



Flight Academy
of the National Aviation University

Льотна академія
Національного авіаційного університету

Науковий ВІСНИК Льотної академії

СЕРІЯ:

Економіка,
менеджмент
та право



Кропивницький – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛЬОТНА АКАДЕМІЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО АВІАЦІЙНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ISSN 2707-8620

INDEX  COPERNICUS
I N T E R N A T I O N A L

НАУКОВИЙ ВІСНИК ЛЬОТНОЇ АКАДЕМІЇ

Серія: Економіка, менеджмент та право

Збірник наукових праць

ВИПУСК 8

Кропивницький
2023

УДК 168

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8

*Збірник наукових праць затверджено
Вченою радою Львівської академії Національного авіаційного університету
(протокол № 5 від 14.06.2023 р.) та
Вченою радою Національного авіаційного університету (протокол № 6 від 15.06.2023 р.)*

*Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації КВ №24015-13855Р від 19.06.2019 року
Міністерства юстиції України*

*Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б»
Наказом МОН України від 09.02.2021 р. №157*

*Збірник реферується Українським реферативним журналом «Джерело» (засновники: Інститут проблем реєстрації інформації Національної академії наук України, Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського), журнал індексується в міжнародній наукометричній базі **Index Copernicus** (ICV 2020: 65,06) *Google Scholar, Crossref, WorldCat, Research Bible, CiteFactor.**

Рецензенти:

- Шалімова Н. С. – доктор економічних наук, професор, Центральноукраїнський національний технічний університет
- Головко О. М. – доктор юридичних наук, професор, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Заслужений юрист України
- Петленко Ю. В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, КНУ ім. Т. Шевченка

Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право: збірник наукових праць / Гол. ред. М. С. Письменна. Київ: «Центр учбової літератури», 2023. Вип. 8. 193 с.

У збірнику наукових праць «Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право» публікуються статті, що містять виклад результатів наукових досліджень, а також огляди з актуальних проблем економічної теорії, права, економіки підприємств та управління виробництвом, менеджменту, публічного управління та адміністрування, маркетингу, фінансів, банківської справи, обліку й аудиту, міжнародної економіки, правових відносин, авіаційної безпеки та аспектів господарської діяльності.

Адреса редакційної колегії: 25005 м. Кропивницький, вул. Степана Чобану, 1
тел. 39-44-26; e-mail: fmlanau2019@ukr.net

ISSN 2707-8620

MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF UKRAINE
NATIONAL AVIATION UNIVERSITY
FLIGHT ACADEMY OF NATIONAL AVIATION UNIVERSITY

ISSN 2707-8620

INDEX  COPERNICUS
I N T E R N A T I O N A L

SCIENTIFIC BULLETIN OF FLIGHT ACADEMY

Section: Economics, Management and Law

Collection of scientific papers

ISSUE 8

Kropyvnytskyi
2023

*Collection of scientific papers is approved by
Academic Board of Flight Academy of National Aviation University
(Protocol № 5 from 14.06.2023) and by
Academic Board of National Aviation University (Protocol № 6 from 15.06.2023)*

*Certificate of state registration
Printed mass media KB №24015-13855P from 16.06.2019
Ministry of Justice of Ukraine*

*Bulletin is included in Professional Publications List of Ukraine of category "B"
Order of MSE of Ukraine from 09.02.2021, № 157*

*Bulletin is reviewed by Ukrainian reviewed journal "Dzherelo" (founders: Institute of Information Registration Problems of National Academy of Science of Ukraine, Vernadsky National Library of Ukraine). The journal is indexed in the international scientific databases **Index Copernicus** (ICV 2020: 65,06) **Google Scholar**, **Crossref**, **WorldCat**, **Research Bible**, **CiteFactor**.*

Referents:

- N. Shalimova – Doctor of Economics, Professor. Central Ukrainian National Technical University
O. Holovko – Doctor of Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, V. N. Karazin Kharkiv National University
Y. Petlenko – PhD in economics, associate professor of the Department of Finance, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Scientific Bulletin of Flight Academy. Section: Economics, Management and Law. *Collection of readings* / editor-in-chief M.S. Pysmenna. Kyiv: "Educational literature center", 2023. Issue 8. 193 p.

