точно оцінити грошову оцінку збитків. Статус кандидата в члени ЄС істотно вплине на довгострокові перспективи. Це стане якорем програми реконструкції та політики загалом, що зробить Україну привабливішою для бізнесу та інвестицій.

Література

1. Центр Разумкова. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. 2022. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_Gum.pdf.
2. Чалюк Ю. О. Глобальні соціально-економічні наслідки російсько-української війни. ДВНЗ «Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана». 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1224/1179>.
3. Проект Плану відновлення України. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/audit-of-war-damage.pdf>.
4. Ukraine Refugee Situation URL: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine>.
5. Мінекономіки прогнозує падіння ВВП України в I кварталі на 16%. URL: <https://mind.ua/news/20239006-minekonomiki-prognozue-padinnya-vvp-ukrayini-v-ikvartalinal6#:~:text=Міністерство%20економіки%20України%20прогнозує%20падіння,в%20яких%20неможлива%20дистанційна%20робота>.
6. New Analysis: Hosting Ukrainian Refugees Could Cost Nations Around the World an Estimated \$30 Billion. 2022. URL: <https://www.cgdev.org/article/new-analysis-hostingukrainian-refugees-could-cost-nations-around-world-estimated-30-billion>.
7. Економіка України під час війни. Центр економічної стратегії. 022. URL: https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/UKR_Економіка-України-під-час-війни.pdf.

Петрова П.О.,

*студентка 2 курсу факультету адвокатури та антикорупційної діяльності,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

ПРОБЛЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ В УКРАЇНІ

Сучасна кризова ситуація негативно вплинула на громадян України. Велика частка населення втратили роботу, а рівень безробіття досяг 35 %. [1]. Через індивідуальні проблеми (малолітніх дітей; хворих родичів за якими потрібен нагляд; втратили роботу і досі чекають виплати своєї попередньої зарплатні; взагалі переїхали до іншої країни), населення не має можливості працевлаштуватись.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило великий міграційний рух населення. Майже третина населення перемістилася до іншого міста або країни. Близько 90 % - це жінки та діти. Відповідно до аналізу Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, понад 4,2 млн українців мають статус тимчасового захисту в Європі [2].

Згідно з опитуванням [3] майже усі громадяни, що втратили роботу через війну, знаходяться у пошуку працевлаштування. Найбільше вакансій спостерігаємо у сфері продажів (касири, адміністратори, менеджери з продажу), ІТ, інтернет- і телекомунікаціях. Через те, що багато підприємств зачинилося, скоротили робочі місця або перевели працівників на пів ставки; населення мігрувало, а допомога від держави не задовольняє усіх потреб, - багато хто йде працювати не за своїм фахом, на низькооплачувальні роботи які не потребують наявності вищої освіти.

Верховною Радою був прийнятий закон, в якому зазначено спрощення процедури отримання статусу безробітного. Також роботодавцям було надано додаткові економічні стимули щодо працевлаштування внутрішньо переміщених осіб (далі - ВПО). Вони можуть отримувати допомогу по виплатах від держави в розмірі 6500 грн. Однією з ініціатив, була програма по релокації підприємств, тобто переміщення бізнесу на безпечніші території, наприклад захід країни. У травні

цього року, за участі Міністерства економіки, Державна служба зайнятості підписала договір про співпрацю та надання інформації з найбільшими платформами пошуку роботи. Вони створюють базу, яка стане єдиною з пропозиціями вакансій. Оновлення програми буде здійснюватися у реальному часовому режимі, а заповнятися Державною службою зайнятості та спеціальними агенціями. Наразі служба працює і за пів року кількість працевлаштованих досягла 160 тис.

Після 24 лютого відбулися деякі зміни в роботі служб зайнятості: зросла можливість отримати статус безробітного через портал «Дія» чи Google Forms (але для знайомства з консультантом потрібно з'явитися до центру зайнятості). ВПО були надані права на звільнення в односторонньому порядку. Також змінили критерії пошуку роботи. Нові правила поділяють його на статус безробіття до 30 днів і більше. Так, перші 30 днів особі шукають роботу, що відповідає її освіті/професії. Якщо за цей період нічого не буде виявлено, їй запропонують будь-яку роботу, яка не потребує кваліфікації чи професійної підготовки.

Розглянемо зовнішню міграцію і стан в якому знаходяться українські біженці. За статистикою більшість громадян України емігрувало до країн Європи, а саме Польщі (1,4 млн), Німеччини (0,709 млн), Чехії (0,438 млн), Італії (0,15 млн), Туреччини (0,145 млн), Румунії (0,084 млн) та інших. Більше половини тих, хто виїхав внаслідок бойових дій за кордон, становили жителі східних і південних районів країни (51,5%), причому найбільше мешканців Харкова (19%) у східному регіоні та 45% у центральному регіоні. (в т.ч. 31% мешканці Києва та Київської області), лише 4% – жителі західного регіону.[2]. Адаптуючись до умов життя, вони почали працевлаштовуватись, враховуючи навіть те, що не мають хоча б мінімальних знань мови. Всі приймаючи країни надали робочі місця. На таких відомих сайтах як Jooble, WorkUA, Robota.ua з'явилися нові вакансії за кордоном. Серед них поширені такі види робіт: пакувальник, розкладник товарів, менеджер, касир, прибиральниця в компанію або будинок тощо. Також можна спостерігати як окремі компанії надають вакансії одразу ж в магазині/ресторані. Прикладом є McDonald`s: на касі обслуговування, окремих ресторанів, знаходиться вивіска українською мовою з пропозицією вакансії для українців.

Станом на серпень 2022 р., чверть українців, що виїхали за кордон - вже влаштувалися на роботу. Експерти назвали три основні причини, чому так швидко наповнився ринок праці за кордоном. По-перше, це особисте бажання українців працевлаштуватися через їх професійні якості. По-друге, це допомога від країн, що приймають та швидко усунення будь-якого бар'єра при пошуку роботи. По-третє, це велика допомога від самих мешканців – вони прихистили у себе біженців і з радістю допомагають.

Попри позитивні зрушення у працевлаштуванні для українців маємо низку таких проблем: мовний бар'єр; страх іншого соціального оточення; в деяких випадках - дискримінація у виплатах і навантажені на працівників; вакансія значно нижчого рівня кваліфікації; необхідність догляду за дітьми; невизначеність у строку роботи (роботодавці не можуть бути захищені в тому, що робітники не покинуть їх коли закінчиться війна), оскільки тільки 7% українських біженців не планують повертатися до дому тощо [4].

Значні втрати робочої сили можуть перешкодити відбудові та розвитку України, якщо не будуть ухвалені відповідні рішення. Щоб поліпшити ситуацію в країні, маємо запропонувати декілька подальших кроків які повинні бути запровадженні урядом:

- створення нової інтегрованої програми для стимулювання самозайнятості. Програма, яка повинна бути спрямована на забезпечення прожиткового мінімуму, мінімальної заробітної плати, підтримки соціального забезпечення тощо;
- створення робочих місць, що сприятиме розвитку економіки, підвищуючи купівельну спроможність населення, та є надійним інструментом подолання бідності. Наскрізним питанням соціальної політики має стати розв'язання проблеми дефіциту робочих місць у період війни та післявоєнного відновлення;
- розробка програми для відновлення в цілому економіки. Тобто відновлення інфраструктури, передусім соціального спрямування, та житлового фонду;
- розробка нової програми для підтримки проєктів зі значними інвестиціями. Залучання не тільки внутрішніх, а й зовнішніх інвестицій.

Підводячи підсумок треба зазначити, що за умов кризового становища в якому опинилася Україна, міграція робочої сили, а також безробіття є неминучими. Держава і світ намагаються надавати необхідну допомогу. Примушена міграція підіймає рівень безробіття, що є результатом згортання роботи підприємств окремих регіонів країни зниження економічної діяльності в цілому.

Література

1. Рівень безробіття через війну стрибнув до рекордних 35% - НБУ. Економічна правда веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2022/07/29/689786/> (дата звернення: 5.10.2022).
2. Стало відомо, скільки в Європі зареєстрованих біженців з України. УНІАН веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/society/bizhenci-z-ukrajini-v-oon-nadali-informaciyu-pro-kilkist-zareyestrovanih-v-yevropi-11997690.html> (дата звернення: 5.10.2022).
3. Ольга Пищуліна, Катерина Маркевич. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації. Київ 2022. 21с.
4. Всього 7% українців не планують повертатися з-за кордону – опитування. УНІАН веб-сайт. URL: https://www.unian.ua/society/vsogo-7-ukrajinciv-ne-planuyut-povertatisya-z-za-kordonu-opituvannya-11962053.html?utm_source=unian&utm_medium=read_more_news&utm_campaign=read_more_news_in_post (дата звернення: 10.10.2022).

ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Молодь є головним компонентом нинішнього українського суспільства. Вікова категорія молоді в Україні, відповідно до Закону України «Про основні засади молодіжної політики», зазначається у коливанні від 14 до 35 років. Європою зазначене інше коливання, а саме від 15 до 30 років[1]. В сьогоденні проблема працевлаштування молоді є глобальною проблемою. Населення України скорочується зокрема через трудову міграцію молоді, а зі студентів що навчаються за кордоном на Батьківщину планує повертатися лише 7%.

Що таке саме «працевлаштування»? У більш широкому розумінні - це безпосередньо процес влаштування на будь-яку роботу, самостійно або через центр зайнятості. У вузькому розумінні - це форми трудової діяльності, які встановлюються при сприянні органів держави або недержавних організацій на основі ліцензування. Варто зазначити, основні проблеми працевлаштування, які є активними на сьогодні:

- не виконання вимог щодо укладання трудових договорів з не повнолітніми особами;
- немає гарантій щодо достатньої кількості робочих місць після закінчення ВНЗ;
- міграція молодих спеціалістів;
- немає механізму залучення молоді до праці.

Порушення прав підлітків трапляються у площині:

- умов праці;
- оплати праці;
- соціальних гарантій.

Дуже часто саме підлітки підлягають обману при реалізації праці. А саме, щодо, несплати заробітної плати, вилучення документів у підлітка. Саме тому, законодавство України встановлює трудові відносини через укладання трудового

договору в усній чи письмовій формі. Молодь до 18 років має укладати лише письмовий договір. Статтею 26 Кодексу Законів про Працю, наведено перелік осіб для яких не може бути встановлено випробувань, а саме в переліку зазначено осіб, які не досягли повноліття. Також для неповнолітніх працівників зазначена скорочена тривалість робочого часу на тиждень, яка становить 36 годин. Якщо робочий час буде перевищений зазначеного, то неповнолітній працівник має право отримати повню заробітну плату. Та вразі порушення цих прав потрібно звернутися до:

- батьків чи опікунів
- соцпрацівника чи юриста благодійного фонду, ЦСССДМ.

Серед головних проблем працевлаштування молоді можна виділити основоположну проблему, а саме працевлаштування випускників після закінчення Професійних технічних училищ та ВНЗ. Роботодавцям потрібні кваліфіковані фахівці із досвідом роботи. Тому після закінчення навчальних закладів, випускникам немає де працювати. Ця проблема поступово вирішується. Щоб працювати потрібно пройти успішне стажування на підприємстві, а саме для адаптації молоді до виробництва, підприємства впроваджують Європейські технології навчання та інші. Саме тому, це дає змогу готувати людей конкурентоспроможних на ринку праці. Та все ж таки, не всіх заохочує робота тільки після стажування, тому велика кількість молоді вдається до міграції.

Чому ж молодь прагне виїхати за кордон? Та як цьому запобігти? Молодь це активні люди, які хочуть нових вражень. У яких є можливість виїхати за кордон по безвізовому режиму, спробувати щось нове та реалізувати свої прагнення. Також важливим фактом є реалізація праці за кордоном без практичних знань та з більш реальними заробітними платами. Аби зупинити цей потік прагнень виїхати закордон, потрібно:

- додати до навчальних програм обов'язкове стажування студентів;
- проводити безкоштовні навчання, щодо пошуку роботи та складання резюме;
- заохочувати студентів до самореалізації у сфері праці;
- проводити міжнародний обмін студентами для стажування.

Отже, проблем щодо працевлаштування молоді є досить багато. Та щоб їх

вирішити потрібно плідно працювати над механізмом залучення молоді до праці саме в Україні. Потрібно віднайти та запровадити довготривалу перспективу працевлаштування аби досягти позитивних зрушень у сфері працевлаштування української молоді та побудувати нову стабільну та ефективну систему працевлаштування і розвитку людей в Україні.

Література

1. Про основні засади молодіжної політики. Закон України від 27 квітня 2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>.

БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

На сьогоднішній день проблема безробіття для України є надзвичайно актуальною, оскільки відбувається процес переходу до ринкової системи. Крім того, безробіття впливає на багато факторів, таких як економічне зростання, соціальна напруга у суспільстві і рівень життя народу. Я вважаю, що саме це питання потрібно дослідити, тому в межах теми дослідження доцільно розглянути поняття терміну безробіття та шляхи, котрі допоможуть у подоланні цього явища в наш час.

Безробіття є негативним наслідком самої природи ринку, результатом дії попиту і пропозиції. Аналіз спеціальної літератури щодо поняття «безробіття» дозволяє дійти висновку, що не існує суто одного визначення цього поняття. Безробіття – соціально-економічне явище, згідно з яким особи, які мають можливість працювати, не можуть знайти роботу, стан зайнятості частини економічно активного населення [1]. Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» безробіття трактується як соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування [2].

На жаль, зараз в нашій країні війна в якій ми боремося за нашу незалежність та територіальну цілісність. У зв'язку з цим близько третини українців зараз не мають роботи (39 % українців, які працювали до війни зараз не працюють), причому серед внутрішньо переміщених осіб ця частка майже вдвічі більша, вона складає 60%, через це на ринку зараз домінують роботодавці і бажаючих працювати більше ніж вакансій. Роботодавці відносно частіше почали пропонувати роботу в переробній промисловості, гуртовій та роздрібній торгівлі, транспортному та сільськогосподарському секторах, попри загальне зменшення вакансій у попиті серед виробничих спеціальностей водії, продавці, вантажники та різнороби.

За даними державного центру зайнятості на сьогодні в Україні 281 000 громадян, які офіційно мають статус безробітних (близько 22 000 у Дніпропетровській області, дещо менше у Харківській та Запорізькій областях, найменша ж кількість зареєстрованих безробітних у Тернопільській та Закарпатській областях та в Чернівцях 4000). Під час війни понад 200 000 громадян змогли отримати роботу повторно з тих, хто був зареєстрований у державному центрі зайнятості. Якщо особа отримує статус безробітного, тоді йому виплачується допомога у розмірі 1 800 гривень, а максимальний розмір - 9 750 гривень, який обмежується певними відсотками від мінімальної заробітної плати. Розрахунок допомоги здійснюється відповідно до кожного клієнта індивідуально, оскільки враховується попередній стаж роботи на останньому місці роботи, професійну діяльність та рівень заробітної плати, яку отримувала особа.

Як же вирішити проблему із працевлаштуванням? Можна виділити такі основні шляхи вирішення цієї проблеми, зокрема: реалізація програм зайнятості населення на різних рівнях (державний та регіональний); зниження податків для підприємств, якщо будуть збережені робочі місця; запровадження механізму захисту внутрішнього ринку праці країни; розвиток розгалуженої системи державної служби зайнятості професійної орієнтації, підвищення кваліфікації кадрів та інше; заробітна плата не повинна бути меншою за встановлений мінімальний рівень зарплати, який визначається Бюджетним кодексом України (на даний момент – 6 700 грн.); сприяння підвищенню конкурентоспроможності робочої сили за рахунок поліпшення рівня освіти по професіях, які є необхідні на ринку праці; та інше.

Підсумовуючи, можна зазначити те, що якщо реалізувати вищезазначені шляхи вирішення проблеми безробіття, тоді це може призвести до покращення ситуації зайнятості на ринку праці і це буде сприяти розвитку економічного та соціального рівня населення в Україні. Якщо судити глобально, то звісно що потрібно змінювати саму політику зайнятості і ми зможемо вивести економіку з безвихідного стану, покращити ринкові і соціальні перспективи лише в тому випадку, коли будемо активно та цілеспрямовано сприяти підвищенню рівня зайнятості населення на робочих місцях в нашій країні.

Література

1. Лисюк О. С. Безробіття як соціально-економічна проблема населення України. Зб. наук. праць ВНАУ. 2012. № 4(70). С. 48–53.
2. Про зайнятість населення: Закон України від 05.07.2012 № 5067-VI. Відомості Верховної Ради. 2013. № 24. Ст.243. RL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.

ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ ПРАЦІ

Проблема працевлаштування молоді завжди була актуальною темою, однак у зв'язку з останніми подіями на території України, а саме, агресією Росії проти нашої держави, знайти працю молоді за своєю спеціальністю стало ще складніше, адже багато підприємств припинили свою діяльність.

Відповідно до норм Конституції України - кожен має право на працю [1]. Для реалізації цього положення громадяни мають право укладати трудові договори з іноземними наймачами як на території України, так і за кордоном.

Однак, не дивлячись на задекларовані в нормативно-правових актах державою гарантії рівного працевлаштування та можливостей у виборі професії громадян, попиту на ринку праці набуває все ж таки населення, яке вже має досвід роботи у певній сфері діяльності.

Таким чином, економічні передумови не сприяють повноті реалізації її трудового потенціалу, а розбалансованість між попитом на робочу силу та її пропозицією, неузгодженість вимог роботодавців до молодого фахівця з рівнем та якістю його освіти посилюють напругу на ринку праці і в суспільстві. Саме тому, дане питання має не тільки теоретичне, але й практичне значення.

Перш за все, слід розглянути, хто саме підпадає під категорію «молодь». Так, загалом у світі вікові межі молодості коливаються в інтервалі від 13 до 35 років. У Європі молодими вважаються люди у віці від 15 до 30 років. В Україні, відповідно до Закону України "Про основні засади молодіжної політики" молодь - це громадяни віком від 14 до 35 років [2].

Наразі визначення терміну «молодь» набуває нового змісту. Адже на практиці після 30 років будь хто -- це уже доросла людина, яка одружена, має сім'ю та дітей. Однак, через зміну поглядів та стереотипів щодо створення сім'ї у певному віці, цим і ускладнюється встановлення вікового цензу поняття молоді особи. Але

в цілому межі варіюються між 14–16 роками нижня межа та між 25–35 роками верхня межа.

Сутнісні характеристики молодіжного ринку праці визначаються характеристиками молоді робочої сили.

Зокрема, ринок праці молоді характеризується:

- нестабільністю попиту та пропозиції, заснованою на невизначеності молоді;
- низькою конкурентоспроможністю молоді у порівнянні з досвідченішою старшою робочою силою;
- постійним збільшенням чисельності робочої сили, яке пов'язане з щорічним вивільненням навчальні заклади робітничої молоді;
- професійною варіативністю внаслідок професійної підготовки молоді з різноманітних спеціальностей.

Молодь більше піддається як зовнішнім, так і внутрішнім впливам на ситуацію з їх працевлаштуванням як більш продуктивна частина населення. Складається така ситуація, що в умовах нестабільності молоді працівники можуть скорочуватися з підприємств через відсутність відповідного досвіду (до 10-20%), працівники фінансових установ – через зменшення обсягів діяльності та зменшення у доходах (до 9-12%), керівники середньої ланки – за рахунок оптимізації організаційних структур суб'єктів господарювання, що пов'язано зі зниженням ділової активності (до 8-10%), працівники державного апарату - у зв'язку з оголошеним скороченням чисельності державного апарату, у тому числі в Секретаріаті на 20 % тощо.

Безробіття призводить до негативних соціально-економічних наслідків. Соціальні наслідки безробіття викликають напругу в суспільстві, оскільки безробітні є нестабільною категорією населення. Професійна дискваліфікація молоді у стані тривалого безробіття знижує її конкурентоспроможність, що спричиняє ускладнення подальшого працевлаштування, зниження якості робочої сили та продуктивності суспільного виробництва. Як наслідок, безробітна молодь менш мотивована займатися суспільно корисною працею.

Саме тому, дуже багато молодих людей до війни від'їжджали за кордон з метою працевлаштування, а зараз, в умовах військової агресії з боку Росії таке явище суттєво зросло.

Варто зазначити, що основні країни до яких їдуть працювати наші громадяни є Польща, Литва, Чехія, Словаччина, Угорщина, Німеччина та США. Дослідження наукової літератури та судової практики надало змогу зробити висновки, що у більшості випадків через нелегальне працевлаштування наших громадян, їх права за кордоном часто порушуються. Саме тому наша держава повинна докласти усіх зусиль для того, щоб наші громадяни на території інших держав не піддавались дискримінації та не були обмежені в правах за ознакою місця працевлаштування.

Таким чином, наша держава повинна створити механізми, які б забезпечували працевлаштування молоді. До таких заходів, слід віднести, наступні:

- розробляти проекти, спрямовані на фінансування активних заходів сприяння зайнятості молоді;
- проводити дослідження для визначення спеціальностей, професійних умінь і кваліфікацій, якими повинні володіти випускники;
- включити до навчальних планів обов'язкову практику студентів;
- розробити та запровадити механізм фінансової та іншої підтримки підприємств, установ та організацій, які беруть участь у реалізації цієї програми.

Отже, в Україні вирішити проблеми зайнятості молоді можливо лише шляхом цілеспрямованих, системних та злагоджених дій. Водночас держава має дбати про розвиток соціальної стабільності та захисту молоді (у міру зміни ситуації на ринку праці – коригування політики зайнятості, перегляду та уточнення законодавчої бази, своєчасного фінансування державних програм зайнятості населення), розробка системи заохочень і пільг для регіонів з низьким рівнем безробіття серед молоді.

Зрозуміло, що система заходів щодо зниження молодіжного безробіття не обмежується цим, існує багато можливостей для творчого пошуку шляхів виходу зі складної ситуації, що склалася на ринку праці, але в будь-якому разі лише комплексний підхід до вирішення проблеми дасть змогу досягти певних позитивних змін у сфері зайнятості молоді в Україні.

Література

1. Конституція України від 28 червня 1996 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Про основні засади молодіжної політики: Закон України від 27.04.2021 № 1414-IX. Відомості Верховної Ради України. 2021. № 28. Ст.233.

ОЦІНКА КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ПОПЕРЕДЖЕННЯ

У ринковій економіці України вже відбулось декілька етапів кризи. Враховуючи ситуацію, яка склалася в країні, більшість підприємств під впливом економічних чинників опинилися у кризовому стані. Тому зараз набувають актуальності заходи щодо попередження кризових явищ.

Зарубіжні вчені-економісти присвітили ряд праць, задля вивчення проблем економічної кризи. Розглянемо три підходи до прогнозування можливого банкрутства підприємства:

1. Розрахунок індексу кредитоспроможності. Перший спробував використати аналітичні коефіцієнти для прогнозування банкрутства У. Бівер. Також відома в цьому напрямку праця західного економіста Е. Альтмана, який розробив методику розрахунку індексу кредитоспроможності. Цей індекс заздалегідь розподіляє господарські суб'єкти на банкрутів і не банкрутів. [1]

2. Використання системи формалізованих і неформалізованих критеріїв.

3. Оцінка і прогнозування показників задовільності структури балансу.

В Україні сьогодні нараховується 438 державних підприємств. В державному секторі ліквідується 84 % банкрутів, 7 % - припадає на випадки банкрутства боржника, що ліквідується власником, 6 % - банкрутство відсутнього боржника, 3 % - санація боржника його керівником. Підприємства-банкрути приватного сектору економіки: понад 38 % - це банкрутство відсутнього боржника, 37% - загальна процедура банкрутства, майже 12% - банкрутство фізичних осіб - підприємців, 11% - банкрутство боржника, що ліквідовується власником, понад 1,5% - санація боржника його керівником. Зростаюча кількість підприємств-банкрутів є індикатором кризових явищ в економіці країни та в самому підприємстві. [2]

Таку ситуацію викликають:

1. Зменшення купівельної спроможності населення
2. Інфляція
3. Нестабільність фінансового ринку
4. Посилення конкуренції
5. Сезонні коливання
6. Криза окремої галузі

І найголовніша причина банкрутства підприємств у 2022 році

7. Війна

З усього цього можна зробити висновок, що задля того аби правильно вийти з кризи треба правильно зрозуміти причину самої кризи, бо причина кризи – це основа формування механізму і стратегії антикризового управління. Звісно, що для виходу з кризи, треба ще правильно обґрунтувати управлінське рішення. [3]

Кризові явища можуть виступати як і переломним моментом для компанії, так і поштовхом до її розвитку. Тому треба зосереджуватися не тільки на проблемах усунення кризи, а й уникати її. У кожної впливової компанії має бути контроль кризи, а у разі її наближення, детальний план аби швидко подолати її.

Література

1. Ковалев В.В. Методи прогнозування банкрутства: західний і вітчизняний досвід. URL: <https://buklib.net/books/28693/>.
2. Погребняк А.Ю. Напрями обґрунтування стратегії антикризового управління на промислових підприємствах. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/11554/1/40.pdf>.
3. Коваленко Л.О., Лук'яненко В.О. Оцінка кризових явищ в економіці підприємства. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/>.

Петросюк В.,

*студентка 3-го курсу факультету адвокатури та антикорупційної діяльності,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

ПЕРЕБУДОВА СТАРТАП ІНДУСТРІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стартап, як елемент стартап-індустрії, має важливе значення в розвитку будь-якої країни, так як виступає потужним двигуном сучасної економіки. Зараз, під час війни в Україні, індустрія стартапів має неабиякий вплив на економіку.

За даними опитування TechUkraine, більшість українських стартапів виявилися достатньо стійкими, щоб працювати під час війни. Влітку 2022 р. було проведено дослідження за участі TechUkraine з Українським фондом стартапів, Міністерством цифрової трансформації України, Emerging Europe, Tech Emerging Europe Advocates, Global Tech Advocates і TA Ventures, метою якого було проведення аналізу впливу війни на розвиток та функціонування вітчизняної стартап індустрії. Як довели дослідження, незважаючи на сучасні умови, ІТ-сектор показав нереальне зростання у лютому 2022 р. - показник експорту за один місяць склав 839 млн. дол. США. Звичайно компанії, які мали малий інвестиційний фонд, були змушені поставити діяльність на паузу або взагалі перестати працювати. Для компаній, що працювали в офісах постало питання з безпеки працівників та переведення роботи в онлайн формат. [1]

Є один унікальний випадок, стартап Axdraft «замість тисячі юристів», який надає послуги з автоматизації юридичних документів, втратив усі доходи з початку повномасштабної війни, але через деякий час виконали план продажів на 200 %, розширили штат, відкрили офіс у Львові та Франкфурті. Щоб досягти такого результату, засновники зробили дві речі: перше - перестали брати кошти за недешеві послуги, друге - переорієнтувались за західний ринок. [2]

Станом на червень 2022 р. в Україні було зареєстровано понад 4,5 тисячі нових підприємств, за даними онлайн-дослідження Українського фонду стартапів було зафіксовано рекорд реєстрації ФОПів. Підприємства, які реєстрували свою діяльність мали вже певну адаптованість до роботи в період воєнного стану. Деякі

діючи стартапи для виживання були змушені змінити свій напрямок. Наприклад, стартап AMW Labs головною метою якого був вплив на погоду. Ціллю стартапу було доставляти хімікати у хмари за допомогою спеціальних пристроїв та штучно створювати опади або запобігати граду. В тестовий період розробники запускали дрон у хмару, а вже після початку війни засновник разом з ДО «Аеророзвідка» почали застосовувати їх для військових операцій. Вже згодом компанія повністю адаптувала свої дрони під потреби армії. Також, такий стартап як Cargofy розробив платформу Romich для доставки гуманітарної допомоги, а також евакуації українців із небезпечних регіонів країни. [3]

На даний момент, більшість актуальних стартапів зорієнтовані на допомогу або військовим або громадянам. Це є великим плюсом, тому що такі стартапи підтримує як країна, так і населення, але водночас мало цікавить закордонних інвесторів. Також інвестори вважають, що фаундерам, які тільки на етапі брифінгу, варто звернути увагу на галузі оборонної сфери, будівництва, кібербезпеки, медицини та підтримки психічного здоров'я.

Через проблему нестачі інвестицій у воєнний час, компанія Google створила фонд підтримки українських стартапів від Google. В рамках цього фонду виділено грант у 5 млн. дол. США для близько 50 компаній, які засновані в Україні протягом 2022 р. Такі фінансові інвестиції будують фундамент для післявоєнного відновлення української економіки. Навіть у важкі часи, Україна піклується про розвиток держави, і тому з'явилася грошова підтримка стартапів «єРобота», програма містить «Гранд на стартап» - від 750 тис. до 8 млн грн. Це є перспективне рішення щодо розвитку економіки. [4]

Підтримка України багатьма країнами та відомими людьми призвели до того, що продукція «Made in Ukraine» стає з кожним днем все більш популярною. Також зараз перспективний час просувати український продукт, як на українському ринку так і на світовому. Тому, враховуючи однозначну підтримку уряду та іноземних інвесторів потрібно активізувати процес генерування нових ідей спрямованих на відновлення економіки та інфраструктури України у найближчий перспективі.

Є люди, які бачать в ситуації кризи, а є і такі, які бачать можливість для розвитку. Можливість, тому що, по-перше стала менша конкуренція, підприємства

з малою фінансовою подушкою закрились, ті, які мали можливість перенесли діяльність за кордон, а деякі поставили виробництво на паузу. Тому для людей, в яких ще до війни була ціль запатентувати свій продукт, зараз є реальна можливість зробити це з ряду причин: по-перше: держава підтримує стартапи для того, щоб економіка працювала, по-друге: менша конкуренція, по-третє: це іноземна фінансова підтримка.

Таким чином, подальший ефективний розвиток стартап-індустрії в Україні потребує забезпечення відповідної інфраструктурної стабільності та чіткої правової взаємодії зі споживачами, що можливо тільки при злагодженій співпраці уряду та бізнесу.

Література

1. Стартапи залишаються в Україні, але потребують додаткових коштів, - опитування TechUkraine URL: <https://dev.ua/news/startapy-zalyshaiutsia-v-ukraini-ale-potrebuiut-dodatkovykh-koshtiv-opytuvannia-techukraine-1660663663>.

2. Замість тисяч юристів. Як український стартап підкорив західні ринки і виріс на 200% під час війни URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/09/20/691646/>.

3. Стан українських стартапів під час війни: поради, гранти, тенденції URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/stan-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny-porady-granty-tendencziyi/>.

4. Google виділив гранти вже для 33 українських стартапів із фонду на 5 мільйонів доларів URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/08/26/690859/>.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Пошук і використання особливих, відмінних від конкурентів, методів ведення конкурентної боротьби, які можна утримувати протягом певного часу, призводить до отримання конкурентної переваги. Інші визначення конкурентних переваг включають: унікальне поєднання наявного виробництва, потенціалу підприємства, накопиченого досвіду його використання в минулому та сформованого іміджу, які сприяють виробництву конкурентоспроможної продукції і реалізація яких здатна забезпечити підприємству довгострокове виживання; виняткова цінність, якою володіє об'єкт, що дає йому перевагу над конкурентами. діяльність підприємства, безпосередньо пов'язана зі зміцненням його ринкових позицій, адаптацією видів діяльності до обраних стратегій, вибором політики взаємовідносин з конкурентами, оперативним реагуванням на зміни в конкурентному середовищі діяльності; сукупність власних і придбаних активів компанії, а також її операційних особливостей, що забезпечують їй перевагу над конкурентами та ексклюзивну експертизу в певній сфері діяльності [1].

Шляхом вибору найкращої бізнес-стратегії, яка має такі ж переваги, як і її основа, підприємство може створити конкурентні переваги [2].

Ключовою складовою загального процесу управління конкурентоспроможністю є діяльність з формування та утримання конкурентних переваг. Нижче наведені ключові стратегії, які рекомендується використовувати при створенні методики управління конкурентними перевагами:

1) Управління за цілями: стратегія, орієнтована на досягнення запланованих результатів, навіть якщо динаміка внутрішнього та зовнішнього контекстів організації накладає обмеження на обсяг та часові рамки параметрів сформульованої мети.

2) Управління за слабкими сигналами: підхід до формування та виконання управлінських рішень з метою оперативної адаптації або швидкого реагування

суб'єкта господарювання на зміни конкурентного середовища з урахуванням наявності попередньої (неповної, мінімальної) інформації, так званих слабких сигналів у режимі реального часу.

3) Управління знаннями: метод управління створенням і застосуванням знань, а також ефективним використанням інтелектуального капіталу. З огляду на таку ситуацію, закономірно впливає, що процес розвитку конкурентних переваг та управління знаннями тісно пов'язані між собою. Розвиток управління знаннями має вирішальне значення для будь-якої організації, оскільки боротьба за майбутнє "починається не з битви за частку ринку, а за інтелектуальне лідерство".

4) Управління змінами: ідея управління, яка передбачає створення систем впливу на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі шляхом превентивних дій при збереженні життєздатності організації та досягненні поставленої мети. На думку Г. Мінцберга, "стратегічне управління часто тотожне управлінню змінами". Однак дослідження свідчать, що коригування можуть мати і тактичний характер і стосуватися важливих організаційних проблем на додаток до стратегічного характеру.

5) Реінжиніринг: стратегія, яку переважна більшість експертів пов'язує з перепроєктуванням бізнес-процесів для покращення результатів діяльності.

6) Ощадне (або струнке) управління: метод, який полягає у створенні високоефективних інформаційних систем, використанні синергетичних ефектів, руйнуванні ієрархічних рівнів в організаційній структурі, інтеграції всіх учасників загального процесу через командну структуризацію управління, підвищенні якості та зниженні витрат; логістичний підхід - це філософія управління, яка застосовується через інтегроване управління низкою бізнес-процесів і процедур з метою отримання синергетичного ефекту від узгодження параметрів різних процесів, на думку багатьох вчених; створення і впровадження системи управління бізнесом, відомої як маркетинговий підхід, має на меті виявлення і врахування ринкового попиту і вимог для обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності на випуск конкурентоспроможної продукції в заздалегідь визначених обсягах і відповідно до конкретних техніко-економічних характеристик. Ресурсний підхід - це стратегія управління, яка фокусується на пошуку та найкращому використанні

сильних сторін організації, поєднуючи їх з маркетинговим підходом. таланти бізнесу [3].

7) Тотальне управління якістю: метод, який акцентує увагу на широкому і всеосяжному управлінні якістю та інтегрує багато управлінських завдань з метою підвищення якості товарів і послуг та забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до обраної стратегії конкуренції.

8) Управління взаємовідносинами з покупцями: метод, який ставить потреби клієнта в центр бізнесу. Здійснюється шляхом першочергового виявлення та передбачення нових потреб та цінностей споживачів як окремого сектору ринку, з подальшим розподілом переваг протягом тривалого партнерства.

Отже, кожна з розглянутих стратегій інноваційного менеджменту є корисною в конкретних ситуаціях, але оскільки вони мають потенціал для суттєвого вдосконалення продукції, розвитку технологічних можливостей, створення конкурентних переваг з урахуванням превентивного розвитку персоналу, то можуть забезпечити синергетичний ефект від успішного використання (поєднання) їх окремих складових при обґрунтуванні та реалізації стратегій.

Література

1. Демків І. О. Управління гнучкістю в системі конкурентних переваг підприємства. Луцьк 2011. 121 с.
2. Тарнавська Н. Зміна акцентів у формуванні конкурентних переваг. Тернопіль. 140 с.
3. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. Київ 1999. 384 с.

ЮРИДИЧНА ПІДТРИМКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

У зв'язку з інтеграцією України у світовий економічний простір аграрний сектор є однією з визначних і стратегічно важливих галузей національної економіки. Стратегічне значення аграрного сектора в економіці України зумовлене його місцем у системі виробничих відносин, потужним експортним потенціалом, вирішальним внеском у розвиток національної та світової продовольчої безпеки. [1]

Протягом багатьох років, до повномасштабного вторгнення Російської Федерації, український АПК займав лідируючі позиції серед світових експортерів. У 2021 р. 40 % від загального експорту України становила сільськогосподарська продукція. [2]

Приріст виробництва сільськогосподарської продукції в Україні у 2021 р. становив 14,4 % порівняно з попереднім роком. Сільськогосподарські підприємства за дванадцять місяців збільшили виробництво на 19,2 %, господарства населення – на 5,5 %. Виробництво продукції рослинництва зросло на 19,9 %, тваринництва – зменшилось на 4,4 %. У 2021 р. в Україні скоротилося виробництво всіх видів продукції тваринництва порівняно з відповідним періодом 2020 р. [1]

Справжнім випробуванням для аграріїв стала тотальна війна. Вторгнення в Україну призвело до руйнування процесів і логістичних ланцюгів, які розвивалися роками. Багато посівів було заміновано, деякі з них були недоступні, техніка та склади були знищені.

Нестабільна політична ситуація тягне за собою багато ризиків у діловому житті. Коливання курсу іноземної валюти через нестабільну економіку може завдати істотної шкоди компанії. Через це та багато інших факторів ціна та

капіталізація бізнесу можуть різко змінитися. Крім того, постійна відсутність стабільності призводить до високого соціального навантаження та офіційного тиску на підприємців.

Проте найголовнішим наслідком політичної нестабільності є рейдерство. Сьогодні основними методами рейдерства є шахрайство та шантаж.

Ще одна велика проблема – шахрайство. Трапляється, що підприємцям продають фіктивні ділянки та послуги. Також можуть вигадуватися неіснуючі проблеми, запрошуватися фальшиві правоохоронці та спеціалісти, яким потрібно платити.

Багато іноземних підприємців, які вирішили займатися агробізнесом в Україні, мають проблеми з кадрами. Часто трапляється, що працівники недобросовісно виконують свої обов'язки, обманюють роботодавця, а інколи навіть крадуть.

В Україні досі застаріла бюрократична система. Усі документи мають бути на паперовому носії, з мокрою печаткою та власноручним підписом. Крім того, багато процедур вимагають фізичної присутності виконавця.[3]

Для оптимального розвитку аграрного господарства в Україні важливим є якісне правове забезпечення його функціонування.

З моменту заснування сільськогосподарської компанії вся їх діяльність повинна здійснюватися відповідно до вимог законодавства без винятку. Укладання договорів купівлі-продажу готової продукції, оренда землі, виплата заробітної плати, ведення податкового обліку – все це має відбуватися в рамках законодавчого поля.

Усім керівникам доводиться стикатися з перевітками різних контролюючих органів, незаконними рішеннями та діями податкових та митних органів, обшуками та виїмками з боку правоохоронних органів, тиском банківських установ, неадекватною поведінкою контрагентів та недобросовісних конкурентів, корпоративними конфліктами. Досить часто неправильне рішення може призвести до фінансових втрат на мільйони доларів або подібних штрафів з боку уряду. Прийняття того чи іншого господарського рішення також ускладнюється великою кількістю законодавчих та нормативних актів, що регулюють аграрні

правовідносини, а також постійною зміною законодавства, що позбавляє правової визначеності ведення бізнесу.[4]

З метою запобігання виникненню подібних ситуацій рекомендується використовувати послуги юридичного аутсорсингу для абонентського юридичного обслуговування діяльності окремих сільськогосподарських підприємств та груп компаній (агроферм).

Абонентське юридичне обслуговування агробізнесу дозволить компаніям та підприємцям отримати юридичну допомогу на всіх етапах прийняття рішень, пов'язаних із поточною господарською діяльністю, тим самим забезпечуючи безпеку та запобігаючи наслідкам неправильних дій, які можуть наразити ваше підприємство на значні фінансові збитки та непотрібний стрес.

Як відомо, успіх аграрного господарства залежить від багатьох факторів. Сьогодні одним із ключових факторів успіху є створення ефективних бізнес-процесів які включають і юридичний аутсорсинг, і організацію фінансів компанії.

Література

1. Добрунік Т., Кузнєцова О. Проблеми і напрямки розвитку аграрного сектору України в умовах економічної нестабільності. Економіка та суспільство. 2022. №42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1619/1556>.
2. Агробізнес під час війни: як побудувати ефективну діяльність та на що звернути увагу URL: https://biz.ligazakon.net/news/213244_agrobznes-pd-chas-vyni-yak-pobuduvati-efektivnu-dyalnst-ta-na-shcho-zvernuti-uvagu.
3. Проблеми агробізнесу в Україні та їх вирішення URL: <https://legalaid.ua/ua/problems-agrobiznesu-v-ukrayini-ta-yih-vyrishennya/>.
4. Абонентське юридичне обслуговування агробізнесу URL: <https://winnerlex.ua/services/obslugovuvannja-agrobiznesu/abonentske-juridichne-obslugovuvannja-agrobiznesu/>.

**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ЯК МОРСЬКОЇ
ДЕРЖАВИ****Гресько Б.Ю.,***студентка 2 курсу судово-адміністративного факультету,**Національний університет «Одеська юридична академія»***ВИКЛЮЧНА (МОРСЬКА) ЕКОНОМІЧНА ЗОНА УКРАЇНИ:
ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТЕНЦІАЛУ ТА ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ**

Відповідно до статті 2 Закону України «Про виключну (морську) економічну зону України» та частини першої статті 411 Господарського кодексу України, виключною (морською) економічною зоною України є морські райони, зовні прилеглі до територіального моря України, включаючи райони навколо островів, що їй належать. Це територія шириною до 200 морських миль, відлічених від тих самих вихідних ліній, що і територіальне море України. [1, 2]

Наявність такої особливої зони забезпечує Україну суверенними правами на розвідку, розробку і збереження природних ресурсів (живих і неживих), у водах, що покривають морське дно, на морському дні та в його надрах, а також з метою управління цими ресурсами, і відносно інших видів діяльності з економічної розвідки та розробки зазначеної зони (виробництво енергії шляхом використання води, течій та вітру). Це право прибережної держави закріплено у статті 56 Конвенції ООН з морського права 1982 року. [3]

Однією з особливостей території Чорного моря в межах виключної економічної зони є їх відносно невелика глибина (до 200 метрів), завдяки чому вміст сірководню у верхніх шарах незначний, що позитивно впливає на біорізноманіття моря. Промислове значення серед 183 видів риб та інших біоресурсів мають кефаль, камбала, білуга, осетер, оселедці, ставрида, скумбрія, тунець, хамса, мідії, креветки, рапани, червоні водорості.

Так, Державне агентство меліорації та рибного господарства України повідомляє, що протягом 2021 року підприємствами рибної галузі України було виловлено приблизно 7 660 тон риби та інших водних біоресурсів у Чорному морі та 2 956 тон в Азовському, експорт яких становив близько 955 тисяч доларів. [4]

Вилов та продаж морських біоресурсів є перспективним напрямом розвитку економіки держави, однак в Україні він розвивається дуже повільно. Окрім природніх факторів, які впливають на коливання кількості популяцій риб, негативним чинником розвитку даного напрямку є катастрофічно низький рівень марикультури в нашій державі. Як зазначає Петро Кулик, заввідділом аквакультури Інституту рибного господарства та екології моря у місті Бердянськ, успішним нині є лише вирощування прісноводної ставкової риби, а культивування морської риби повністю відсутнє, існують лише спроби вирощування мідій та устриць. [5]

Шляхом вирішення цієї проблеми є заснування достатньої кількості морських акваферм (які нині відсутні в акваторії Азовського моря) та активне сприяння діяльності суб'єктів господарювання, які б займалися культивуванням морської риби в Чорному та Азовському морях. У свою чергу це потребує державної підтримки: розробки нормативно-правового забезпечення основ створення рибних ферм (оренди територій), підготовка кваліфікованих спеціалістів (проектантів, технологів) та перегляд ввізного мита на продукцію аквакультур. Йдеться насамперед про мито на корми для риби, наголошує Любомир Гайдамака, директор ферми із вирощення креветок в Миколаївській області.