In the collection of scientific papers «Scientific Bulletin of the Flight Academy. The series: Economics, Management and Law» articles that contain a summary of research results, as well as reviews on current issues in economic theory, law, business economics and production management, management, public administration and administration, marketing, finance and banking, accounting and audit, international economics, legal relations, aviation security and business aspects are published.

Address of Editorial Board: 25005, Kropyvnytskyi, Stepan Chobanu Str., 1
tel. 39-44-26; e-mail: fmlanau2019@ukr.net

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор:

Письменна Марія Сергіївна, доктор економічних наук, професор, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

Заступники головного редактора:

Мельник Костянтин Юрійович, доктор юридичних наук, професор, Харківський національний університет внутрішніх справ, Україна

Антонова Олена Ростиславівна, доктор наук з державного управління, доцент, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

Костинець Юлія Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, Національна академія управління, Україна

Відповідальний секретар:

Урсол Оксана Володимирівна, кандидат педагогічних наук, доцент, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

Члени редакційної колегії:

Алікorieв Олімхон, кандидат економічних наук, доцент, Вища школа бізнесу та підприємництва при Міністерстві економічного розвитку та скорочення бідності Республіки Узбекистан, Республіка Узбекистан

Аманжолова Ботагоз Атимтаївна, кандидат юридичних наук, асоційований професор, Карагандинський університет імені академіка Є.А. Букетова, Республіка Казахстан

Бондар Юлія Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна

Гуцалюк Олексій Миколайович, доктор економічних наук, доцент, Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова», Україна

Дрозд Ірина Кузьмівна, доктор економічних наук, професор, Інститут післядипломної освіти КНУ ім. Тараса Шевченка, Україна

Дрозд Наталія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Україна

Зайцева Олена Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, Державний торговельно-економічний університет, Україна

Кабжанов Акилбек Тайбулатович, кандидат юридичних наук, Академія Болашак, Республіка Казахстан

Карачина Наталія Петрівна, доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, Україна

Кизима Ірина Сергіївна, доктор філософії, науковий співробітник, Люксембурзький інститут соціально-економічних досліджень, Люксембург

Кобзар Олександр Федорович, доктор юридичних наук, професор, Київський інститут Національної гвардії, Україна

- Коваленко Надія Олегівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна
- Лікарчук Наталія Василівна**, доктор політичних наук, професор, Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Україна
- Максименко Наталія Володимирівна**, кандидат юридичних наук, доцент, Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка, Україна
- Маліновська Ірена**, доктор суспільних наук, ад'юнкт, Банківський університет у Варшаві, Польща
- Москаленко Сергій Іванович**, доктор юридичних наук, доцент, Льотна академія Національного авіаційного університету, Україна
- Панасюк Анджей**, доктор юридичних наук, професор, Державний університет прикладних наук Вітелон у Легниці, Польща
- Петков Валерій Петрович**, доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України, головний науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з проблем запобігання кримінальним правопорушенням, Донецького державного університету внутрішніх справ, Україна
- Семенов Василь Федорович**, доктор економічних наук, професор, Одеський національний морський університет, Україна
- Сігаж Мирослав**, Кс. доктор габілітований, професор надзвичайний, Люблінський католицький університет імені Івана Павла II, Польща
- Скаско Олег Іванович**, доктор економічних наук, професор, Національний університет «Львівська політехніка», Україна
- Стецюк Богдан Романович**, доктор юридичних наук, професор, Донецький державний університет внутрішніх справ, Україна
- Танклевська Наталія Станіславівна**, доктор економічних наук, професор, Херсонський державний аграрний університет, Україна
- Хусаїнова Жибек Сеїтівна**, кандидат економічних наук, професор, Карагандинський університет імені академіка Є.А. Букетова, Республіка Казахстан
- Чумак Володимир Валентинович**, доктор юридичних наук, доцент, Харківський національний університет внутрішніх справ, Україна

EDITORIAL STAFF

Chief Editor:

Pysmenna Mariya, Doctor of Economic Sciences, Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Deputy Chief Editor:

Melnyk Kostiantyn, Doctor of Law, Professor, Kharkiv National University of Internal Affairs, Ukraine

Antonova Olena, Doctor of Science in Public Administration, Associate Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Kostynets Iuliia, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, National Academy of Management, Ukraine

Executive secretary:

Ursol Oksana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Members of Editorial Staff:

Aliqoriev Olimkhon, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, School of Business and Entrepreneurship under the Ministry of Economic Development and Poverty Reduction, Republic of Uzbekistan

Amanzholova Botahoz, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor, Karagandy State University named after E. A. Buketov, Republic of Kazakhstan

Bondar Iuliia, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Hutsaliuk Oleksii, Doctor of Economics, Associate Professor, Private higher education institution "Rauf Abyazov East European University", Ukraine

Drozd Iryna, Doctor of Economics, Professor, Institute of Continuing Education of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Drozd Nataliia, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Zharovska Iryna, Doctor of Economics, Professor, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Zaitseva Olena, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, State University of Trade and Economics, Ukraine

Kabzhanov Akylbek, Candidate of Law, Bolashaq Academy, Republic of Kazakhstan

Karachyna Nataliia, Doctor of Economics, Professor, Vinnytsia National Technical University, Ukraine

Kyzyma Iryna Cerhiivna, Doctor of Philosophy (Ph.D), Researcher, Luxembourg Institute of Social and Economic Research, Luxembourg

Kobzar Oleksandr, Doctor of Law, Professor, Kyiv Institute of National Guard, Ukraine

Kovalenko Nadiia, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Likarchuk Natalia, Doctor of Political Sciences, Professor, Educational-Scientific Institute of Public Management and Public Service of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Maksymenko Nataliia, Candidate of Law, Associate Professor, Volodymyr Vinnichenko Central Ukrainian State University, Ukraine

Malinowska Irena, Doctor of Social Sciences, Associate Professor, Banking University in Warsaw, Poland

Moskalenko Serhii Ivanovych, Doctor of Law, Associate Professor, Flight Academy of National Aviation University, Ukraine

Panasiuk Andrzej, Doctor of Legal Sciences, Professor, State Higher Vocational School Witelon in Legnica (RP), Poland

Pietkov Valerii, Doctor of Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, Chief research officer of the scientific- research laboratory on the prevention of criminal offences at the Donetsk State University of Internal Affairs, Ukraine

Semenov Vasyly, Doctor of Economics, Professor, Odesa National Maritime University, Ukraine

Sitarz Mirosław, Doctor of Legal Sciences, Professor, The John Paul II Catholic University of Lublin, Poland

Skasko Oleh, Doctor of Economics, Professor, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Stetsiuk Bohdan, Doctor of Law, Professor, Donetsk State University of Internal Affairs, Ukraine

Tanklevska Nataliia, Doctor of Law, Professor, Kherson State Agrarian University, Ukraine

Khussainova Zhibek, Candidate of Economic Sciences, Professor, E.A. Buketov Karaganda State University, Republic of Kazakhstan

Chumak Volodymyr, Doctor of Law, Associate Professor, Kharkiv National University of Internal Affairs, Ukraine

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

БОНДАР Ю. А. Дослідження категорії «конкурентоспроможність товарів та послуг»	13
БОНДАР Ю. А., ПІСАРЄВА О. В. Механізми впровадження сучасних технологій управління підприємством	22
СЕМИКІНА М. В., СІКОРАКА В. І., СІКОРАКА І. О. Інноваційні зміни у змісті праці та зайнятості в умовах діджиталізації та руху в ЄС ..	29
ТАНКЛЕВСЬКА Н. С., БОРОВІК Л. В. Інновації як фактор розвитку національної економіки	41
ТРЕЩОВ М. М. Стан та перспективи реалізації антикорупційної політики в Україні: компаративна аналітика	48
ЯРМОЛЕНКО В. В. Стан та шляхи розвитку малого і середнього бізнесу в умовах невизначеності	57

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

НАШКЕРСЬКА Г. В. Вплив МСФЗ 15 «Дохід за договорами з клієнтами» на відображення доходів операційної діяльності підприємств	66
--	----

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

БОГАШКО О. Л. Адміністративні передумови підтримки підприємницької діяльності на регіональному рівні	72
ЖОСАН Г. В., ХОРОШКО А. Ф. Інвестиційні можливості для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану	80
ЗАЙЦЕВА О. І., ШУКЛІНА В. В. Формування культури усвідомленого цифрового споживання	92
НІКІТЕНКО К.С. Управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану	101
ОЛІЙНИК І. В. Перспективи впровадження генеративного штучного інтелекту у сфері маркетингу й торгівлі	110