Також Чорне та Азовське моря мають велике економічне значення як перспективний регіон видобутку вуглеводневої сировини, адже в акваторії цих морів лежать значні поклади корисних копалин.

Родовища вуглеводневої сировини розвідано на північно-західному шельфі, перспективні поклади газогідратів – в області халістаз та материкового схилу. Залізні, марганцеві та хромові руди зустрічаються ближче до прибережної зони. Ділянки поширення залізо-марганцевих конкрецій виявлено на шельфі та у верхній частині материкового схилу уздовж північних, західних і південних берегів Чорного моря. Родовища важких металів та титано-ільменіту знайдено на шельфі у тектонічній зоні альпійського орогенезу. Уздовж підніжжя материкового схилу

західної частини Чорного моря зустрічаються багаті урановими відкладами ділянки. Інтенсивно експлуатуються родовища будівельного піску, гравію. На мілководді невичерпними є поклади черепашнику, який можна використовувати в будівництві і для виробництва скла. Наявність грязевих вулканів вказує на активні тектонічні процеси і є ознакою нових родовищ корисних копалин.

Багатство даних ресурсів підтверджується такими фактами: експерти оцінюють запаси природного газу виключної економічної зони України в межах Чорноморського шельфу у приблизно 50 млрд м. куб, а вміст сірководню - у 40–50 млрд. тон.

Сірководень є дуже перспективним ресурсом, на який Україна має звернути увагу, адже є багато можливостей із його використання. Наприклад, він активно використовується у світі як екологічно чисте паливо, адже при згоранні виділяється водяна пара, а не вуглекислий газ, яка не несе шкоди довкіллю і повертається в «кругообіг води в природі». Крім того, водень можна ефективно використовувати в металургії, а сірку, як свідчить досвід Європи та Північної Америки, – при будівництві доріг. [6]

Видобуток корисних копалин, особливо вуглеводнів є дуже перспективним та прибутковим для економіки України, тому доцільним є збільшення кількості та темпів розробки родовищ, що є дуже капіталоемним і потребує великої кількості іноземних інвестицій (аби не допустити монополії жодної компанії), які стримуються відсутністю стабільного законодавства в цій сфері, прогнозованого фіскального навантаження та прозорості оцінки запасів Виключної економічної зони України.

Крім того, важлива транспортна магістраль простягається саме вздовж виключної економічної зони України. Серед найбільших портів Чорного моря – Одеса, Миколаїв, Херсон, Севастополь, Ізмаїл, Феодосія і Керч, Ялта, а на Азовському морі - Бердянськ і Маріуполь. Частина цих портів відіграє важливу роль не лише в транспортній системі нашої держави, а й у структурі транспортних міжнародних коридорів, що активно розвиваються.

Також можна звернути увагу і на рекреаційний потенціал прибережних територій виключної (морської) економічної зони. За оцінками експертів, із 2500

кілометрів морського узбережжя України 1600 кілометрів займають цінні пляжі. Особливе значення мають солоні озера Азовського моря та родовища лікувальних грязей морського походження. Кліматично-природні умови досить вигідні, тому варто активно сприяти розвитку туризму та курортів. [7]

Отже, якщо підсумувати все вище сказане, очевидним стає великий економічний потенціал виключної (морської) економічної зони України, особливо таких чотирьох напрямів: марикультура, розробка та видобування корисних копалин, зміцнення транспортних магістралей і розвиток туризму й рекреації в межах Зони. Для збільшення економічного потенціалу Зони потрібне в першу чергу оновлення та вдосконалення національного законодавства в цій сфері, вироблення комплексної державної політики із розвитку цих та інших напрямів, належне фінансування та залучення інвестицій.

Література

1. Закон України «Про виключну (морську) економічну зону України». Відомості Верховної Ради України, 1995. № 21. ст.152. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/162/95-вр#Text> (дата звернення: 26. 10. 2022)
2. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України, - 2003. - № 18, № 19-20, № 21-22. - ст.144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 26. 10. 2022)
3. Конвенція ООН з морського права від 10 грудня 1982 року / Конституція для океанів (UNCLOS 82): навчально-методичне посібник/[уклад. Є.В. Додін, С.А. Ковалів]; за ред. С.В. Ківалова. – О., Бібліотека журналу «Торгівельне мореплавання» (Серія: Правове регулювання торгового мореплавання). 1998. № / II. 250 с.
4. Промисловий вилов риби у українських рибалок у Чорному та Азовському морях скоротився на 25%. AgroPolit.com. 08.12.2021. URL: <https://agropolit.com/news/22623-promisloviy-vilov-ribi-u-ukrayinskih-ribalok-u-chornomu-ta-azovskomu-moryah-skorotivsya-na-25> (дата звернення: 26.10.2022)
5. Українська шаланда. Щоб їсти власну морську рибу – треба будувати рифи. Agravery – аграрне інформаційне агентство. 02.04.2021. URL:

<https://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=ukrainska-salanda-sob-isti-vlasnu-morsku-ribu-treba-buduvati-rifi> (дата звернення: 26.10.2022)

6. Волович О.О., Михайлюк О.Л. Стратегія освоєння енергетичного потенціалу Чорного і Азовського морів. Аналітична доповідь / за ред. А.О. Филипенка. Одеса: Фенікс, 2012. 70 с.

7. Загальна океанографічна характеристика Чорного та Азовського морів. UA-01. С.31-34. URL: <https://files.pca-cpa.org/pcadocs/ua-ru/04.%20UA%20Rejoinder%20Memorial/01.%20Exhibits/UA-01.pdf> (дата звернення: 26.10.2022)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ****Ковиркіна О.В.,***студент 4 курсу Інституту економіки та менеджменту,
Національний університет «Одеська політехніка»***Бандрівська В. В.,***здобувач 2-го курсу магістратури
факультету адвокатури та антикорупційної діяльності,
Національний університет «Одеська юридична академія»***РОЗВИТОК ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЛОГІСТИЧНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Посилення ролі логістики в сучасній економіці є беззаперечним. Логістика є сферою діяльності, яка швидко розвивається та відповідно потребує удосконалення системи управління, зокрема за рахунок активізації впровадження засад проектного менеджменту. З початку 60-х років минулого століття виникла необхідність пошуку ефективних шляхів створення конкурентних переваг. Клієнти та виробники почали приділяти більше уваги якості постачання товарів.

Першими практичну значимість логістики відзначили американці Пол Конверс і Питер Дракер, які назвали її потенціал останній рубіжем економії витрат і непізнаною метрикою економіки [1]. Згодом теорія та практика логістики почали активно розвиватися в усьому світі. Американські дослідники М. Портер, Д. Стік і деякі інші визначили, що логістика вийшла за межі її традиційного вузького визначення й має велике значення в стратегічному управлінні й плануванні будь-якого господарюючого суб'єкта [2].

Підвищення ефективності роботи у сфері розподілу не вимагає значних додаткових капітальних вкладень, однак дозволяє забезпечити високий рівень конкурентоспроможності постачальників за рахунок зниження витрат й у той самий час покращення характеристик постачань. Кошти, що були інвестовані у

сферу розподілу, почали впливати на положення постачальника на ринку набагато сильніше, ніж ті ж кошти, що були вкладені у сферу виробництва. У логістично організованих ланцюгах собівартість товару, що доставляється кінцевому споживачеві, виявилася нижчою за собівартості товару, що прийшов до клієнта традиційним шляхом. Ця різниця обумовлює конкурентні переваги, що залежать не від розміру інвестицій, а від уміння правильно організувати логістичний процес. Постачальники, які використовують логістику, можуть гарантувати постачання точно в строк замовленої кількості товару необхідної якості. Такі економічні агенти мають набагато більшу цінність для клієнта, ніж постачальники, які подібних гарантій надійності не забезпечують. Таким чином, конкурентоспроможність суб'єктів, що застосовують логістику, зокрема засновану на проектному підході, забезпечується за рахунок оптимізації витрат виробництва та реалізації товару, підвищення надійності і якості постачань (гарантовані строки, мінімізація втрат та браку, можливість постачання дрібними партіями тощо) [3].

Постійне підвищення вартості енергоносіїв змушує шукати методи підвищення економічності перевезень. Ефективно вирішити зазначену задачу лише за рахунок оптимізації роботи транспорту неможливо. Необхідні узгоджені дії всіх учасників логістичного процесу.

Таким чином, зростання зацікавленості у логістичних послугах обумовлюють численні чинники, основними з яких є перетворення ринку продавця на ринок покупця, забезпечення конкурентних переваг логістично організованих матеріальних систем за рахунок зниження собівартості продукції й поліпшення якості постачань, енергетична криза, науково-технічний прогрес, зокрема діджиталізації управління.

У логістичній діяльності активно використовують сучасні досягнення науково-технічного прогресу, що дозволяють оптимізувати матеріальні та інформаційні потоки, існує можливість використовувати технології, що відповідають конкретним умовам логістичних процесів. Ключове значення для розвитку логістики грає комп'ютеризація управління логістичними процесами.

Розвиток інформаційних технологій обумовив можливість здійснення моніторингу всіх фаз руху товару - від первинного джерела сировини через всі проміжні виробничі, складські й транспортні процеси до кінцевого споживача.

Таким чином, економічні агенти, що надають логістичні послуги, повинні постійно розвиватися, зокрема шляхом використання інноваційних технологій управління логістичною діяльністю, зокрема проектного підходу. Впровадження концепції проектного управління дозволить підвищити конкурентоспроможність і прибутковість бізнес-процесів окремих господарюючих суб'єктів, покращити стан національної економічної системи в цілому.

Література

1. Шандрівська О.Є. Логістичний менеджмент. Теоретичні основи : [навч.-метод. посіб.]. Львів: Львівська політехніка, 2014. 195 с.
2. Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York.: Simon and Schuster. I.
3. Окландер М.А. Логістика: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 346 с.

ЕКОНОМІЧНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ

У нестабільному бізнес-середовищі, що під впливом багатьох дестабілізуючих факторів характеризується невизначеністю, глобальними та локальними проблемами, розвиток бізнес-структури можливий лише за наявності її обґрунтованої економічної стратегії. Така стратегія потребує постійного коригування задля адаптації структури до сучасних умов, основними з яких можуть бути визначені глобалізація та регіоналізація, невідповідність тенденцій розвитку споживчого ринку та доходів, індивідуалізація товарів тощо [1].

Економічна стратегія відображає довгострокове прагнення до розвитку бізнес-структури задля досягнення її основної мети. Для реалізації економічної стратегії необхідно формування стратегічної програми та довгострокових планів. Стратегія, що розроблена з врахуванням мети, наявних ресурсів та часу, дозволяє сформувати та постійно розвивати конкурентні переваги структури.

Економічна стратегія вважається ідеальною моделлю, до якої прагне наблизитися бізнес-структура. Така модель відображає інтереси власників та «бачення» менеджерів. Однак формування та реалізація економічної моделі має відбуватися з врахуванням інтересів інших стейкхолдерів.

Вибір стратегії повинен відповідати системі критеріїв ефективності та обмежень у прийнятті раціональних управлінських рішень [2]. Процес вибору економічної стратегії має базуватися на оцінці «стартових умов» функціонування бізнес-структури та на моделюванні умов майбутньої її поведінки. При виборі стратегії не варто розглядати лише один найбільш імовірний сценарій майбутньої поведінки бізнес-структури та обмежуватися розглядом лише реально досяжної економічної стратегії. У процесі вибору має враховуватися ряд моментів:

- чи була в бізнес-структурі раніше розроблена економічна чи загальна стратегія, чи можливо необхідно починати цей процес вперше;

- система управління бізнес-структурою, зокрема організаційна, виробнича структура бізнесу;

- соціальна спрямованість структури;
- практика управління;
- корпоративна культура;
- обмежувальні фактори, зокрема наявність інвестиційної підтримки;
- наявність ризиків;
- інші фактори.

Результатом проходження ряду складних та відповідальних етапів є рекомендована економічна стратегія.

Реалізація економічної стратегії відбувається на основі безперервного обліку та аналізу взаємозв'язків і взаємозалежностей усіх складових стратегії [3].

Формування економічної стратегії організації має ґрунтуватися на базових принципах з врахуванням додаткових вимог [3], основними з яких є:

- економічна стратегія реалізується та контролюється бізнес-структурою;
- відповідає реальному та очікуваному потенціалу;
- зберігає еволюційний характер господарської діяльності;
- фокусується на ключових питаннях господарської діяльності;
- внутрішня узгодженість структурних компонентів економічної стратегії тощо.

Таким чином, економічна стратегія орієнтована на досягнення конкретної мети розвитку бізнес-структури. Вона повинна забезпечувати орієнтацію та пристосованість бізнес-структури до ринкових умов. Формування економічної стратегії має потребу в зосередженні уваги на змінах у зовнішньому середовищі та вивченні внутрішніх проблем і потенціалу бізнес-структури. Вона має бути гнучкою або такою, що може бути оптимально адаптована до умов, які швидко та/або суттєво змінюються. Реалізація економічної стратегії потребує інвестиційної підтримки за рахунок власних та/або залучених на різних умовах джерел.

Література

1. Клименко С.М. Формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням ризиків. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 343–347.

2. Погорелов Ю.С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2017. № 1. С. 76–84.

3. Кобелєв В.М., Захарченко Ю.В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. Вип. 42. С. 297–303.

КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ВІЙНИ

Виходячи зі спостережень поведінки менеджерів на підприємстві, коли відбулася критична ситуація, як виявилось не кожен готовий у цьому середовищі працювати. Для управління головним завданням стало, не тільки "впоратися із собою", а й допомогти організувати та заспокоїти своїх підлеглих. У цих випадках можна використовувати кризовий менеджмент.

Взагалі, менеджмент – це безперервний процес впливу суб'єкта управління (керівника або групи керівників) на об'єкт управління (компанію, групу або окремих людей) з метою координації та організації їхньої діяльності за допомогою сучасних технологій, принципів, методів і засобів для підвищення ефективності роботи [1].

Криза (у перекладі з латинської) — це вирішальна ситуація, поворотний момент. Саме «поворотний момент» у значенні слова «криза» вказує, що ситуацію можна змінити з руйнування на відновлення і розвиток, якщо прийняти відповідні рішення [2].

Кризовий менеджмент — це діяльність, спрямована на подолання проблем, які вже виникли, і реалізація сценаріїв для виведення проєкту з кризи [3].

Виділяється два типи кризового менеджменту:

1. Профілактичний кризовий менеджмент.
2. Надзвичайний кризовий менеджмент.

Кризовий менеджмент повинен мати навички трьох рівнів: професійний, комунікативний та особистий.

Професійний рівень навичок містить: профільну вищу освіту та магістерські програми.

Комунікативний рівень навичок містить: уміння вести переговори, уміння управляти персоналом, уміння прийняття рішень в складних умовах.

Особистий рівень навичок містить: високу стресостійкість, мислення: аналітичне, креативне, гнучке.

Особливість кризового менеджменту в тому, що ним не навчаються бути, ним стають. [4]

Кризовий менеджер має не лише розробляти план, як просувати компанію далі, а й думати про співробітників компанії, мотивувати їх, думати про їхній психологічний стан та здоров'я. Наприклад, в деяких компаніях запровадили заходи психолога, який стежив за робітниками, зробили запаси медикаментів, їжі та всього необхідного.

Також кризу для менеджерів створила світова економіка. На сьогоднішній день Україна пізнала багато економічних проблем. Прикладом цих проблем, є: НБУ прогнозував падіння ВВП України на 31,5%, рівень безробіття зростатиме до 35%, компанії та підприємства зазнали руїни. Найбільша проблема керівника – це адаптація бізнесу до нинішніх умов. Беручи до уваги ці всі економічні проблеми, управлінцю потрібно ще думати, як зробити так, щоб компанія майже не постраждала та навпаки приносила прибуток, допомагаючи економіці. [5]

Працівники можуть працювати тільки у нормальному середовищі, тому кризовий менеджер повинен для них організувати таке середовище. Також до завдань менеджера входить – діагностика себе та своєї команди. Кризовий менеджер повинен донести людям, що їхнє завдання є важливими та потрібними, захищати своїх працівників від негативу та намагатися принести позитивні емоції. Інакше вони будуть у стресовому середовищі, де не зможуть працювати.

Отже, через таку кризу, як війна, кожен менеджер опинився не у своєму звичному стані. Йому знадобилися навички та знання кризового менеджменту; знадобилися такі специфічні навички, як: розв'язувати складні питання у жорстоких, стресових умовах, швидко змінювати свій темп і темп компанії, брати на себе відповідальність за ризики.

За прогнозами, ця війна зараз переходить у затяжну фазу, що не вигідно ні країні, ні бізнесу, ні населенню.

Зараз компаніям доводиться робити те, що вони робили до війни: вирішувати різні ситуації, розглядати можливості диверсифікованої діяльності за кордоном,

обговорювати з клієнтами можливість найму в Україні, переоцінювати витрати та фінансову оптимізацію.

Також потрібно враховувати команду: прислухатися до потреб людей, до їхніх проблем та надавати їм правильні інструменти.

Війна – найбільша криза сучасності для українського бізнесу. Проте навіть з цього складного періоду можна винести унікальний досвід управління кризою, змінами у методах і процесах, комунікації на різних рівнях та ефективної роботи в надзвичайних ситуаціях.

Цей досвід обов'язково допоможе нам вийти на абсолютно новий рівень розвитку та інновацій і дозволить відбудувати Україну майбутнього.

Література

1. Кризовий менеджмент. URL: <https://cutt.ly/PBNTtaY> (дата звернення: 19.10.2022)
2. Кризовий менеджмент в умовах війни. URL: <https://cutt.ly/yBNTToRg> (дата звернення: 19.10.2022)
3. Як не втратити команду та налагодити бізнес-процеси під час війни у великій компанії? URL: <https://cutt.ly/fBNTfgI> (дата звернення: 19.10.2022)
4. Бути менеджером в умовах війни. URL: <https://cutt.ly/1BNTlEn> (дата звернення: 19.10.2022)
5. Економіка України в 2022 році. URL: <https://cutt.ly/uB3UIYS> (дата звернення: 19.10.2022)

ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Перехід людства до постіндустріального суспільства, заснованому на новому інформаційному технологічному способі виробництва та споживання, зумовив формування нового типу економіки – інноваційної економіки. Інноваційна економіка передбачає насамперед надлишок знань, різноманітних альтернативних науково обґрунтованих, нетрадиційних, нестандартних ідей та розробок [1, с. 6].

Для інноваційної економіки характерні високі темпи застосування досягнень науково-технічного прогресу. Разом з тим для інноваційної економіки все частіше характерні кризові явища в економічній, фінансовій, політичній, соціальній та інших сферах, що супроводжуються постійними змінами зовнішнього та внутрішнього середовища організацій, що значно ускладнює роботу управлінців та висуває до них принципово нові професійні вимоги [2, с.11].

Менеджер у нових умовах інноваційної економіки зобов'язаний мати поряд з високим рівнем професійних знань, навичками швидкого та ефективного прийняття нестандартних, найчастіше екстремальних, управлінських рішень в умовах невизначеності, непередбачуваності, високого ризику в гранично стислий термін за відсутності необхідної інформації та ресурсів.

Сьогодні ми можемо спостерігати як змінюється філософія менеджменту, в сторону принципів креативного, інноваційного менеджменту, а саме синергії, проєктивності, творчості, глобальності.

Отже, основною проблемою менеджменту є відсутність висококваліфікованих, креативних управлінців з нестандартним мисленням, які зможуть швидко реагувати на будь-які зміни у середовищі підприємства.

В умовах інноваційної економіки, запорукою успіху будь-якої організації є наявність стратегії – як послідовного та систематичного плану дій, який

складається з місії підприємства, довгострокових цілей, а також способів та правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів. Як показує досвід управлінців, які використовують стратегічний підхід до розвитку підприємства не так багато.

Шлях до успіху в діяльності підприємства у в умовах інноваційної економіки – це здатність до адаптації управлінських механізмів до ринкових умов, які постійно часто змінюються. Мається на увазі застосування в роботі управлінських інновацій у вигляді ланцюга взаємопов'язаних та свідомо ініційованих змін, які допоможуть підвищити конкурентоспроможність підприємства та його ефективність .

Дотримання міжнародних та національних стандартів при оцінці ефективності проектів та врахування всіх базових принципів(врахування інтересів різних учасників інноваційних проектів, заміщення, очікування, гнучкість і еластичність, клієнт-орієнтований підхід, сприяння соціально-економічному розвитку).

Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємств має проводитися відповідно до міжнародних і національних стандартів оцінки проектів та базуватися на фундаментальних і специфічних принципах (врахування інтересів різних учасників інноваційних проектів, заміщення, очікування, гнучкість і еластичність, клієнт-орієнтований підхід, сприяння соціально-економічному розвитку) [3].

На сучасних підприємствах дуже часто ще можна спостерігати, коли досі інновації фінансуються за залишковим принципом, а управління процесами інноваційного розвитку здійснюється на не системній основі. Вважаємо, що на сьогодні обов'язковим є плановий перегляд інноваційної відповідності підприємства, для вчасного реагування на будь-які зміни.

В умовах інноваційного розвитку економіки для функціонування конкурентоздатного, ефективного підприємства з кваліфікованим менеджментом, оптимізованими бізнес-процесами, високопрофесійним персоналом – необхідно постійно впроваджувати в роботу управлінські інновації та інтелектуалізацію систем сучасного менеджменту.

Література

1. Алейнікова О.В., Притула Н.М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2016. 614 с.
2. Л.І. Михайлова Інноваційний менеджмент: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 234 с.
3. Актуальні проблеми сучасного менеджменту. URL : <http://ds.knu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1944/1/%d0%90%d0%ba%d1%82%d1%83%d0%b0%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d1%96%20%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b1%d0%bb%d0%b5%d0%bc%d0%b8%20%d1%81%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%be%d0%b3%d0%be%20%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%83.pdf> (Дата звернення : 12.11.2022)

ІНВЕСТИВАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ВАЖЛИВІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ

Національна економіка, яка базується на самостійному розвитку, спричинила комплекс проблем, серед яких інвестиції в основний капітал, які відтворюють і оновлюють матеріально-технічний потенціал галузей.

Останніми роками в Україні спостерігається тенденція до зниження інвестиційної активності. Це зумовлено соціальними, організаційними та економічними факторами. Сьогодні багато підприємств очікують зниження рентабельності галузі та погіршення фінансового стану. [1]

Належне функціонування основних матеріальних активів було б адекватним для забезпечення ефективного механізму оновлення з урахуванням усіх економічних інтересів, пов'язаних з ринковими відносинами підприємств. Можна запропонувати механізм, який включає вирішення багатьох питань, таких як: оцінка ефективності інвестицій у поточне виробництво, організаційно-фінансовий комплекс управління реконструкцією та технічним переозброєнням діючих підприємств. Тому можна запропонувати нову структуру механізму оновлення інвестиційних проектів, яка охоплює інтереси власників бізнесу та орієнтує їх лише на реалізацію високоефективних проектів. [2]

Важливою є розробка аналітичної системи дослідження корпоративних інвестицій, що поєднує використання багаторічного досвіду світової економіки з урахуванням специфіки розвитку вітчизняної обліково-аналітичної теорії та практики. У сфері інвестицій розглядається можливість і доцільність спрямування ресурсів на окремі інвестиційні проекти. Зміщення акценту щодо оцінки порівняльної ефективності варіантів на оцінку економічної ефективності окремих проектів викликається слідуючими обставинами:

- визначення пріоритетів у розвитку економіки України, виходячи з яких визначено найбільш перспективні галузі та сфери капіталовкладень;
- розгалуженість підприємницької системи, до якої входять власники та акціонери, фізичні особи та підприємства, державні та приватні структури, вітчизняні та іноземні інвестори;
- індивідуалізація підходу до оцінки кожного проекту;
- надання широкого спектру інвестиційних ресурсів, що залучить будь-якого інвестора до реалізації проекту.

Це стосується кредиту, випуску цінних паперів, фінансового лізингу тощо [3]

Сьогодні західних інвесторів більше цікавить ефективність і прибутковість проекту, ніж ціна. За відсутності власних коштів можливе залучення необмеженої кількості зовнішніх коштів за відповідну плату.

Негативну роль на вітчизняному інвестиційному ринку відіграє обмеженість можливостей залучення капіталу. Причиною цього є насамперед висока вартість кредитного капіталу, відсутність ефективного ринку цінних паперів (насамперед ринку облігацій), високий ризик, штучні перешкоди для впровадження нових, прогресивних форм інвестування.

Виходячи з цього, найскладнішою проблемою залишається пошук джерел фінансування інвестиційних проектів, реконструкції чи технічного переозброєння діючих підприємств. У структурі названих джерел найбільшу питому вагу (70-80%) займає гарантійний капітал, мала частка зачеплених джерел зумовлена високими банківськими відсотками та мізерним бюджетним фінансуванням.

Для того, щоб зробити будь-який інвестиційний проект привабливим, рекомендується враховувати: суму витрат - суму інвестиційного проекту; інвестиційні вигоди - дохід, прибуток; грошовий потік, соціальний вплив; життєвий цикл - період, протягом якого інвестиційний проект забезпечує дохід або інші вигоди; - ліквідаційна вартість - очікуваний дохід від ліквідації наприкінці строку корисного використання об'єкта. [4]

Розвиток національної економіки неможливий без пошуку надійних і стабільних джерел інвестування, активізації інвестування та сприятливого інвестиційного середовища. Накопичений досвід доводить, що напрямок

інвестицій у реконструкцію та технічне переоснащення діючих підприємств є одним із напрямків економічного розвитку.

Таким чином у результаті таких інвестицій збільшується обсяг виробництва, без розширення виробничих площин в цілому, знижується собівартість продукції, збільшуються питомі капітальні вкладення на одиницю виробничої потужності, скорочуються терміни реконструкції і технічного переоснащення та обладнання скорочено порівняно з новим будівництвом.

Література

1. Черчик Л.М. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. Луцьк : СНУ імені Лесі Українки, 2017. 171 с.
2. Довгань Л.Є. Управління проектами: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.
3. Левицький В. Інвестиційний аналіз у фінансовому менеджменті *Гроші, фінанси та кредит*. 1, 2017. С. 141-146.
4. Колупаєв Ю.Б. Проблеми залучення інвестиційних ресурсів в економіку України. *Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід*. № 8/2018. С. 26-29.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

На сьогодні кожне підприємство розв'язує проблеми якісного управління в умовах функціонування, що постійно змінюються. Менеджмент у традиційному розумінні - це основа професійної діяльності, в якій здійснюється управління людьми. Головною метою при цьому є досягнення поставлених цілей, єднання чинників зовнішнього і внутрішнього середовища та максимізація прибутку.

Сучасний ефективний менеджмент є набагато складнішим поняттям, що включає в себе складний, інтелектуально насичений процес ухвалення рішень, під час якого виробляється ефективне рішення. Сучасний менеджмент передбачає повсюдне впровадження інновацій, управління інноваційними процесами, змінами [1, с. 62].

Невід'ємною частиною сучасного якісного менеджменту є інновації. Це не тільки технічні та технологічні розробки, а й різноманітні зміни, що сприяють поліпшенню діяльності компанії. Менеджмент в умовах інноваційного розвитку економіки - це наука, яка орієнтована на стимулювання та ефективне управління інноваційними процесами на мікро- та макрорівнях. Інноваційний менеджмент - система управління інноваціями, інноваційним процесом і відносинами, які мають місце під час упровадження інновацій. Інноваційне управління вивчає інновацію та інноваційний процес.

Менеджмент в умовах інноваційного розвитку економіки на українських підприємствах має безліч недоліків:

1. Нерозуміння, невміння та небажання слухати й допомагати вирішувати проблеми персоналу, які насправді є проблемами самої фірми;
2. Проблема якості;
3. Проблема корумпованості української економіки на всіх рівнях;
4. Проблема збільшення чисельності державних чиновників. За цієї

проблеми гостро відчувається брак професійних кадрів, особливо з числа топ-менеджерів. У цьому разі: кількість - ніяк не означає якість.

5. Проблема сучасного українського менеджменту в умовах глобалізації, тобто ми не можемо конкурувати із зарубіжними фірмами.

Тому, ґрунтуючись на принципах ефективного зарубіжного менеджменту, який застосовується за кордоном, можна рекомендувати такі необхідні поліпшення [2, с. 197]:

- постановка на перше місце не якнайшвидше отримання прибутку, а людини, тобто співробітника, починаючи від менеджера середньої ланки і закінчуючи прибиральником;
- формування вміння вирішувати проблеми, пов'язані з персоналом;
- створення сприятливого середовища для працівників і
- демонстрація того, що керівник готовий вислухати кожного співробітника і допомогти вирішити його проблеми;
- вислухати кожного співробітника і допомогти вирішити його проблеми;
- наділення людини певними знаннями, забезпечення її актуальною своєчасною, а також правдивою інформацією;
- мотивація людини до творчого мислення, креативності в роботі;
- гарантувати права співробітника на результати своєї інтелектуальної діяльності [3, с. 100];
- забезпечення прав та інтересів підприємства як економічної системи, що наділила співробітником необхідними ресурсами для здійснення креативного управління.

Усі проблеми, що виникають у процесі управління, необхідно вирішувати. При правильному формулюванні та функціонуванні механізму розв'язання проблем певну конкретну проблему можна перемогти стандартними способами, в яких би проявах ця проблема не виникала. Перерахованими вище положеннями повинен керуватися керівник українського підприємства для ефективного менеджменту та роботи свого підприємства.

Література

1. Гришко В.В. Сучасні концепції менеджменту та їх застосування в умовах

діджиталізації економіки України. *Економіка і регіон*. 2021. № 1 (80). С. 61-67.

2. Бакаєва І. Вплив міжнародного менеджменту на формування національних моделей менеджменту. *Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія "Економіка та управління"*. 2018. Вип. 21-22. Ч. 2. С. 196-200.

3. Дрогомирецька М. І. Становлення і розвиток принципів менеджменту та їхня роль у діяльності сучасних організацій. *Економічні науки. Серія "Економіка та менеджмент"* : збірник наукових праць. 2019. Випуск 9 (34). С. 95-103.

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В БІЗНЕСІ

Соціально-економічні та суспільно-політичні умови розвитку нашої держави зумовлюють попит на сильних керівників з високими моральними та інтелектуальними якостями, які мають розвинені управлінські здібності та вміння. Нагальною потребою сучасності стає всебічне вивчення умов, чинників і детермінант розвитку особистості як суб'єкта управління. Керівник, чия особистість відіграє визначальну роль у діяльності компанії, використовує різноманітні управлінські ресурси, які є основою ефективного функціонування організації. Однією із складових успішного управління організацією є особистісний імідж керівника – пріоритетний підхід для підвищення якості та ефективності управлінської діяльності.

Позитивний імідж керівника – це прояв його інтелекту та ввічливості. Загалом про ставлення керівника організації до іміджології можна судити про його моральну відповідальність як професійного керівника, діловий успіх якого безпосередньо пов'язаний з підтримкою та щирою повагою до тих, з ким він розділяє перемоги та поразки у спільній роботі.

Тому доцільно вивчити конкретну роль і місце іміджу керівника в управлінні сучасною організацією, зокрема, якими якостями, особливостями, навичками повинен володіти керівник, щоб вміло та у повній мірі використовувати кожного співробітника, що забезпечить гнучку реакцію на зовнішнє середовище та успішне керування колективом.

Імідж – це образ, який формується у свідомості людини і є невід'ємною частиною бізнесу будь-якої компанії та її керівника. Імідж керівника має багато компонентів, без яких неможливе його позитивне формування і які стосуються сфер його діяльності та особистості: 1) особистісний компонент - якості характеру, особистості, фізичні здібності; 2) соціальний компонент – освіта, стиль життя,

система цінностей, соціальний статус; 3) професійний компонент - тип керівника за стилем мислення, поведінки, його статусом у колективі; ступінь володіння методами і технологіями управління командою; наявність навичок стратегічного планування; організаційні навички; здатність до незалежної оцінки, до професійного зростання.

Інноваційність, оригінальність, креативність, швидка реакція на зміни, рішучість і динамізм у власних діях і думках тощо – ось що наразі потребує сучасна організація задля успішної діяльності [1, с.154].

Імідж являє собою складний багатофакторний соціально-психологічний феномен, образ, який проектується у зовнішньому світі та відображає особистість керівника, його трудову етику, спосіб життя, систему переконань і основні цінності.

З позицій управлінської іміджології управлінський імідж включає такі компоненти: особистісні характеристики керівника (тип особистості, психофізіологічні особливості, спосіб прийняття рішень тощо); соціальні характеристики лідера (статус лідера, модель рольової поведінки, норми та цінності, яких дотримується лідер тощо); символічне значення лідера, коли він стає символом певної ідеології, певної лінії дій.

Ґрунтуючись на вищезазначеному, припускаємо, що імідж керівника потенційно впливає на діяльність колективу, спонукає підлеглих до адекватних моделей поведінки, містить інформацію про дії керівника і позначається на процесі обміну інформацією, тим самим підвищує ефективність управління і є значущою умовою для успішної діяльності організації. Імідж керівника впливає на загальний корпоративний імідж.

Завдяки організуючому принципу в побудові управлінських відносин імідж керівника впливає на процес обміну інформацією, сприяє усуненню нестачі інформації, необхідної для прийняття рішень, тим самим підвищуючи ефективність управління [2, с.81].

Необхідно виділити дві групи іміджевих функцій: ціннісні та технологічні. Ціннісні функції іміджу орієнтовані на створення підйомної сили особистості, завдяки якій вона спілкується з людьми і досягає успіху в житті. [3, с.22].

До технологічних функцій належить соціальна адаптація, тобто швидке входження в конкретне соціальне середовище, розташування людей, встановлення та зміцнення з ними дружніх контактів. Чим помітніші в образі лідера його оригінальні характеристики, що сприяють стійкому соціальному та діловому успіху, тим колоритнішим є його особистість, яка заслуговує на особливу увагу [4].

Імідж керівника є невід'ємною частиною іміджу організації і безпосередньо впливає на ефективність її діяльності. Сучасний менеджер повинен розуміти важливість власного іміджу та його зв'язок з діяльністю організації. Тому необхідно вміти створювати і підтримувати позитивний імідж, адже лідерський імідж є умовою стабільного і довгострокового успіху бізнесу.

Цінність позитивного іміджу полягає ще й у тому, що він дає змогу збільшити різницю між собівартістю товару та продажною ціною, тобто імідж створює певну додаткову цінність для споживачів, оскільки звертається до особистості, їхньої емоційні та соціальні потреби. Тому позитивний імідж організації створює додаткову вартість, що дозволяє їй отримати перевагу над конкурентами. [5]

Позитивний імідж організації забезпечує прихильне ставлення населення в кризових ситуаціях. Дотримання стандартів соціальної відповідальності робить зовнішнє середовище більш сприятливим для організації. Таким чином, в сучасних умовах імідж організації, який створює додаткову цінність для суб'єктів взаємодії, стає одним із найважливіших елементів конкурентної переваги, що може забезпечити досягнення стратегічних цілей організації в довгостроковій перспективі. [5]

Зрозуміло, що ця складова конкурентної переваги потребує грамотного управління. Всі елементи іміджу, які впливають на сприйняття людей протягом тривалого часу, повинні бути застосовані самою організацією, а якщо ні, то відсутній елемент буде замінений масовою свідомістю людей за певними стереотипами, що може сформувати перешкоди для подальшої роботи над створенням гарного іміджу. Ефективне управління іміджем організації дозволяє впливати на хід реальних подій і сприяє досягненню довгострокових цілей організації.

Таким чином, імідж керівника є критерієм оцінки ефективності управлінської діяльності, важливою частиною іміджу організації та є базою для створення конкурентної переваги організації. Наразі інвестори вкладають не в ідеї, а в людей, тому привабливий особистісний імідж керівника і довіра до нього цільової аудиторії підвищить ймовірність залучення капіталу і стане запорукою створення успішного конкурентоспроможного бренду на сучасному ринку.

Література

1. Браєвська А. І. Формування успішного іміджу керівника в дистанційних умовах роботи. Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут". 2021. № 18. С.152-158.
2. Кузьменко Ю.В. Психологічні підходи до проблеми створення позитивного іміджу керівника педагогічного колективу. Вісник Національного університету оборони України. 2021. 4 (62). С.79-84.
3. Jager Jen. Business protocol: a strategy for personal success. Alpina Business Books, 2021. 344 p.
4. Воробйова Є.В. Формування іміджу сучасного менеджера. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків. 2021 URL:
<http://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2012/S20/%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%86%D0%9C%D0%86%D0%94%D0%96%D0%A3%20%D0%A1%D0%A3%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%95%D0%A0%D0%A3.pdf>.
5. Никифорова В., Кравченко В. Роль іміджу в створенні конкурентних переваг підприємства. Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. 2017. № 4. С. 69-83.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЩОДО РОЗУМІННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЯК ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У сучасному світі все більшого значення набуває емоційний інтелект людини, який включає дві складові, це особистісні та соціальні характеристики, які формують її як особистість. Сучасні умови ведення бізнесу вимагають від персоналу нових знань і талантів, тому співробітники повинні набувати нових якостей, умінь і навичок, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Вивченням питання, яке стосується розуміння емоційного інтелекту, його характеристики, основних особливостей займалась низка науковців не тільки на національній арені, а й далеко за межами нашої держави, зокрема модель емоційної компетентності Деніеля Гоулмана. На сьогодні існує низка моделей емоційного інтелекту, а саме: емоційно-інтелектуальні здібності Джона Майєра, Пітера Саловея, Девіда Карузо; некогнітивна модель емоційного інтелекту Рувена Бар-Она, двокомпонентна модель емоційного інтелекту Дмитра Люсіна.

Активне дослідження цього питання, спроби зрозуміти його природу, способи і цілі розвитку почалися в 1995 р. після опублікування книги Деніеля Гоулман. «Emotional Intelligence» («Емоційний інтелект»). Автор визначив емоційний інтелект як спосіб, метод і форму звернення людини з самим собою і оточуючими [3].

Говард Гарднер у своїй роботі «Руйнування розуму», вводить поняття множинного інтелекту. В докторській дисертації «Вивчення емоцій: розвиток емоційного інтелекту, самостійної інтеграції, які стосуються страху, болю і бажання» Уейн Пейн розвиває тему емоційного інтелекту [2].

Сучасні умови господарювання потребують нових знань і талантів персоналу, тому працівникам необхідно набувати нових якостей, здібностей і навичок щоб бути конкурентними на ринку праці. Видається за доцільне підкреслити той факт, що успіх та розвиток підприємства та економіки в цілому залежить від самої

особистості. Висока конкуренція та розвиток інформаційних технологій стимулюють потребу у використанні морального, психологічного та соціального аспекту у сфері управління персоналом. Звідси і з'являється можливість реалізовувати професійні навички, мотивування підлеглих до розвитку, допомога у становленні та самореалізації [1].

Ось тому, на нашу думку, успішний і гармонійний розвиток особистості, мотивація до нових звершень, пошук нових та альтернативних способів і методів трудової діяльності свідчить, насамперед, про формування здорової атмосфери у колективі. Такий стиль управління персоналом вимагає розвитку емоційного інтелекту людини, який є передумовою ефективної діяльності будь-якого управлінця. Ті, хто творить спільну справу, одне для одного не менш значимі, ніж сама справа.

Однією із головних задач самого управлінця є налагодження спільної роботи, наприклад, колеги приємні, або, як мінімум, цікаві один одному. Насамперед, мова йде про близькість інтересів, цінностей, світогляду. При цьому надається максимальним ефект, найкращим чином мобілізуються інтелектуальні, емоційні та фізичні ресурси членів групи, покращується можливості сприйняття, переробки інформації та прийняття оптимальних рішень, найкраще попереджаються помилкові рішення.

Виконання функцій управління персоналом – підбір персоналу, його адаптація та розвиток, розвиток організаційної культури, мотивація персоналу та інші, вимагають від менеджера з персоналу «еталонної» поведінки. Він має бути прикладом як для персоналу, так і для керівників організації.

На сучасному етапі менеджер з персоналу є не тільки ефективним регулятором управлінської діяльності, а й невід'ємною частиною самого процесу управління. Ефективність управлінського процесу значною мірою визначається розумовими здібностями менеджера та вмінням застосовувати емоційний інтелект. У той же час заходи щодо розвитку емоційної компетентності співробітників повинні зосереджуватися на чотирьох компонентах EQ: самосвідомості, самоменеджменті, емпатії та соціальних навичках. Таким чином, успішна реалізація стратегії емоційної компетентності включає розуміння мети діяльності компанії, знання

емоційної компетентності співробітників, розвиток лідерських якостей персоналу та створення умов, необхідних для управління менеджерами, що, в свою чергу, є успіхом. всієї компанії.

Література

1. Щетініна Л. В., Рудакова С. Г., Заєць А. І. Емоційний інтелект в управлінні персоналом: підходи до розуміння та його розвиток. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-3_0-pages385_393.pdf.

2. 4 складові емоційного інтелекту і чому він важливий: <https://kfund-media.com/azbuka-emotsijnogo-intelektu-4-osnovni-skladovi/>.

3. «Емоційний інтелект» Деніела Гоулмана: 10 ідей з книги: <https://blog.yakaboo.ua/emocijnyj-intelekt-goulmana/>.

4. Рекун Г.П. Емоційне лідерство в системі управління персоналом: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/117.pdf.

*4 курсу факультету адвокатури та антикорупційної діяльності,
Національний університет «Одеська юридична академія»*

ГРЕЙДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Основними елементами системи управління персоналом є цілі, завдання, принципи, методи та процеси управління персоналом. Особливе місце в системі управління персоналом займають методи - способи впливу на колектив або окремого працівника для досягнення поставленої мети, координація його діяльності в процесі виробництва.

У той самий час, будь-який спосіб впливу, певна сукупність операцій та процедур у процесі формування і реалізації трудового потенціалу визначають технологію управління персоналом. При цьому під технологією управління персоналом розуміється сукупність прийомів, способів, форм і методів впливу на персонал у процесі його найму, використання, розвитку та звільнення з метою отримання найкращих результатів трудової діяльності [1, с. 391].

Дослідженням грейдингу займалась низка науковців, а саме: О. Давидова, В.Ю. Догадіна, І.Ю. Гришова, І.Є. Ковтуна, В.Ю. Лисака та О.Н. Комарніцький, А.В. Лобза та Н.О. Черниш, М.В. Руденко, М.І. Симочко. Однак все ж існує низка питань, які потребують уточнення та детального вивчення. Саме тому особливої актуальності набуває дослідження питання грейдингу, як однієї із найперспективніших інноваційних технологій.

Система грейдів вперше з'явилася півстоліття тому в США на замовлення держструктур, які хотіли розібратися, скільки треба платити чиновнику одного професійного рівня, але виконуючим різну роботу.

У результаті було розроблено універсальну систему, яка враховувала низку факторів, які можна назвати компенсаційними факторами, оскільки від них залежала матеріальна компенсація певної посади. Це такі фактори, як рівень відповідальності, досвід, знання та навички, результативність діяльності та інші [2].

Автором цієї методики є американський вчений Едвард Хей. Система була винайдена компанією Hay Group, яку згодом поглинула консалтингова компанія Korn Ferry. Саме тому особливої актуальності набуває дослідження питання грейдингу, як однієї із найперспективніших інноваційних технологій, які стосуються стимулювання працівників [3, с. 29].

Однією з інноваційних технологій формування диференційованої системи винагороди працівників за трудові зусилля є технологія грейдингу. Грейдинг (від англ. Grading) - класифікація, сортування, складання. Грейд (від англ. Grade) - ступінь, ранг, звання, рівень; класифікувати, сортувати. Традиційна система рейтингу створена для побудови механізму стимулювання та базується на оцінці складності роботи на різних посадах. Він розглядається як процедура ранжування посад з метою їхнього групування відповідно до важливості організації.

За допомогою грейдингу забезпечується порівняння внутрішньої значимості посади для організації з її значимістю на ринку. Таким чином, грейдингова технологія здійснює не лише розподіл посад за значимістю для організації, встановлення грейдів та їх ціноутворення, а й регулювання меж грейдів та тарифів відповідно до ринкового рівня оплати праці [4].

Завдання грейдингу передбачають систематизацію посад, стандартизацію оплати праці та, як наслідок, підвищення мотивації працівників. Впровадження грейд-системи сприяє досягненню цілей організації, реалізації її стратегічних орієнтирів, залучення та утримання необхідних співробітників, максимальної віддачі від інвестицій у людський капітал. Грейдова сітка носить суто індивідуальний характер і відображає особливості організації відносно конкретної організації. Ця сітка введена на рівень корпоративної політики, а готовність до її запровадження залежить від рівня забезпеченості організації фінансовими, інформаційними, людськими та іншими ресурсами [5].

Грейдинг посад невіддільний від рейтингу працівників. Технологія грейдингу полягає у послідовному дотриманні наступних етапів: розподіл посад за важливістю на підприємстві; визначення оцінок; дослідження ринкового рівня оплати праці; встановлення розмірів посадових окладів.

Досліджувана технологія може бути застосована для вдосконалення оплати праці керівного персоналу шляхом побудови адекватної тарифної системи на основі врахування специфіки діяльності керівників різних функціональних груп, рівнів управління та досягнення прямої залежності між розміром трудового внеску працівника і підвищення продуктивності виробництва та його оплати праці [6].

Отже, грейдинг - це метод формування універсальної ієрархії посад (рангів) для всіх працівників організації; система оцінювання, що дозволяє встановити належне винагородження персоналу на засадах відповідної цінності для організації різних ділянок роботи (посад) і особистої цінності працівника.

Звідси, вважаємо, що цей метод є найефективнішим. Головною перевагою є те, що персонал перебуває у постійному розвитку: підвищує рівень своєї кваліфікації, набуває нових знань, удосконалює навички, недолік – внутрішні конфлікти між персоналом з однієї ієрархії через різну заробітну плату. Такий підхід позитивно впливає на розвиток всієї компанії та вдосконалює її структуру.

Таким чином, система спрямована на фінансове стимулювання співробітників, їхнє залучення, мотивацію та утримання, а не на разові заохочення.

Література

1. Третьяк О. П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.4. С. 389-397.
2. Леонова С.В. Роль внутрішнього маркетингу у розвитку кадрової функції промислового підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16782/1/149-Leonova243-244.pdf>.
3. Жуковська, А. Ю. Діючі технології та перспективні методики планування професійної кар'єри публічних службовців. *Український журнал прикладної економіки*. 2017. Том 2. № 4. С. 27-36.
4. Данилюк В.М. Грейдинг у системі управління персоналом. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_3/pdf/070-073.pdf.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІТ-КОМПАНІЯХ

Сучасні компанії стали приділяти значну увагу питанням управління роботою своїх співробітників, що пов'язано з соціально-економічними проблемами, які накопичилися у соціумі та виражаються через незадоволеність зайнятих роботою, відсутністю кар'єрного росту, низькою оплатою праці. Питання ефективного управління персоналом актуальні для всіх компаній, у тому числі у сфері ІТ, оскільки під час їхньої діяльності доводиться долати вагомі організаційні, психологічні та соціальні проблеми.

Значний внесок у дослідження процесів розвитку управління людськими ресурсами у галузі ІТ внесли: Г.А. Дмитренко, В.О. Фремут, Г. Рааб, А. Шегда, В. Калінін. Однак у сучасному динамічному суспільстві повсякчас з'являються все нові методи управління персоналом (у тому числі й ІТ-компаніях), які потребують подальших досліджень.

Система матеріального стимулювання була і є потужним інструментом управління результатами, яких досягли працівники ІТ-компанії. Сучасна система матеріального стимулювання повинна базуватися на системі грейдів. Підхід грейдингування вперше запропонував Е. Хей. Грейдинг, який визначив розуміння даного поняття, як «процедуру або систему процедур з оцінювання та ранжування посад, результатом чого є розподілення посад за групами, відповідно до їхньої цінності для компанії» [2,с. 55].

На думку А. Гончаренка грейд - це група посад, котрі мають однакову цінність для ІТ-компанії. Кількість грейдів може бути від 5-7 до 20 залежно від розміру ІТ-компанії. Кожному грейду відповідає певний рівень окладу, або «вилка окладів», що може з часом переглядатися, але сама система грейдів залишатиметься незмінною [2, с. 56].

Сучасні ІТ-компанії досить активно використовують розглянуті методи управління персоналом. Наприклад, ІТ-компанія SoftServe є однією з найбільших в Україні. Її представництва працюють у Києві, Харкові, Дніпрі, Вінниці, Одесі, Чернівцях. Керівництво SoftServe в управлінні персоналом активно використовує метод грейдингування. Оплата праці та професійні обов'язки між співробітниками є чітко розподіленими. Даний метод управління стимулює кожного співробітника досягати більших результатів та рухатися «кар'єрною драбиною».

Також варто виокремити ще один з методів, який підвищує самооцінку кожного окремого співробітника та надає можливість впливати на діяльність ІТ-компанії – є метод творчих нарад. Він передбачає обговорення напрямів розвитку системи управління персоналом групою спеціалістів і керівників за участі підлеглих. Ефективність даного методу полягає в тому, що ідея, яка висловлена однією людиною, викликає у інших учасників обговорення нові ідеї, а ті в свою чергу породжують наступні ідеї, в результаті чого є потік нових ідей. Його мета – виявити багато варіантів напрямків вдосконалення системи управління персоналом ІТ-компанії [1, с. 73]. Використання даного методу об'єднує колектив, надає можливість кожному співробітнику приймати участь у творчому процесі пошуку ідей розвитку компанії. Метод творчих нарад також сприяє пошуку найбільш креативних та нестандартних ідей для розвитку ІТ-компанії.

Досить ефективним методом управління колективом ІТ-компанії є морфологічний аналіз. Він є засобом вивчення комбінацій варіантів організаційних рішень, пропонованих для здійснення окремих функцій управління персоналом. Його ідея полягає в тому, щоб складне завдання розбити на дрібні підзадачі, які легше вирішувати окремо. При цьому передбачається, що рішення складного завдання складається з рішень підзадач [1, с. 78]. Цей метод є досить ефективним у вирішенні великих та багатоаспектних проблем. Знайти єдине складне рішення набагато простіше, попередньо розбивши його на декілька невеликих та простих рішень.

Найбільш ефективні зміни системи управління персоналом досягаються в тому випадку, коли застосовується система методів у комплексі, що дозволяє

поглянути на об'єкт удосконалювання з усіх боків та допомагає уникнути прорахунків

Отже, впровадження досліджених систем мотивації та оцінювання працівників сприяє підвищенню ефективності управління персоналом, що впливає на ефективність роботи ІТ-компанії. Ці методи є найбільш ефективними, оскільки вони допомагають отримати найбільш оптимальний результат з мінімальним використанням часових, людських та фінансових ресурсів.

Найбільший вплив на результативність використання цих методів справляє особистість керівника ІТ-компанії. Адже саме від його особистості, психологічних навиків, досвіду управління та уміння спілкуватися з підлеглими залежить ефективність кожного розглянутого методу управління співробітниками ІТ-компанії окремо та їх всіх у комплексі.

Література

1. Болквадзе Н., Гетьман Т. Сучасні методи мотивації персоналу ІТ-компанії. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. № 22. С. 72-83.
2. Гончаренко А. Грейдуйоровання шкала. *Бізнес*. 2018. №49 (672). С. 55-56.

МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день, підприємницька діяльність займає провідне місце в ринковій економіці. Відповідно до зазначеного в ст. 1 Закону України “Про підприємництво” визначення, підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. [1]

Таким чином, на підприємницьку діяльність покладається важливе для суспільства завдання, яке полягає в наповненні ринку різноманітними товарами та послугами, що мають попит на ньому. Також, окрім забезпечення потреб громадян, такий вид діяльності сприяє розвитку державної економіки загалом, адже в ході здійснення підприємництва підвищується активність конкуренції на ринку, що в кінцевому результаті призводить до розвитку та вдосконалення ринкових відносин в державі.

Проте, варто зазначити, що ефективність реалізації цілей підприємством залежить не лише від належної економічної діяльності, але й значною мірою від внутрішнього узгодженого управління як безпосередньо виробництвом, так і колективом фахівців, які його здійснюють. Таким важливим компонентом, що здатний забезпечити перспективний розвиток підприємницької діяльності, виступає менеджмент.

Питання менеджменту займає пріоритетне місце в сучасній ринковій економіці, зокрема це стосується підприємницької діяльності. Нині у світі існує понад п'ятдесят визначень поняття «менеджмент». В його основі лежить англійське дієслово «to manage» – керувати, яке, в свою чергу, походить від латинського слова «manus» – рука. Під цим поняттям слід розуміти

цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей. [2, с. 8]

Досить часто дане поняття ототожнюють з терміном “управління”, проте це є не зовсім правильним, адже поняття “менеджмент” є дещо вузючою, порівняно з поняттям “управління”, категорією, що передбачає управління саме господарською діяльністю.

Метою такого різновиду управління є покращення результативності підприємницької діяльності, враховуючи як цілі його власників, так і стратегію розвитку цього підприємства.

На сьогодні в виробничій сфері можна виокремити наступні складові елементи менеджменту: фінансовий менеджмент, кадровий менеджмент, інвестиційний менеджмент, маркетинговий менеджмент, інноваційний менеджмент, операційний менеджмент, логістичний менеджмент тощо.

Управління підприємством являє собою постійний і системний вплив на діяльність його структур для забезпечення узгодженої роботи й досягнення кінцевого позитивного результату.[3, с.404]

Важливо зазначити, що в сучасних ринкових відносинах застосування засобів, методів та форм менеджменту є важливою складовою для здійснення управління підприємницькою діяльністю. Управління виробництвом продукції сьогодні являє собою складну структуру, яка складається із ряду відносно самостійних, але взаємопов'язаних між собою більш простих видів управлінської праці, які називаються функціями управління. [4] Серед таких функцій можна виокремити, зокрема: забезпечення виробничої діяльності всіма необхідними для неї інструментами; стандартизацію виробів; покращення організації виробництва, праці та управління; контролювання за якістю продукції, фінансами, бухгалтерським обліком; здійснення ефективного та оперативного планування виробництвом тощо. Відповідно до такої управлінської діяльності, належне виконання кожної з цих зазначених функцій наближає підприємство до досягнення ним своїх цілей.

Отже, менеджмент є важливим елементом для продуктивного функціонування будь-якого підприємства, що забезпечує його існування та утвердження на ринку.

Здійснюючи належний контроль, організацію та планування, підприємству значно швидше вдасться досягти поставлених перед собою цілей, підвищити ефективність виробництва, а також збільшити прибутки, порівняно з його конкурентами.

Особливо актуальність впровадження управлінських знань в господарську діяльність посилилася з розвитком ринкових відносин. Відповідно до сучасних економічних викликів, що пов'язані з ускладненням ринкових відносин та посиленням конкуренції, перед керівниками підприємств постає нагальна потреба у вмінні розробляти ефективну стратегію подальшого розвитку свого підприємства, що базується, насамперед, на здійсненні належного управління його діяльністю.

Література

1. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 № 698-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>.
2. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с.
3. Рогач С. М., Гуцул Т. А., Ткачук В. А. та ін. Економіка і підприємництво, менеджмент: Навчальний посібник.- 2-ге вид., стереотипне. Київ: ЦП «Компринт», 2018. 722 с.
4. Тирпак І.В., Тирпак В.І., Жуков С.А. Основи економіки та організації підприємства: Навч. пос. К.: Кондор, 2012. 270 с.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Зміни у світовій економіці вимагають змін або розробки нових теорій для ефективного управління економікою. Розглядаючи менеджмент як один із основних засобів забезпечення сталого розвитку ринкової економіки, постає питання про доцільність дослідження тенденцій розвитку вітчизняного менеджменту в Україні на фоні глобальної нестабільності та своєчасності.

У результаті аналізу думок науковців щодо ситуації у вітчизняному менеджменті виявлено проблему значного відставання рівня українського менеджменту від західного. При цьому необхідно враховувати той факт, що Україна є країною, яка не має такого досвіду, як, наприклад, США з більш ніж столітньою історією становлення та розвитку менеджменту. Історію українського менеджменту почали розглядати лише з початком формування корпоративного сектору економіки, тобто з 1992 року. У перші роки незалежності в Україні відбувався процес приватизації, створення нормативно-правової бази, тому перед бізнесом постало питання швидкої адаптації до нових ринкових реалій і, як наслідок, формування нового типу менеджерів. хто міг би керувати бізнесом за таких обставин. А сьогодні, в період військової агресії – усі питання, проблеми та перспективи розвитку сучасного менеджменту є для бізнесу ще вкрай важливими та найсучаснішими.

Український бізнес націлений на отримання прибутку. На жаль, економічне становище нашої країни породжує одержимість грошима та брак творчого мислення. Звісно, є менеджери, які, хоч і в межах своїх можливостей, але намагаються вдосконалювати свої методи управління. Тому важливо навчати менеджерів, застосовувати нові методи навчання менеджменту, підвищувати кваліфікацію керівників вищої ланки. Причиною цього є те, що освіта та знання керівників галузі сьогодні в середньому нижчі, ніж рівень знань їхніх підлеглих, які переважно мають професійну кваліфікацію.

Орієнтація на прибуток породжує ще одну проблему – ігнорування інтересів споживачів. Наша країна ще не досягла максимальної клієнтоорієнтованості. Наше головне завдання на даному етапі розвитку – вижити за всяку ціну. Слід пам'ятати, що вижити можна тільки завдяки клієнтам, тому що в кінцевому підсумку бізнес існує для клієнтів, а не для керівництва. При дотриманні цього правила збагачення буде логічним наслідком такої діяльності, яка служить інтересам споживача.

Ще одне важливе питання – конкуренція. Ми бачимо, як цілі галузі ускладнюються, тому що люди знищують одне одного і не знають, як працювати разом. Особливо, якщо в галузі висока конкуренція. Сама концепція конкуренції є жорсткою і передбачає виграш за рахунок іншого, але в конкуренції можливий варіант «я виграю – інший виграє». Це явище продиктовано егоцентризмом, нарцисизмом. Більшість керівників переконані, що тільки вони знають, як правильно діяти, і ні в якому разі не погоджуються з чужою думкою. Такі бізнесмени не будуть думати про людей, які розвивають свій бізнес, а прагнутимуть контролювати максимальну кількість процесів у бізнесі. Їхня точка зору типова: якщо в компанії відбуваються невдачі, то винні співробітники, а якщо успіх є, то він став можливим завдяки особистим зусиллям керівника. Ще одним недоліком і пережитком минулого є недосконалість організаційних структур, відсутність чіткої структури управління компанією, низька гнучкість організаційних структур, формалізована ієрархія, відсутність чітких посадових обов'язків, формалізація функціональних та інформаційних зв'язків усередині компанії. Компанія має занадто глибокі вертикальні зв'язки (багато рівнів підпорядкування без встановлення горизонтальних інформаційних зв'язків між нижчими рівнями різних гілок). Наслідком цього є невиправдана бюрократизація компанії, коли всі рішення приймаються на вищому рівні; відсутність чітких посадових обов'язків, формалізації функціональних та інформаційних зв'язків на підприємстві; надання керівникам недостатньої та передчасної якісної інформації для прийняття управлінських рішень.

Вирішення існуючих проблем управління в Україні вимагає використання системних механізмів національного рівня. Одним із основних елементів такого механізму є побудова національної системи стандартів управлінської діяльності.

Широкому застосуванню сучасних методів управління і, насамперед, усвідомленню підприємцями причин власних проблем сприяють «круглі столи», організовані із залученням провідних спеціалістів. Необхідна певна зміна пріоритетів і з боку держави. Так дуже допомагає цифровізація. Зокрема платформа «Дія». Підготовка менеджерів до сучасного становища бізнесу ускорює ще і нашу перемогу.

Література

1. Алієв Г. Перспективи розвитку менеджменту в Україні. URL : <http://kerivnyk.info/2012/03/aliev.html>.
2. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. Київ : Основи, 2001. 349 с.
3. Колесніков Г. Вплив ментальності українського народу на політико-економічні процеси в суспільстві. *Проблеми педагогічних технологій* : збірн. наук. праць. Луцьк : 2000. №2. С. 13-20.
4. Колесніков Г. Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту. *Вісник Тернопільської академії народного господарства*. 2002. №7/4. С.23-26.
5. Сторожилова У.Л. Розвиток сучасного менеджменту в Україні. URL : <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/EUPMG/2013/EUPMG413/Storozhil.pdf>

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ВПЛИВОМ НЕСТАБІЛЬНИХ ЗОВНІШНІХ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ

В умовах кризи, що призводить до нестабільної діяльності підприємства, та загальній невизначеності в усіх галузях економіки гостро постає питання переходу управління на якісно новий рівень, пошуку та впровадження маркетингових інструментів, які сприятимуть швидкому виходу з кризи при найменших втратах.

Криза спричинена пандемією у 2019 році та воєнний конфлікт на території України створили жорсткі умови функціонування бізнесу. Підприємцям потрібно бути готовим до швидкого реагування щодо потреб та поведінки споживачів для подальшого ведення свого бізнесу [1, с. 323].

Економіка України в 2022 році в дуже скрутному становищі. Згідно з прогнозом Світового банку, ВВП України за підсумками може впасти на 45,1%, порівняно з попереднім роком. Серед причин падіння економіки: не працює понад половина підприємств, закрито чорноморське судноплавство з України, що призвело до скорочення приблизно 50% загального експорту країни. У багатьох областях війна унеможливила економічну діяльність. До того ж суттєво збільшився показник бідності населення [3].

В умовах нестабільного ринку розробка маркетингової стратегії підприємства повинна охоплювати детальний аналіз зовнішнього середовища та оцінку внутрішніх можливостей. Аналіз повинен акцентувати увагу на пошуку сильних сторін, щоб надалі максимально їх використовувати, та слабких сторін, щоб розпізнавати, аналізувати та посилювати їх. За нестабільних ринкових умов проблемою є прогнозування майбутнього стану зовнішнього середовища. Під час розроблення маркетингової стратегії на перших етапах потрібно передбачити комплекс заходів для забезпечення згладжування негативних наслідків різких ринкових змін [2, с. 469-470].

Кожен критичний момент на великому підприємстві та кризова ситуація у власників малого чи середнього бізнесу, це початкова точка для трансформації, укріплення та росту діяльності підприємства. Бізнес має рухатися і вдосконалюватися за будь-яких обставин.

Не відмова від маркетингових заходів, а грамотний перегляд та коригування маркетингової стратегії допомагають компаніям не лише залишитися на плаву, а й почати зростати, зміцнюючи лояльність існуючих клієнтів та залучаючи нових, й укріплюючи свої позиції на ринку [4].

Нестабільне зовнішнє середовище – це додаткова кількість можливостей, проте, щоб вони були дійсно дієвими потрібно оновити стратегію підприємства та створити нову маркетингову антикризову стратегію, яка буде актуальна в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Спостереження й аналіз за національними та міжнародними джерелами інформації, дозволяють виділити ряд пропозицій для підприємств, серед яких:

1. Перевірити ефективність вже існуючої маркетингової стратегії і провести її аудит, фокусуючись на цільовій аудиторії, на тому, як клієнт сприймає продукт/послугу, та на каналах комунікації зі споживачами.

2. За результатом проведеного аудиту, скоригувати маркетингову стратегію комунікації зі споживачами, шляхом адаптування її під нові реалії. В Україні під час війни слід додати соціального контенту: висвітлювати соціальну позицію компанії, волонтерську діяльність, історію співробітників компанії, допомогу покупцям, нові адаптовані послуги або продукти компанії [4].

3. Інвестиції у свій продукт – один з найраціональніших способів без значних ризиків поповнити бізнес ресурсами у кризовий період. Необхідно вивчити подібні європейські компанії, та перейняти їх досвід [5].

4. Розробка антикризової стратегії – необхідно оформити у чіткий план дій із зазначенням термінів виконання необхідні ресурси (фінансові та людські), відповідальних співробітників та ключові показники, яких хоче досягти внаслідок впровадження стратегії [4].

5. Можна провести сертифікацію компанії, а отримання сертифіката якості буде перевагою для виходу на великі нові ринки.

6. Саме час акумулювати енергію компанії й реалізувати давні плани з впровадження нового продукту.

7. Ринок реклами після початку війни почав стабілізуватися, оскільки Україна стала ще більше диджиталізованою, ніж за часів пандемічних обмежень, присутність бізнесу в онлайні – необхідність, спосіб виживання під час війни [5].

Висновки: у зв'язку з падінням економіки країни, зниженням споживчого попиту та зменшенням кількості продажів існує необхідність у формуванні нових маркетингових стратегій розвитку суб'єктів господарювання та вдосконаленні механізмів антикризового управління адаптованих під сучасні реалії, що включають маркетингові заходи протидії кризовим явищам.

Україна сьогодні – бренд світового рівня. Іноземні інвестори значно сильніше зацікавлені у співпраці з Україною, слабкі конкуренти припиняють свою діяльність, а на ринку залишаються найсильніші компанії, які підлаштовують вже існуючу та при необхідності створюють нову маркетингову стратегію.

Література

1. Бубенець І., Чатненко О. Маркетингова діяльність підприємства в умовах кризи. Хмельницький, 2022. № 3. С.323–326.

2. Зернюк О.В., Кійко А.В. Проблеми та особливості управління маркетинговою діяльністю в нестабільних ринкових умовах. Мукачеве, 2017. №13. С. 468–473.

3. Через війну ВВП України у 2022 році може скоротитися на 45%. Прогноз Світового банку. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/04/11/cherez-vijnu-vvp-ukrayiny-u-2022-roczy-mozhe-skorotyty-na-45-prognoz-svitovogo-banku/> (дата звернення: 22.10.2022).

4. Як розробити антикризову маркетинг стратегію у війну: три ключові кроки URL: <https://rau.ua/novyni/kak-razrobotat-antikrizisnuju-marketing-strategiju/> (дата звернення: 22.10.2022).

5. Як українському бізнесу адаптуватися до нових реалій ринкових умов під час воєнного стану? URL: <https://helpcrunch.com/blog/uk/ukrainskyi-biznes-pid-chas-voiennoho-stanu/> (дата звернення: 22.10.2022).

**ІНСТИТУЦІЙНІ ТА ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КІБЕРБЕЗПЕКИ****Пейдж Нікіта Ендрю,***студент 2 курсу факультету кібербезпеки та інформаційних технологій,**Національний університет «Одеська юридична академія»***ДЕРЖАВНО-ПРАВОВА БАЗА ЛЕГІТИМІЗАЦІЇ БОРОТЬБИ З
КІБЕРЗЛОЧИНАМИ**

Розвиток ІТ-технологій та процес глобалізації внесли значні зміни до світового порядку денного. Технологічні розробки у вигляді комп'ютерів, мобільних телефонів, і, особливо Інтернету, збільшили потік особистих даних. Обмін персональними даними між державними та приватними суб'єктами, окремими особами, асоціаціями та компаніями вийшов на якісно інший рівень. Обмін інформацією зробив особисті дані користувачів доступними, що, з одного боку, призвело до значного покращення якості життя людей, збільшило ефективність та продуктивність корисної праці. З іншого боку, неконтрольований потік інформації піддав користувачів потенційним ризикам, таким як шахрайство, фармінг, скімінг, несанкціоноване розкриття інформації, крадіжка особистих даних та багато іншого.

Залежність державних та комерційних організацій від якісного Інтернету зв'язку пропорційно зростає день за днем [1]. За статистикою, до 2000 року користувачі Інтернету обчислювалися 413 мільйонами, а в 2016 році їх кількість збільшилася до 3,4 мільярда. У той самий час кількість підключених до мережі пристроїв зросла з 17,1 млрд до 27,1 млрд 2021 році [2]. Збільшення кількості користувачів зробило Інтернет вразливим для кіберзлочинів. Як наслідок, питання кібербезпеки вийшли на перший план, а боротьбу з кіберзлочинністю очолили кримінальні фахівці провідних країн [3].

Кіберзлочинців важко покарати через абстрактний характер Інтернету та складнощі, пов'язані з встановленням причин кіберзлочину [1]. Однак ця загроза

безсумнівна становить серйозну небезпеку для конфіденційної та приватної інформації не лише окремих осіб чи підприємств, а й країн в цілому. Такі виклики загрожують національній безпеці, соціальному балансу та фінансовому становищу будь-якої країни. По всьому світу держави стикаються з зростаючим числом кіберзлочинів. За даними світових аналітичних та статистичних центрів, у 2018 році від зловмисних витоків даних постраждали Азіатсько-Тихоокеанський регіон (35%), Північна Америка (30%), Європа, Близький Схід та Африка (27%), Латинська Америка та Карибський басейн (8%). Згідно з іншими даними, у 2019 році з кібератаками більшою мірою зіштовхнулися такі країни: США, Індія, Великобританія, Сінгапур, Україна, Саудівська Аравія, Нігерія, Японія, Південна Корея та Іспанія. За оцінками фахівців кібератаки коштували світовій економіці приблизно 5,2 трильйона доларів у період з 2019 по 2021 рік [4]. Отже, кібератаки несуть величезні економічні, і навіть соціальні витрати багатьох держав.

На міжнародному чи глобальному рівні існує дуже мало правових інструментів, за винятком кількох Резолюції ООН, спрямованих на боротьбу з кіберзлочинністю. Для вирішення проблем кібербезпеки задіяні високі технології, відділи, що спеціалізуються на кіберзлочинах, а також юристи.

Однак, через те, що технологічні досягнення розвиваються швидкими темпами, правова база значно відстає [3]. Виникає необхідність легітимізації юридичних організацій із боку зацікавлених осіб. Організаційна легітимність впливають із примусового ізоморфізму за допомогою прийняття відповідних законів, правил, політики стандартизації та вимог відповідності.

Нормативний ізоморфізм пов'язаний із професійними цінностями та нормами, закладеними у правових документах будь-якої організації.

Публічність законів, що приймаються тією чи іншою організацією створює прецедент для інших компаній, які починають застосовувати аналогічні методи боротьби з кіберзлочинністю [5]. Над конструкційна державно-правова база завершує процес легітимізації боротьби з кіберзлочинами на всіх рівнях.

Література

1. Hunton P. A Rigorous Approach to Formalising the Technical Investigation Stages of Cybercrime and Criminality within a UK Law Enforcement Environment. *Journals Digital Investigation*, 2011. p. 105-113.
2. Singh, H. P. E-Commerce Security: Legal and Policy Aspects of Technology Solutions in India. *Mumukshu Journal of Humanities*, 2016. p. 8, 13-19.
3. Ghosh I. This Is the Crippling Cost of Cybercrime on Corporations. *Journal Beijing Law Review*, Vol.11. No.3, 7 November 2019.
4. Alkalbani A., Deng H., Kam B., & Zhang X. (2017). Information Security Compliance in Organizations: An Institutional Perspective. *Journal: Data and Information Management*, №1. p. 104-114. <https://doi.org/10.1515/dim-2017-0006>
5. Cisco. The Zettabyte Era: Trends and Analysis. The document presents some of the main findings of Cisco global IP traffic forecast. 7 June 2017. <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/>

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ДЛЯ КРЕДИТНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Основним напрямком розвитку світової економіки на сучасному етапі є цифровізація, яка є «процесом поширення цифрових технологій у всіх сферах ділового життя. Україна також бере активну участь у процесах глобалізації цифрового економічного простору та трансформує економіку з аналогової на цифрову» [1]. У нинішніх умовах одним із основних засобів подолання негативних наслідків стала цифровізація економіки загалом та фінансового сектору [2].

Правильна оцінка кредитного ризику є одним із першочергових завдань регуляторної та бухгалтерської практики, тому розробка моделей оцінки відіграє важливу роль для фінансового ринку, особливо для банків.

Таким чином, у дослідженні запропоновано вдосконалену модель для оцінки резерву на очікувані кредитні збитки за кредитами, оціненими за амортизованою вартістю згідно з МСФЗ 9 [3]. Ми також провели порівняльний аналіз розрахунку очікуваних збитків за кредитами за новою моделлю, запропонованою в дослідженні, з найпоширенішою моделлю та рішенням, реалізованим у хмарному сервісі Macrofin 9™, обраним як еталон. Наведені та запропоновані в роботі моделі оцінки очікуваних кредитних збитків можуть бути використані українськими банками для вдосконалення системи прийняття кредитних рішень, підвищення достовірності фінансової звітності, що дає можливість знизити рівень кредитування. вплив професійних суб'єктивних суджень на прийняття кредитних рішень фінансовими установами. Кредитний ризик є одним із багатьох важливих банківських ризиків. Кредитні операції становлять основну частину активів банку, а відсотки, отримані в результаті кредитних операцій, є основним доходом банку. Кредитний ризик притаманний усім видам банківської діяльності, які залежать від діяльності емітента, позичальника чи партнера. Це відбувається кожного разу, коли кошти надаються або інвестуються банківською установою. Відповідно до

методичних рекомендацій Національного банку України кредитний ризик (кредитний ризик) - це наявний або потенційний ризик доходів і капіталу, що виникає внаслідок неспроможності сторони, що зобов'язується, виконати умови фінансового договору. Банк виконує свої зобов'язання в інший спосіб. Вивчаючи предмет кредитного ризику, з'ясувалося, що формулювання його поняття не є чітким. Мова йде про визначення кредитного ризику: за вимогами НБУ – Національного банку України та за МСФЗ 9 – Міжнародним стандартом фінансової звітності 9. Різниця полягає в тому, що кредитні ризики, зазначені в пунктах 1) і 2), визначаються за різними правилами.

Якщо у випадку 1) кредитний ризик розраховується суворо згідно з вимогами Національного банку України, тобто згідно з ПНБУ № 351 - Положення про визначення банками України рівня кредитного ризику за активними банківськими операціями, то у випадку 2) кредитний ризик зберігається лише його назва, а його оцінка здійснюється за спеціальними правилами МСФЗ 9 для визначення очікуваних кредитних збитків, не зазначених у ПНБУ № 351.

У роботі досліджено кілька підходів до оцінки резервів під очікувані кредитні збитки: нормативний підхід згідно з ПНБУ №351 та фінансовий підхід згідно з МСФЗ 9, який розглядається в контексті найбільш поширених на практиці моделей оцінки. Запропоновані в роботі моделі оцінки очікуваних кредитних збитків дозволяють знизити рівень суб'єктивних професійних суджень під час прийняття фінансовими установами рішення про надання кредиту, що дозволяє розвивати українську систему прийняття кредитних рішень. банків та підвищення достовірності фінансової звітності.

Запропоновані в ході роботи удосконалені моделі оцінки резерву під кредитні збитки кредитних активів можна рекомендувати для практичного застосування в банківській практиці з метою обґрунтованого зниження нормативів резервування.

Література

1. Voronenko, I, Klymenko, N., & Nahorna, O. (2022). Priority areas of Ukraine's innovative potential in the conditions of digital transformation. Financial and Credit

Activity Problems of Theory and Practice, 1(42), 313–321.
<https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3684>.

2. Klymenko N., Nosovets, O. & Sokolenko L. Hryshchenko, O., PISOCHENKO, T. (2019). Offbalance accounting in the modern information system of an enterprise .Academy of Accounting and Financial Studies Journal, 23(2).

3. Клименко Н.А., Вороненко І.В., Колесник М.М. Оцінка ризиків для кредитних інструментів в умовах цифровізації фінансового сектору економіки. International scientific journal «Grail of Science». 2022. №21. С.52-60.
<https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4852/7-21-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=48>.

*здобувач ОС PHD за спеціальністю «Комп'ютерні науки», факультет
інформаційних технологій,
Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ*

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД В ОСВІТНІХ ТРАЄКТОРІЯХ ВИПУСКНИКІВ ІТ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗВО НА БАЗІ ПЛАТФОРМИ MOODLE

За останні десять років у структурі ІТ-галузі відбулися глобальні зміни, які, безумовно, спричинили зміну очікувань роботодавців щодо претендентів на базові посади в ІТ-секторі. Інформаційні технології швидко стають одним із основних будівельних блоків сучасного суспільства та одним із ключових факторів, що впливають на якість вищої освіти. Цифровізація освіти, технологічна та інформаційна глобалізація висувають міжнародні стандарти та вимоги до кваліфікації фахівців і, відповідно, до національних систем підготовки кадрів [1].

З метою ефективної персоналізації навчання студентів вищі навчальні заклади активно застосовують технології з використанням модульних об'єктно-орієнтованих динамічних навчальних середовищ. Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment — це модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище, також відоме як система управління навчанням, система управління курсом, віртуальне навчальне середовище або просто навчальна платформа, яка пропонує широкий спектр викладачів, студентів і адміністраторів та засоби комп'ютерного навчання, в тому числі дистанційного.

Впровадження відповідної платформи в навчальний процес відкриває нові можливості для підвищення ефективності навчання, забезпечуючи при цьому оптимальний темп навчання, належну глибину змісту та належний рівень набуття компетентностей.

У цілому можна сказати, що в умовах існуючих систем управління навчальним процесом проблеми, пов'язані з підтримкою прийняття рішень викладачем щодо вибору освітньої професії майбутнього фахівця, доцільно вирішувати суттєвими даними. суб'єктивність. їх невизначеність. Розробка

запропонованих у рамках дослідження моделей забезпечення компетентності ІТ-випускників за допомогою платформи Moodle.

Дослідники, викладачі та вчені В. Бондар, В. Биков, П. Брузиловський, О. Глазунова, С. Гончаренко, М. Жалдак, В. Дем'яненко, І. Зязюн, В. Кремень, С. Рубінштейн. Цій темі присвятили свої праці зарубіжні вчені П. Дурлах, Е. Лав'єрі та Р. А. Соттіларе.

Тому розробка моделей і технологій забезпечення компетентності ІТ-фахівців вищих навчальних закладів на базі платформи Moodle є актуальним науково-прикладним завданням, яке потребує подальших теоретичних та експериментальних досліджень.

Проте недостатньо уваги приділено компетентнісній системі оцінювання. Існує думка, що, як і раніше, оцінювати можна не компетенції, а навчальну діяльність, якщо навчальний план складено таким чином, щоб усі перевірки, лабораторні роботи тощо формували необхідні компетенції у випускника. Зберігаючи стару систему оцінювання, є ризик того, що ми суттєво збалансуємо компетентнісний підхід, і замість очікуваних фундаментальних змін отримаємо лише формальні зміни. Натомість запровадження компетентнісного оцінювання сприяє реальній зміні ставлення та поведінки як учителів, так і учнів. Якщо предметом оцінювання є не самі контрольні, лабораторні, реферати, а компетентності, які за їх допомогою формуються і перевіряються, то це спонукає викладача оптимізувати зміст предметів і навчальних програм з точки зору ефективності навчання та розвиток необхідних компетенцій, і студент має краще розуміння мети свого навчання у розвитку та зміцненні компетенцій. Йдеться також про вибір обов'язкових компетенцій, а також про вибір навчальних дисциплін і видів діяльності, за допомогою яких ці компетенції можна сформувати та зміцнити. Тоді студент із простого виконавця запропонованих завдань перетворюється на свідомого планувальника своєї навчальної кар'єри. Звичайно, ця система оцінювання складніша за традиційну, оскільки індивідуальні компетентності можуть бути перевірені за результатами не однієї, а кількох навчальних дій студента, не з однієї, а з кількох навчальних дисциплін. Важко уявити, що узагальнення результатів такої оцінки можна вирішити без

використання сучасних інформаційних технологій. Доступний модуль «Магазин компетенцій», який реалізує цей метод оцінювання в найпоширенішій в Україні та світі системі управління навчанням Moodle. Модуль був створений Жаном Фрутіє з Нантського університету (Франція) для національної сертифікації інформаційно-комунікаційних навичок студентів і слухачів C2i [2-3] – справді масштабного проекту, який охоплював всієї системи вищої освіти Франції, де з 2011 року сертифікат C2 i є документом, необхідним для працевлаштування випускників французьких університетів як диплом про вищу освіту. Модуль є універсальним і ми можемо вільно використовувати його для оцінки компетенцій, доданих до наших депозитаріїв [4].

Очевидно, сам факт появи засобів для оцінювання компетентностей у ядрі Moodle свідчить про те, що їх уже потребує значна кількість користувачів в усьому світі. А завдяки цій появі, їх кількість збільшуватиметься ще швидше. На нашу думку, розглянуті засоби для оцінювання компетентностей можуть відіграти важливу роль у впровадженні компетентнісного підходу в навчальних закладах України. Згодом було б доцільно дослідити вплив вибору засобів для оцінювання компетентностей на результати навчання.

Література

4. Скрипник А., Клименко Н., Костенко І. Рівень освіченості населення в галузі цифрових технологій та зростання економік країн. Інформаційні технології і засоби навчання. 2020, Том 78№ 4 с.278-297 URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v78i4.2948>
5. C2i – Certificat Informatique et Internet. <http://www.c2i.education.fr/>.
6. Certificat Informatique et Internet de l'enseignement supérieur. URL: <http://www.education.gouv.fr/cid54844/esrs1000461a.html>.
7. Щербина О. А. Оцінювання компетентностей засобами платформи Moodle. Інформаційні технології і засоби навчання. 2015. Том 45, №1, с. 134–145. URL: journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/download/1169/885.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ

Забезпечення кібербезпеки – це багатоетапний процес, що передбачає різні напрямки розвитку цифрового світу. Глобалізація інформаційного простору, а відповідно і тотальна модернізація суспільства сприяли отриманню якісно нових видів загроз, зокрема: інформаційного тероризму, кібератак та кіберзлочинності. Об'єктами цих загроз залишаються критично важливі інфраструктури, а відповідно – серйозна загроза національної безпеки держави. Хоча безпека національних інтересів держави належить безпосередньо до компетенції державних установ, єдиної міжнародно-правової платформи щодо забезпечення інформаційної безпеки ще не існує[4].

Сучасна концепція стратегічного управління економічною безпекою виникла у відповідь на виклики та загрози зовнішнього та внутрішнього середовища, спричинені тотальною діджиталізацією суспільства. Інформаційне суспільство характеризується постійним вдосконаленням інформаційних технологій та швидкими темпами їх впровадження в усі сфери суспільного життя. Результатом є віртуалізація значної частини зв'язків з громадськістю та зростання залежності країн від електронних мереж та інформаційних систем. Важливими тенденціями сучасного етапу є також активізація транскордонних інформаційних потоків, а також поширення різноманітних методів і засобів обміну інформацією, які є практично неконтрольованими [3]. Як наслідок, поширюються нові інформаційні загрози та виклики, які потребують негайного реагування та застосування нестандартних заходів та рішень з боку ЄС та кожної країни-члена зокрема - інформаційна безпека стає пріоритетним у формуванні економічної безпеки ЄС. У цьому контексті сформовано основні напрямки європейської політики інформаційної безпеки, зокрема: розвиток європейської системи попередження та інформування про нові погрози, надання технологічного супроводу (пріоритет

надається розвитку досліджень мережевої та інформаційної безпеки), підтримка ринково орієнтованої стандартизації та сертифікації, юридичний супровід, посилення безпеки на державному рівні, розвиток міжнародного співробітництва з питань інформаційної безпеки.

Основним завданням ЄС є зміцнення діалогу Європейської Комісії з міжнародними організаціями та партнерами з питань безпеки мереж і, зокрема, щодо зростаючої залежності від електронних мереж. У цьому контексті організація процесу стратегічного управління економічної безпеки ЄС передбачає таку послідовність: визначення стратегічних цілей, стратегічний аналіз, визначення переліку та пріоритетності загроз економічній безпеці, оцінка рівня економічної безпеки, моделювання сценаріїв як ЄС, так і окремих національних економік, стратегія і тактика забезпечення економічної безпеки Європейського Союзу та країн ЄС, розробка заходів, інструментів та механізмів реалізації стратегії економічної безпеки країни, моніторинг та контроль[3].

Сьогодні у більшості країн, у тому числі в країнах Європейського Союзу, активно розвивається законодавство з кібербезпеки. Формування правового забезпечення кіберзахисту базується на двох засадах: національних та на основі єдиної міжнародної платформи. У цьому контексті важливим чинником розвитку та формування нормативно-правового забезпечення кібербезпеки є те, що таке поняття охоплює різні галузі права.

Базовим міжнародним нормативно-правовим документом, що регулює суспільні відносини у сфері боротьби з кіберзлочинністю, є Конвенція Ради Європи «Про кіберзлочинність» від 23 листопада 2001 року.

Важливим є положення «Конвенції», що дозволяє вживати законодавчих та інших заходів, що уповноважують її компетентні органи конфісковувати або аналогічним чином захищати від знищення дані, які має провайдер і які необхідні для розслідування. Це дозволяє правоохоронним органам розслідувати такі злочини або вживати заходів для збереження даних, які можуть бути знижені через певний час[1].

Безсумнівно, з правової точки зору велике значення мають загальні принципи міжнародного співробітництва, які визначені в «Конвенції». Йдеться про

екстрадицію комп'ютерних злочинців та надання один одному всебічної взаємодопомоги у розслідуванні кримінальних справ, пов'язаних з комп'ютерними системами та даними, а також у збиранні електронних доказів.

Хоча в Конвенції детально і не прописаний механізм правового регулювання реалізації двох останніх способів збирання комп'ютерної інформації, наявний досвід і співвідношення з нормами законодавства України та інших країн дозволяють стверджувати, що вони, найімовірніше, в даний час підлягають використанню шляхом проведення оперативно-розшукових заходів, передбачених пп.9 і 10 ст.8 Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність».

Варто зауважити, що оперативно-розшукова діяльність може здійснюватися тільки уповноваженими на те підрозділами державних органів (ст.5 вищевказаного Закону). У таких умовах безпосередня реалізація постачальниками послуг повноважень по збору і запису в режимі реального часу даних про рух інформації, перехопленню (збиранню і запису) даних про зміст повідомлень видається такою, що суперечить конституційним принципам законодавства[2].

Існує важлива відмінність і, отже, деякі значні протиріччя між вимогами внутрішньої безпеки, з одного боку, та інтересами національної безпеки з іншого. Перший стосується рівня безпеки, якого країна прагне досягти, але водночас є нейтральною щодо операторів інформаційних послуг, їх національності та громадянства. Другий тип заходів базується на інтересах національної безпеки та на тому, що логічно буде використано для усунення передбачуваних ризиків, пов'язаних з операторами з певних країн.

Отже, у контексті визначення інформаційної безпеки у відповідному міжнародному законодавстві можна зазначити, що в умовах глобалізації інформаційного простору акцент інформаційної безпеки припадає на сферу кібербезпеки, що потребує якісно нової нормативної платформи для відносин у сфері інформаційної безпеки в рамках захисту національної безпеки та механізмів усунення загроз правовими засобами.

Література

1. Конвенція Ради Європи про кіберзлочинність: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=994_575.

2. Закон України Про оперативно-розшукову діяльність (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 22, ст.303), Редакція від 15.06.2022 - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2135-12#Text>.

3. Regulatory and Legal Enforcement of Cyber Security in Countries of the European Union: The Experience of Germany and France, Sviatoslav Kavyn, Ivan Bratsuk, Anatoliy Lytvynenko, 2021 <https://www.journals.vu.lt/teise/article/view/25171/24464>.

4. Sviatoslav Kavyn. Regulatory mechanisms for guaranteeing cybersecurity in the Baltic States, 2020 URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2020/12/56.pdf>.

АНГЛОМОВНІ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ**Baran A.S.,**

*2nd-year student, the Faculty of Advocacy and Anti-corruption Activities,
National University "Odesa Law Academy"*

Bolotaschvili E.Z.,

*2nd- year student of a Masters's degree, Faculty of Law and Economics,
International Humanitarian University*

IMPLICATIONS OF THE WAR IN UKRAINE ON WORLD TRADE

The whole world feels the consequences of the war in Ukraine in the economic sphere. Due to Russia's military aggression, pressure is exerted on world commodity prices, and disruptions in supply chains are increasing. The world economy has lost a trillion dollars in 2022 alone. Such a conclusion can be drawn based on the calculations of The Economist [1].

It can be argued that the whole world is interested in solving this problem as soon as possible and improving the situation. In particular, this is related to the export of grain from Ukraine. This, in turn, is more than 10% of annual consumption for 15 countries of the world [2].

The World Trade Organization conducted an analysis of the consequences of the war for Ukraine. In particular, this is noticeable due to a sharp increase in the prices of essential products, energy sources and a sharp reduction in the availability of goods, the main exporter of which is Ukraine.

Africa and the Middle East will suffer the most due to their vulnerability. They cover more than half of their grain needs thanks to Ukraine. In some African countries, the population faces the possibility of a 50-85% increase in grain prices due to difficulties in supplying grain as a result of Russian aggression [2].

The possibility of a food crisis worries the most. The next most important issue is the increase in energy prices. Due to the increase in natural gas prices, a decrease in yield

should be expected, since it is the main component of ammonia fertilizers. In this case, the food shortage will progress.

As for interventions in trade policy, they can harm the situation that has developed at the moment. Subsidies and liberalization measures can increase demand, while export restrictions will have the opposite effect [3].

The war and related sanctions severed Russia's ties with the world, which directly caused the deterioration of trade. As for the aggressor country, its connections with the ports of Europe were cut off. Cargo transportation carried out by aviation has changed in order to avoid Russian airspace. As for Ukraine, there are not enough ways and means of export. This is caused by the blockade or occupation of the Black Sea ports.

It is accepted to distinguish 3 main categories of goods: energy, agriculture, metals. The war affected all the mentioned spheres. As inflation progresses, there is a shift in demand as people become less able to pay and cannot afford what they used to buy.

The decrease in the availability of agricultural products affects further price growth and competition for alternative sources. Impaired access to the markets of Ukraine and Russia has become an acute problem for the export of perishable goods, for example, fresh vegetables and fruits. A certain amount of these goods can be redistributed among other European countries, but despite this, exporters will not be able to avoid excess supply. This will lead to a decrease in prices, while the increase in prices for electricity and fertilizers will contribute to an increase in the cost of production [4].

Because of uncertainty over the course of the Ukraine conflict and lack of hard data on its economic impact, WTO economists have used simulations to make “reasonable assumptions” about trade. They explain that growth of world merchandise trade volumes in 2022 “could be as low as 0.5% or as high as 5.5%”.

In a crisis, the WTO says more trade is needed – not less – so everyone can get essential supplies. It is calling on governments and partner organizations to work together to facilitate trade.

Therefore, Russia's war against Ukraine creates serious risks for food and energy security not only for Ukraine, but also for the whole world. It also causes difficulties in supply chains and creates problems with logistics, which, in turn, leads to a sharp increase

in prices and inflation. Russian aggression and the sanctions imposed against it and Belarus have a significant impact on world trade

References:

1. TheEconomist. By how much will the war in Ukraine reduce global growth?. Website. URL:<https://www.economist.com/graphic-detail/2022/08/04/by-how-much-will-the-war-in-ukraine-reduce-global-growth> (date of access: 23.10.2022)
2. Єлизавета Фоміна, Олександр Куницький. СОТ: Війна в Україні знизить ріст світової економіки в 2022. Website. URL: <https://www.dw.com/uk/sot-viina-v-ukraini-znyzyt-rist-svitovoi-ekonomiky-na-13-vidsotka/a-61443859> (date of access: 23.10.2022)
3. Michele Ruta. How the war in Ukraine is reshaping world trade and investment. Website. URL:<https://blogs.worldbank.org/developmenttalk/how-war-ukraine-reshaping-world-trade-and-investment> (date of access: 23.10.2022)
4. CBI. How the war in Ukraine is affecting international trade and emerging economies. Website. URL: <https://www.cbi.eu/news/how-war-ukraine-affecting-international-trade-and-emerging-economies> (date of access: 23.10.2022)
5. Victoria Masterson. War in Ukraine is causing food and fuel crises. Website. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/04/ukraine-war-global-trade-risk/> (date of access: 23.10.2022)

Bozhko A.K.,

2nd-year student, Judicial and Administrative Faculty,

National University «Odesa Law Academy»

Bilezka D.P.,

2nd- year student of a Masters's degree, Faculty of Law and Economics,

International Humanitarian University

CURRENT PROBLEMS OF INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE

In conditions of limited and exhaustible natural resources, the country will be able to achieve effective long-term growth through the development and use of innovations. It will lead to an increase in labor productivity, the introduction of resource-saving technologies, and sustainable development of the country. In connection with the integration processes that are being implemented in Ukraine, it also forces Ukrainian manufacturers and entrepreneurs to implement innovative activities [1].

But unfortunately, according to the latest data of the Department of Technological Regulation and Innovation Policy dated March 24, 2021, during 2019, 782 enterprises actively used innovative methods in their production. It should be noted that only 13.8% of the total number implemented innovations (new products and/or technological processes) on a permanent basis [3].

The main problems of financing innovative investment activities in Ukraine are the imperfection, and because of this, the underdeveloped functioning of such elements: participation in investment funds, insurance services, bank lending and venture financing.

For example, investment funds created with the purpose of accumulating investors' funds and placing them in accordance with strategies have been actively operating on the international financial market for several years. The fund is a well-known means of preserving and multiplying the savings of private individuals [2].

Several large and popular investment funds are currently operating in Ukraine, including the «Yaroslav the Wise fund», the «Otaman fund», the «Raisen fund» and others. Their long-term goal is to ensure capital growth in the budgets of Ukrainian companies and enterprises [4].

The share of users of the services of insurance companies in Ukraine is very small. Consumers have doubts about the reliability and efficiency of such firms and their types of insurance: investment insurance or financial risk insurance. Although such a tool as insurance services should ensure the development of innovative and investment activities, in Ukraine, due to the underdevelopment of the insurance market, they are unprofitable for the owners.

One of the main problems of our state is also the insolvency crisis of most enterprises. The threat of inflation and the financial crisis, which, unfortunately, is still relevant, prevents commercial banks from lending for more than three calendar months. At the same time, it is clear that this period will not be enough for the implementation of any innovative or investment project.

The last but not least element is venture capital. In many developed countries, it plays a major role in investment and innovation activities. Venture financing, which derives from venture capital, involves the participation of investors by purchasing convertible securities in the capital of a venture capital firm that implements an investment project. The main goal of both investors and owners is the implementation of an innovative project with an expected high profit in the future [2].

Summarizing the analysis of the problems of innovation and investment activity, financing and the results of activities in these areas, as well as taking into account the world experience and success of international enterprises, we could identify the following necessary steps of recovery.

First, at the state level, it is necessary to enshrine in the legislation as a separate activity of insurance companies the insurance of the risks of the implementation of innovative and investment projects. The primary directions of the state's economic policy should be the implementation of measures that will reduce credit resources, as well as stimulate commercial banks to provide preferential loans for the implementation of investment and innovation projects.

Secondly, at the level of enterprises, the strategy of activity and operation of investment and innovation projects should be improved. They must develop the concept of managing these areas, and actively use investment funds and venture capital, bank lending and the services of insurance companies. At the enterprise level, the

implementation of various forms of financing, which are widely used and popular in the international market, is no less important [2].

In the conditions of the full-scale armed aggression of the Russian Federation against Ukraine, the problem of introducing investments becomes even more acute, since the post-war reconstruction primarily involves the restoration of infrastructure, maintaining the economic activity of enterprises, etc., pushing the need for innovation to the background. At the same time, the results of Ukraine's agreements with the EU countries, Turkey and others indicate their willingness to take part in restoration projects, which may lead to the use of improved technologies, the harmonization of the production process with EU requirements and the gradual development of their own innovations.

References

- 1.Ткачук О. М., Германюк Н. В. Сучасне вдосконалення інноваційної діяльності підприємства : ст. Вінниця, 2020. 519 с.
- 2.Абрютіна А. В., Скляр І. Д. Сучасні проблеми фінансування інноваційної та інвестиційної діяльності в Україні. *Збірник тез доповідей: 2010 рік* : матеріали VI Міжн. наук.-практ. конф., 2010 р. Київ : ННІ ФЕМ, 2010. С. 7-9.
- 3.Інформаційні матеріали про стан інноваційної діяльності : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/dNcUj5N> (дата звернення: 23.10.2022)
- 4.Інвестиційні фонди : веб-сайт. URL: <https://univer.ua/fund> (дата звернення: 23.10.2022).

Drozd K.S.,

2nd-year student, Judicial and Administrative Faculty,

National University «Odesa Law Academy»

Vasylaschyk R.A.,

2nd- year student of a Masters's degree, Faculty of Law and Economics,

International Humanitarian University

IMPACTS OF THE WAR IN UKRAINE ON GLOBAL SHIPPING

It is a well known fact that since the beginning of the full-scale invasion of the Russian Federation into the territory of Ukraine, the shipping industry has suffered in several directions: the loss of people and ships in the Black Sea, the violation of trade with Russia and Ukraine, and the growing burden of sanctions. The industry also faces challenges in day-to-day operations related to crew implications, cost and availability of bunker fuel.

Therefore of constant shelling by the occupiers, all ports of Ukraine remain blocked, and entry and exit of ships is impossible.

We would like to point out that Turkey and their ferry operator Cenk Lines, which had 4-5 vessels regularly operating at the port of Chornomorsk, suffered to a large extent. Two of their ferries remain blocked among 80 others currently in Ukrainian ports [1].

Importers shifted their focus from the Black Sea to purchases from Argentina and India, due to which trade flow have shifted there and, accordingly, freight in these directions became more necessary. Thus, the start of hostilities in Ukraine caused an increase in freight rates in other regions.

As for the grain itself in Ukraine, if you believe the members of the parliamentary committee on agrarian and land policy, Ukraine has enough of its own grain for the domestic market. A maximum of 20 million tons is consumed within the country every year. Despite the fact that this year was harvested less than last year, what was harvested is considered sufficient.

"Private and government funds, primarily American, will provide special 200-ton agricultural bags. Harvest can be stored in them for up to 24 months. Next, we need to

have a conversation about the capital construction of granaries," noted Dmytro Solomchuk (parliamentarian) [4].

Thanks to international partners and kind-hearted people who care about the situation in the country, we have a chance to restore ports in some cities after the end of the war.

For some reason, no one raises this topic, but now the problem of insufficient crew is very relevant. A full-scale invasion of Ukraine has consequences not only for the naval forces of the state, but also has certain consequences for the global maritime workforce [2]. Trapped crews face the constant threat of attack with limited access to food and medicine. Unfortunately, several crewmembers have already died as a result of the shelling.

According to the International Chamber of Shipping (ICS), Russian sailors make up a little more than 10% of the total workforce in the shipping industry, and another 4% are from Ukraine. With many direct flights to Russia suspended and fewer ships operating at Russian and Ukrainian ports, it may be difficult for seafarers from these countries to return home after their current contracts expire [3].

It is impossible not to mention the release from the Russian occupation of Zmiiny Island, which allowed the use of the Bystre mouth, which connects the Danube and the Black Sea with a shipping channel. Thanks to this transport corridor for the entry and exit of ships, the Romanian Sulina Canal has been somewhat relieved [2].

In addition, the proximity of Ukrainian Danube ports to Romania as a NATO country makes the river transport corridor safer than the sea one.

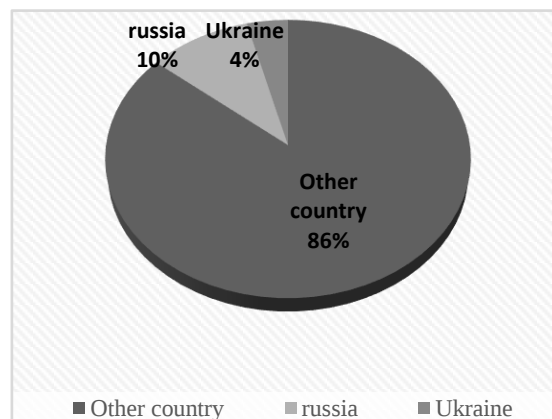


Fig. 1 Workforce in the shipping industry
Compiled by the author using the source [2]

In conclusion, we can say that today the relevance of sea logistics has decreased significantly compared to rail and land. However, eventually the war will end with the victory of Ukraine and this will lead to the unblocking of the ports and the return of relevance of the freight market. As for the situation in the world, since the beginning of hostilities, cargo flows from the Black Sea have decreased, freight rates have dropped significantly, and a significant part of the tonnage stopped entering the Black Sea due to military risks and was relocated to other regions.

We can also note that until the hostilities end, shipping will for the most part "stand still". However, the key to the successful recovery of shipping in Ukraine is the effective cooperation of the authorities, international investors and business.

References

1.Геннадій Іванов. Ринок фрахту та морських перевезень у воєнний період: веб сайт. URL: <https://www.apkinform.com/uk/exclusive/opinion/1526681> (Date of access: 24.10.2022)

2.Профспілка працівників морського транспорту України. Наслідки збройної агресії росії проти України: веб – сайт. URL: <https://mtwtu.org.ua/ru/news/naslidki-zbrojnoi-agresii-rosii-proti-ukraini-zamini-ekipaziv> (Date of access: 24.10.2022)

3.International Chamber of Shipping. URL: <https://www.icsshipping.org/> (Date of access: 24.10.2022)

4.Радіо Свобода. Вантажі морем та рікою : веб - сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/sudnoplavstvo-rika-more/31989787.html> (Date of access: 24.10.2022).

Ivanchenko B.O.,

*student 2nd year, Judicial and Administrative faculty,
National University "Odessa Law Academy"*

INFLUENCE OF THE WAR IN UKRAINE ON REGIONAL ECONOMIC PROCESSES

The massive Russian invasion of Ukraine has already had a global impact on commodity markets, trade and financial channels, especially in Europe, which is projected to have a greater negative impact than other regions [1].

The war in Ukraine caught the European economy at a time when final consumption and investment were still lower than before the pandemic, and COVID itself continued to restrain economic activity.

There are new risks - due to the escalation of hostilities and interruptions in critical energy supply flows. In addition, the potential consequences for the European economy from the massive flow of refugees should be taken into account. The Russian invasion led to a major humanitarian crisis - about 6 million people were forced to leave the state and emigrate, usually to European countries. As numerous calculations show, the economy suffered the most due to the suing of exports of metals, food, gas, oil, and minerals, which led to an increase in inflation to the highest position in recent years [2].

The percentage of EU companies with financial problems and instability will increase to 15%, compared with 8%, as the average for the year after the outbreak of the war in Ukraine. The percentage of companies that have a chance of not paying off production-related debts has also increased from 9% to 16% [3].

Companies whose activities are related to transport and agriculture suffer the greatest losses as well as losses due to the destruction of economic chains. We can separately identify 10 countries that significantly need Russian energy carriers [4]. Almost all gas in these countries is imported from the Russian Federation. States that have developed and continue to develop renewable energy sources, biofuels and nuclear energy sources are not so dependent on Russia. However, it is worth noting that Russia is one of the main exporters of oil and gas, so interruptions in trade, even minor ones, lead

to an increase in value. Thus, the governments of states located in Europe face a situation where the introduction of sanctions or other restrictions against Russia leads to a significant increase in prices and exhaustion of the economy.

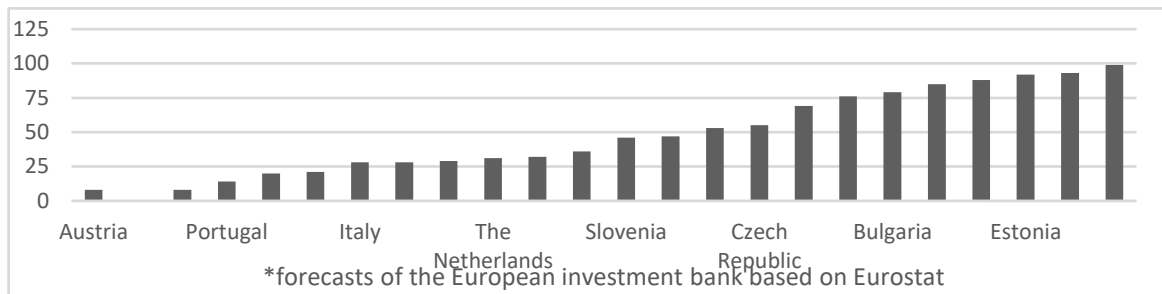


Fig.1. Part of the import of energy carries abroad, which comes from Ukraine, Russia and Belarus [5]

On Fig. 1 it could be seen that there remain list of states dependent on Russia, especially those, which are geographically close to Russian Federation. The beginning of the invasion was a significant driving force for the revision of the plan to reduce greenhouse emissions and increase the share of renewable energy in European countries.

The war encourages not only a revision of mineral consumption, but also a rethinking of defense spending. For example, Germany has already taken important new measures, allocated more than 100 billion euros in 2022 and decided to increase the defense budget by more than 2 percent from 2024. The war will have a particularly noticeable impact on developing countries. This will apply to the markets of grain crops, millet and corn, sunflower and Fertilizers, the major exporters of which are Russia and Ukraine. At the same time, high inflation has returned to the global economy, which has become the main challenge for the world's central banks. Russia's hybrid energy war against Europe has pushed energy prices high, and the destruction of the agricultural sector, the food industry in Ukraine and the blockade of Ukrainian exports have become one of the main triggers of rising food prices in the world [6].

In order to reduce the negative impact on regional economic processes, in our opinion, it is necessary to take a number of measures, both long-term and short-term:

- Reducing economic dependence on the Russian Federation, including increasing the share of renewable energy or establishing logical ties with other countries that supply natural gas, oil and minerals.

- Harmonization of policies and revision of the legal status of refugees in a number of European countries, in order to reduce the burden on the national economy due to social benefits and high unemployment of migrants.
- Negotiating the export of food products to poor and developing countries, balancing and harmonizing their prices.

References

- 1.Война в Украине, климат, права женщин и другие вопросы: эксклюзивное интервью Генсекретаря ООН Службе новостей. *Организация Объединенных Наций*: web-site. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/09/1431851> (date of access: 24.10.2022)
- 2.Ukraine: UN-led Grain Initiative helps anchor food supply, chart way out of crisis. *United Nation*: web-site. URL: <https://news.un.org/en/story/2022/10/1129757> (date of access: 25.10.2022)
- 3.Ukraine war is economic catastrophe, warns World Bank. *BBC News*: web-site. URL: <https://www.bbc.com/news/business-60610537> (date of access: 24.10.2022)
- 4.Russian Invasion of Ukraine Impedes Post-Pandemic Economic Recovery in Emerging Europe and Central Asia. The World Bank: web-site. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/10/04/russian-invasion-of-ukraine-impedes-post-pandemic-economic-recovery-in-emerging-europe-and-central-asia> (date of access: 23.10.2022)
- 5.Forecasts of the European investment bank based on Eurostat: web-site. URL: https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/economic-forecasts/spring-2022-economic-forecast-russian-invasion-tests-eu-economic-resilience_en (date of access: 24.10.2022)
- 6.Наслідки війни для світової економіки та окремих країн Європи: Чехія. Вокс Україна: web-site. URL: <https://voxukraine.org/naslidky-vijny-dlya-svitovoyi-ekonomiky-ta-okremyh-krayin-yevropy-chehiya/> (date of access: 24.10.2022).

Kim V.P.,

*2nd-year student, Judicial and Administrative Faculty,
National University «Odesa Law Academy»*

Koroy I.S.,

*2nd- year student of a Masters's degree, Faculty of Law and Economics,
International Humanitarian University*

CURRENT STATE OF ECONOMIC COOPERATION BETWEEN POLAND AND UKRAINE

Poland has successfully provided international support to Ukraine from February 24, 2022: it has provided humanitarian aid to Ukraine and has already sent a lot of military equipment to Ukraine. At the same time, the Ukrainian side agreed not to limit imports from Poland and undertook to cooperate with the Polish government in order to remove existing restrictions on the import of goods from Poland to Ukraine.

In the first 4 months of 2022, the volume of bilateral trade in goods with Poland amounted to 3.3 billion dollars. USA, including Ukrainian exports increased by +73% and amounted to 2 billion dollars. the USA (at the same time, Poland's share in Ukraine's world exports was 12%, which made Poland the first place among Ukraine's export markets, ahead of China; Poland's share in total exports to the EU was 23%). Polish imports decreased by -12% and amounted to 1.3 billion dollars. USA (share of 7.6% of total imports), the positive balance for Ukraine amounted to +729 million dollars. USA (in the corresponding period of 2021, the positive balance was 12.7%) [1].

If we analyze the level of technology, Ukrainian exports to Poland are inferior to Polish imports: almost half of Ukrainian commodity flows are products of raw and resource-intensive industries, another third are low-tech goods, and less are medium- and high-tech goods. At the same time, half of Ukrainian exports depend on 5 groups of goods: ores, wire, rolled metal, furniture, oil. The main types of services that Ukraine exports to Poland are services for the processing of material resources, transport services, business services, and services in the field of telecommunications, computer and information services.

Let's also add the fact that at the request of the Polish side, despite the ban on the export of Ukrainian coal, the Government of Ukraine adopted separate resolutions on the opening of a quota for the export of coal to Poland. Regarding imports to Ukraine, I want to draw attention to the fuel crisis in this country, but Poland was able to provide 25 thousand tons of fuel. And now it is the main route of fuel supply. In this way, in September 2022, Ukraine imported 780,000 tons of gasoline, diesel fuel, and gas. At the moment, this problem does not exist yet, so Poland no longer supplies fuel for free [2]. The Ukrainian side agreed not to introduce any restrictive measures on imports from Poland and undertook to cooperate with the Polish side on the removal of existing restrictions on the import of goods from Poland to Ukraine, in particular agricultural products [3].

If we take into account Ukrainian exports, now there are big problems due to the blockade in the Black Sea, which is why Poland has declared the urgency of expanding transport and border infrastructure, and port infrastructure is no exception. At the same time, in my opinion, this will not create additional competition for Poland, but on the contrary, it is a very constructive cooperation, as it gives the opportunity to have more contacts with the EU and will improve transport connections across the Polish border.

Ukrainian investments in Poland are at a low level. Difficulties also arise with the use of credit resources: the Polish loan for financing projects on the Ukrainian-Polish border which were blocked for almost five years due to gaps in the Ukrainian legislation. As a result, the main source of funding for Ukraine from Poland is labor migrants which are currently increasing in number today. As for Polish investors are interested in tax benefits for opening new factories, partnerships and acquiring Ukrainian assets, while strategic investors are interested in regulating trade relations with Ukraine for further integration into their large-scale supply chains. Today, about 420 Polish companies are interested in resuming exports to Ukraine and rebuilding the country within the framework of the program launched by the Ministry of Education and Culture and the Polish Investment and Trade Agency .

Ukraine's economy is forecast to shrink by 35% this year, although economic activity has been dampened by the destruction of manufacturing capacity, damage to farmland and a shrinking labor supply as more than 14 million people are estimated to have been displaced. According to the latest estimates of the World Bank, the needs for

the restoration and reconstruction of the social, industrial and infrastructure sectors amount to at least 349 billion dollars, which is more than 1.5 times the size of the pre-war economy of Ukraine in 2021 [4]. Poland's economic growth is expected to slow more markedly than initially expected in 2023 as the ongoing war in Ukraine has clouded prospects for Europe's post-pandemic economic recovery.

In conclusion, the global economy is experiencing some weakening due to significant disruptions in trade and food and fuel prices, and it is these signs that contribute to high inflation. This will leave its mark both in Poland and in Ukraine. Most likely, in the second half of 2022, there will be a rapid increase in energy prices, and here the cooperation between the two countries will be strengthened even more. Ukraine is interested in strengthening cooperation with Poland for the successful implementation of tasks that involve the achievement of the ambitious goal of our country's membership in the European Union.

References

1. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Польщею. Посольство України в Республіці Польща: website. URL: <https://poland.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/229-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-polyshheju> (date of access: 24.10.2022)
- 2.Юлія Свириденко: Польський уряд готовий стимулювати бізнес інвестувати в Україну і докладає до цього максимум зусиль. Міністерство економіки України: website. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=86745ca7-02a8-4f6e-b61f-a471505d328e&title=Polska> (date of access: 26.10.2022)
- 3.Україна та Польща продовжують посилювати співробітництво: прийнято спільну заяву. LIGA ZAKON: website. URL: https://biz.ligazakon.net/news/211618_ukrana-ta-polshcha-prodovzhuyut-posilyuvati-spvrobtnitstvo-priynyato-splnu-zayavu (date of access: 26.10.2022)
- 4.Polish Economy to Slow Down Sharply as Russian Invasion of Ukraine Impedes Post-Pandemic Recovery in Europe. THE WORLD BANK: website. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/10/04/polish-economy-to-slow-down-sharply-as-russian-invasion-of-ukraine-impedes-post-pandemic-recovery-in-europe> (date of access: 26.10.2022)

Likhachova T.A.,

*student 2nd year, Judicial and Administrative faculty,
National University "Odessa Law Academy"*

Khadgioglo A.V.,

*2nd- year student of a Masters's degree, Faculty of Law and Economics,
International Humanitarian University*

IMPACTS OF THE ECONOMIC SANCTIONS ON GLOBAL ECONOMY

Economic sanctions are an effective instrument of foreign economic policy. Economic sanctions are applied by countries that pursue an active foreign policy to resolve international conflicts without the use of military and other means, which reduces costs and human casualties [1]. Economic sanctions are applied in response to actions by certain states, individuals, and organizations that pose a threat to international and national security. Such actions include military operations, armed invasions, terrorism, cybercrime, drug trafficking, human rights abuses, arms trafficking, etc.

Russia's invasion of Ukraine has triggered a global economic response that is unprecedented in speed, scope, and scale. In a matter of days, the U.S., U.K., EU, and other countries essentially cut off the world's 11th largest economy from the global economic system. Never before have such deep, harsh and far-reaching sanctions been imposed on such a large country.

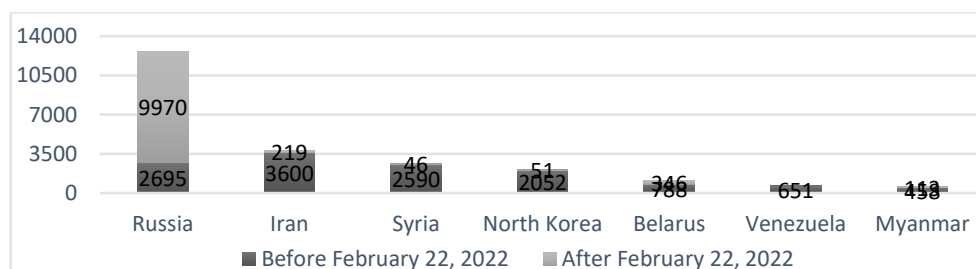


Fig. 1. Number of international sanctions imposed worldwide [2]

Western governments took the first step when they targeted Russia's banking system by preventing the Russian Central Bank from selling its foreign exchange reserves. Perhaps the heaviest blow was the seizure of the Russian Central Bank's assets.

The sanctions caused the value of the ruble to fall to historic lows against the dollar. Prices for Russia's key exports, such as natural gas, nickel and wheat, soared to

record highs. The U.S., EU, U.K. and Canada excluded some Russian banks from SWIFT, the financial messaging network used by banks around the world. Other sanctions included the blacklisting of major Russian banks from the global financial system and the passage of a law to freeze the assets of Russian oligarchs abroad.

This economic war may have begun with government sanctions, but as the conflict continued, private companies and investors began to voluntarily sever their ties with Russia. Many Western companies, without being forced to do so, simply packed up and left Russia. Although Russian oil and gas is theoretically exempt from sanctions, many market participants simply do not want to do business with Russian oil and gas. Some Western companies have decided to suspend their operations in Russia, while others have decided to abandon them altogether.

The United States is targeting the main artery of the Russian economy. The Biden administration has banned Russian oil imports, even though the United States imports only about 8% of its oil from Russia. (Russia produces 11% of the world's oil and has 25% of the world's natural gas reserves, so it is unlikely that these resources will be cut off from the global economy overnight. This is especially true for the largest consumer of natural gas, Europe, which gets about 40% of its natural gas from Russia [3].

For Russia, the loss of 2/3 of the European market means the loss of one of the largest sources of foreign currency. According to European Commission estimates, the EU sanctions also blocked annual exports worth 90 billion euros, resulting in a 30% drop in Russian steel production and a 90% drop in timber production [4].

The world responded to the Ukraine war like never before: by using economic sanctions and defensive trade tools to express political opposition to Russian aggression. Sanctions against Russia are subject to rules and mechanisms established by international institutions to limit protectionist measures. The imposition of sanctions has made the Russian economy more dependent on continued revenue from exports of oil, gas and related products.

At the same time, it is affecting the global economy — Russia is facing tough international sanctions for its invasion, and in retaliation it is suspending exports of key commodities. Deficits and rising prices in key industries may be felt around the world, but the disruption could also lead to a long-term reshaping of political and economic

relations as countries seek to replace lost Russian and Ukrainian imports with goods from other countries.

Therefore, there is no doubt that the economic and financial sanctions imposed on Russia after the illegal invasion of Ukraine will fundamentally change the international economic system and have a long-term impact on the functioning of the world economy.

References

1. W.H. Kaempfer and A.D. Lowenberg. Handbook of Defense Economics. *Chapter 27*, The political economy of economic sanctions. 2007. Vol. 2, pp 867-872.
2. Number of international sanctions imposed worldwide, by target country. Statista Research Department. URL: <https://www.statista.com/statistics/1294726/number-of-global-sanctions-by-target-country/> (date of access: 23.10.2022).
3. Rebecca M. Nelson. Russia's War on Ukraine: The Economic Impact of Sanctions. *Congressional Research Service*. 2022. Pp 1-2.
4. Russia sanctions: How can the world cope without its oil and gas? *BBC Reality Check*. Website. URL: <https://www.bbc.com/news/58888451> (date of access: 23.10.2022).

Mokanu P.V.,

2nd-year student, Judicial and Administrative Faculty,

National University «Odesa Law Academy»

Frayeva V.I.,

4nd-year student, Faculty of Law and Economics,

International Humanitarian University

PROBLEMS OF INFLATIONARY PROCESSES IN EU

Within the framework of the market economy, a considerable number of negative phenomena had arisen, which pose a threat to the effective operation of the entire economic system at the state and regional level. One of these negative phenomena is inflation [1].

The development of inflationary processes in the world market accelerated significantly in 2021; in 2022, global inflation reached its peak - above 5% according to the IMF. This situation caused a wave of concern in the Eurozone and directly in the European Union: in the first half of 2022, the inflation rate in the Eurozone exceeded 6%, and the rate in the second half of the year became a record in general, amounting to 8.9%. In the EU, the inflation rate in general is a record - 9.6%. The highest inflation rates are observed in Estonia (22.0%), Lithuania (20.5%) and Latvia (19.2%). It should be noted that the fall of the euro below parity in relation to the dollar adds to the negative overall picture. [2].

Such a high level of inflationary processes has negative consequences not only for the EU economy as a whole, but also significantly harms the EU population. The devaluation of money reserves led to the fact that the incomes of the population began to decrease uncontrollably, and prices, on the contrary, rose rapidly. Since excessive inflation leads to an increase in unemployment, it can be confidently asserted that the welfare of the population of the EU countries has sharply decreased. The problem at the state level has become a significant increase in production and aggravation of the problem of money emission.

The main reasons for the increase in inflation include: the global economic crisis, the financial burden caused by the Covid-19 pandemic, the consequences of the full-scale

invasion of Russia on the territory of Ukraine, and other intra-Union economic problems. Two waves of inflationary growth can be distinguished.

The first wave of inflation was caused by the coronavirus pandemic in 2019. The upheaval was very serious and led to the shutdown of many businesses and increased selectivity in certain industries in the Eurozone. It can be argued that the pandemic laid the foundation for inflation in the euro area. As we can see in Figure 1 the general level of inflation changed quite unevenly: from a mark of 1.2% in 2019, the inflation rate fell to 0.3% in 2020 and increased again in 2021, from the middle of which inflation began to rise sharply and reached its historical maximum in 2022 [3].

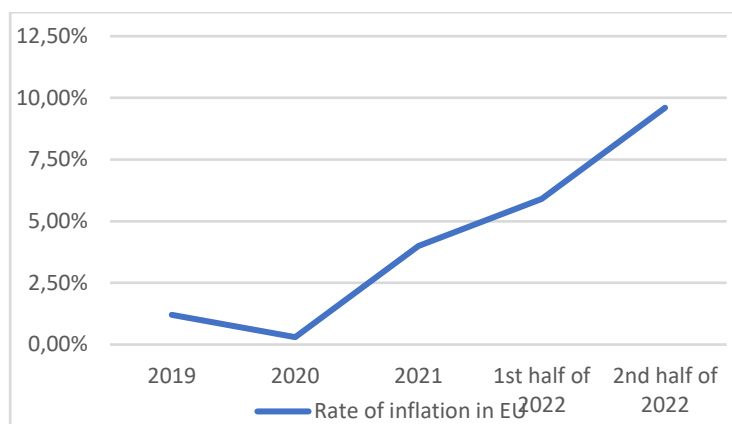


Fig.1 Rate of inflation in EU [3].

The second and more serious reason was the result of the increase in energy prices against the background of sanctions against Russia following its invasion of Ukraine, prompting a review of the EU's energy policy in order to reduce dependence on Russian energy resources. Changing the direction of energy policy is a complex process, so it is quite possible that energy inflation in the EU will become clearer and more pronounced, because almost half of the inflation rate existing in the European Union is attributable to energy components and is about 50%. In addition, inflation also occurred in the food sector, in June of this year, food inflation amounted to 8.9%, thereby reflecting the importance of Ukraine and Russia as producers of agricultural products [4].

It can be observed in the forecasts of the ECB, according to which the main scenario foresees a gradual decrease in inflation in 2023 to a mark of 2% already in 2024. In the event of a more negative development, the forecast predicts that the inflation level will remain fairly high throughout 2022 and 2023 and the stability of inflation processes in

2024 from 1.6% to 1.9%, depending on the level of adverse factors. Therefore, in my opinion, an improvement in the inflationary situation can only be expected in the long term due to persistent pressure on consumer prices and high dependence on energy resources. [5].

The current situation in the EU requires the implementation of certain measures to combat inflationary processes. In my opinion, the most effective method of combating inflation will be to "rehabilitate" the basic economic link (finances of enterprises and organizations), this will eliminate the drop in production and devaluation of money and will become the basis for further economic growth. The main measures of "improvement" are: regulation of the tax system, especially tax reduction, stimulation of production, restriction of barter operations, rejection of unpromising enterprises.

Summing up briefly, we can say that from the middle of 2021, inflationary processes in the European Union are on the rise, especially this is noticeable in the last six months. According to analysts, inflation will remain high in the near future, but starting from the last part of the year, under favorable conditions, the inflation level will begin to decrease and may drop to 2%. However, due to indirect and secondary factors, the risk of an increase in the inflation level still remains quite high. Against this background, the ECB has begun a long and gradual process of normalization of monetary policy, the framework and methods of which will depend on the volatility of the inflationary process.

References

- 1.Круш П. В., Клименко О. В. Інфляція: суть, форми та її оцінка.: навч.посіб., 2010. 288 с.
- 2.Martin Höflmayr. Inflation explained: What lies behind and what is ahead?. European Parliamentary Research Service. 2022. pp 6-7.
- 3.Christiane Nickel, Gerrit Koester, Eliza Lis. Inflation Developments in the Euro Area Since the Onset of the Pandemic. *Intereconomics*. 2022. pp 1-3.
- 4.Richhild Moessner. Determinants of Inflation Expectations in the Euro Area. *Intereconomics*. 2022. pp 1-4.
1. Pablo Hernández de Cos. The inflationary episode in the euro area and the ECB's monetary policy normalisation process. 2022. pp 13-17.

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	
Орлов В.М., Толкачова Г.В., Грабовець Р.В. НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	3
Стащук О.В., Гергола С. В., Комар-Стаховська К. П. СТАН СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ТА СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	6
Стащук О.В., Бортник А.О., Янчук Ю.М. ЗМІНИ У ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ДЕРЖАВИ З ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ	9
Стащук О.В., Комар-Стаховська К.П., Гергола С.В. ТЕНДЕНЦІЇ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОДИ	13
Стащук О.В., Лесик В., Панчук А. СТАБІЛЬНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	17
Стащук О.В., Маніла А. Б., Гарбар А. П. ПРОБЛЕМИ РОБОТИ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	22
Стащук О.В., Михайлова К. С., Михалюк В. А. ОСОБЛИВОСТІ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	25
Стащук О.В., Михалюк В. А., Михайлова К. С. ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ	28
Стащук О.В., Янчук Ю., Бортник А. БЮДЖЕТНИЙ ДЕФЦИТ УКРАЇНИ	32
Стащук О.В., Панчук А. В., Лесик В. Г. АНТИІНФЛЯЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	35
Шостак Л.В., Глушук С. Ю., Джигалюк А. І. НАЙАКТУАЛЬНІШІ ЕЛЕМЕНТИ ВІЙСЬКОВОГО МАРКЕТИНГУ	38
Шостак Л.В., Дудич С.А., Терещенко Е. В. ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	41
Шостак Л.В., Драчек З.В., Занько А.О. ПРОБЛЕМА НЕОБГРУНТОВАНОГО ПІДНЯТТЯ ЦІН НА ОКРЕМІ ГРУПИ ТОВАРІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ	44
Шостак Л.В., Загоруйко П. О. ДИЗАЙН ТОВАРУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	47
Шостак Л.В., Занько А. О., Драчек З. В. СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У БІЗНЕСІ	50
Шостак Л.В., Матвійчук А.С., Петрук С. В. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ЧАС	53

Шостак Л.В., Степанюк І. А., Березюк А. В. ПЕРСПЕКТИВНІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	56
Шостак Л.В., Тарасюк К. Р., Кікавська А. В. ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	61
Шостак Л.В., Терещенко Е. В., Дудич С. А. АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	64
Шостак Л.В., Хоронжук О.В., Ющук М.В. НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІНИ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС	67
Шостак Л.В., Шевчук М. А., Яким'юк Н. Я. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРІВ ПЕРШОЇ НЕОБХІДНОСТІ В ВОЄННИЙ ЧАС	70
Шостак Л.В., Ющук М.В., Хоронжук О.В. КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА У ВІЙСЬКОВИЙ ПЕРІОД	73
Шостак Л.В., Хомич Н., Кузьмич А. ЗМЕНШЕННЯ АКТИВНОЇ ЧАСТИНИ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ	76
Гринасюк А.Р., Мірко А., Ліпич А. ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	79
Данилюк Т.І., Джигалюк А. І., Глушук С. Ю. ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	82
Данилюк Т.І., Ліпич А., Мірко А. МАРКЕТИНГ ВІЙСЬКОВИХ ТОВАРІВ	85
Данилюк Т.І., Петрук С. В., Матвійчук А. С. НЕОБХІДНІСТЬ МАРКУВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ТОВАРІВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	88
Скороход Д. В. РОЛЬ ПРОМОАКЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ У ПРОСУВАННІ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ	91
Анісімов В.А. ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УМОВАХ КРИЗИ	94
Налапко М.Н., Артеменко Д.В. ЩОДО ПОНЯТТЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ В УКРАЇНІ	100
Станіслава В.Є. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	93
Кіфа К.О. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	103
Мазур А.А. ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ: СЬОГОДЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ	105

Дем'янова Т.І. БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	108
Горбанець К.А. АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ ПОДОЛАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	111
Бурлачка К. Ю. ВПЛИВ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ НА МІЖНАРОДНУ ЕКОНОМІКУ, ПРОГНОЗИ НА МАЙБУТНЄ	114
Коновальчук Т. А. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	118
Петрова П.О. ПРОБЛЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ В УКРАЇНІ	121
Завальнюк А. М. ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ	125
Суйчимезова В.О. БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ	128
Ірклієнко А.В. ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ ПРАЦІ	131
Осадчук А.В. ОЦІНКА КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ПОПЕРЕДЖЕННЯ	135
Петросюк В. ПЕРЕБУДОВА СТАРТАП ІНДУСТРІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	137
Касаджик К.В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	140
Хуторянський В. ЮРИДИЧНА ПІДТРИМКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ	143
СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ЯК МОРСЬКОЇ ДЕРЖАВИ	
Гресько Б.Ю. ВИКЛЮЧНА (МОРСЬКА) ЕКОНОМІЧНА ЗОНА УКРАЇНИ: ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТЕНЦІАЛУ ТА ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ	146
СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Ковиркіна О.В., Бандрівська В. В. РОЗВИТОК ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	139
Шарова А. ЕКОНОМІЧНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ	154

Нігуренко А.С. КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ВІЙНИ	157
Руденко К.С. ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	160
Грімів І.О. ІНВЕСТУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ВАЖЛИВІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ	163
Штефан Анна-Марія О. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	166
Голота Д.Є. ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В БІЗНЕСІ	169
Дем'янова Т.І. ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЩОДО РОЗУМІННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЯК ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	173
Кочколова Г.В. ГРЕЙДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	176
Руденко К.С. РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІТ- КОМПАНІЯХ	179
Олійник М. І. МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	182
Баланюк Р.А. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	168
Поліщук Н.М. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ВПЛИВОМ НЕСТАБІЛЬНИХ ЗОВНІШНІХ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ	188
СЕКЦІЯ 4. ІНСТИТУЦІЙНІ ТА ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ	
Пейдж Нікіта Ендрю ДЕРЖАВНО-ПРАВОВА БАЗА ЛЕГІТИМІЗАЦІЇ БОРОТЬБИ З КІБЕРЗЛОЧИНАМИ	191
Колесник М. М. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ДЛЯ КРЕДИТНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	194
Клименко Є. О. КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД В ОСВІТНІХ ТРАЄКТОРІЯХ ВИПУСКНИКІВ ІТ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗВО НА БАЗІ ПЛАТФОРМИ MOODLE	197

Книга Є. Ю. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ	200
СЕКЦІЯ 5. АНГЛОМОВНІ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	
Baran A.S., Bolotaschvili E.Z. IMPLICATIONS OF THE WAR IN UKRAINE ON WORLD TRADE	204
Bozhko A.K., Bilezka D.P. CURRENT PROBLEMS OF INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE	207
Drozd K.S., Vasilaschyk R.A. IMPACTS OF THE WAR IN UKRAINE ON GLOBAL SHIPPING	210
Ivanchenko B.O. INFLUENCE OF THE WAR IN UKRAINE ON REGIONAL ECONOMIC PROCESSES	213
Kim V.P., Koroy I.S. CURRENT STATE OF ECONOMIC COOPERATION BETWEEN POLAND AND UKRAINE	216
Likhachova T.A., Khadgioglo A.V. IMPACTS OF THE ECONOMIC SANCTIONS ON GLOBAL ECONOMY	219
Mokanu P.V., Frayeva V.I. PROBLEMS OF INFLATIONARY PROCESSES IN EU	222

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ
РОЗВИТОК
СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ**

МАТЕРІАЛИ

**ХІ всеукраїнської наукової конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених, що присвячена
25-й річниці з дня заснування Національного університету
«Одеська юридична академія»**

м. Одеса,

25 листопада 2022 року