ТУБОЛЕЦЬ І. І., ТАРАНЕНКО В. Є. Соціальний маркетинг підприємства як ефективний інструмент вирішення проблем суспільства	116
---	-----

***ТУРИЗМ: ЕКОНОМІКА, ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ,
КОРПОРАТИВНИЙ БІЗНЕС, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ***

ЖАДАН Т. А., АЛЕКСАНДРОВА В. О., СТРИГУЛЬ Л. С. Антикризове управління туристичним і готельно-ресторанним бізнесом: теоретичний аспект	122
---	-----

СЕМЕНОВ В. Ф. Сфера туризму у відновлювальній стратегії розвитку економіки України	130
--	-----

ЩОГОЛЄВА І. В., СОКОЛОВСЬКИЙ В. А. Емпіричні моделі переконання в рекламній діяльності туристського підприємства	137
---	-----

***ПРАВО: АКТУАЛЬНІ ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ТА ГАЛУЗЕВІ ПРАВОВІ
ПИТАННЯ, ПРОПОЗИЦІЇ ДО ЗАКОНОДАВСТВА, ЗАРУБІЖНИЙ
ПРАВОВИЙ ДОСВІД, АВІАЦІЙНА БЕЗПЕКА***

СТЕЦЮК Б. Р. Ідеї конституційної держави в поглядах учених української міграції в міжвоєнний період (1918-1945 рр.)	145
--	-----

ХРІДОЧКІН А. В. Перспективи реалізації адміністративно-правових методів публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності в Україні	154
---	-----

CHERNENKO Inna Possibilities and barriers of using crowdsourcing in the system of public control over the activities of public authorities	161
---	-----

SHEVCHENKO Svitlana Improvement of state regulation of organizational conditions to increase the degree of adaptation of population employment to modern requirements	168
--	-----

TSYMBAL Yevheniy A comprehensive approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system	175
--	-----

VYNOGRADOVA Nataliia Approaches to the development of public-private partnerships regarding the formation of the infrastructure of life support services for the population	182
--	-----

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

BONDAR Iuliia Research of the category "competitiveness of goods and services"	13
BONDAR Iuliia, PISAREVA Oleksandra Mechanisms for the production of modern technologies enterprise management	22
SEMYKINA Maryna, SIKORAKA Vladyslav, SIKORAKA Ihor Innovative changes in the work and employment content in the conditions of digitalization and movement towards European Union	29
TANKLEVSKA Nataliya, BOROVIK Liubov Innovations as a factor of development of the national economy and society	41
TRESHCHOV Myroslav State and prospects of anti-corruption policy implementation in Ukraine: comparative analysis	48
YARMOLENKO Vitalina State and ways of development of small and medium-sized businesses in conditions of uncertainty	57

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

NASHKERSKA Halyna The effects of IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers" on reflecting the revenues of enterprises from operational activities	66
---	----

MANAGEMENT AND MARKETING

BOHASHKO Oleksandr Administrative requirements for supporting business activities at the regional level	72
ZHOSAN Hanna, KHOROSHKO Anna Investment opportunities for business in the context of war and post-war conditions	80
ZAITSEVA Olena, SHUKLINA Victoria Formation of a culture of conscious digital consumption	92
NIKITENKO Kateryna Risk management in the tourism industry in times of war	101
OLIINYK Ihor Prospects for implementing generative artificial intelligence in marketing and trade	110

TUBOLETS Iryna, TARANENKO Victoria
Social marketing of an enterprise as an effective tool for solving society's problems116

***TOURISM: ECONOMICS OF TOURISM, LEGAL REGULATION OF
TOURIST ACTIVITY; CORPORATE BUSINESS, PROBLEMS AND
PERSPECTIVES***

ZHADAN Tetiana, ALEKSANDROVA Viktorija, STRYGUL Larysa
Anti-crisis management of the tourist and hospitality business: theoretical aspect122

SEMENOV VasyI
The place of tourism in the recovery strategy of the development economy of Ukraine 130

SHCHOHOLIEVA Inna, SOKOLOVSKIY Victor
Empirical models of persuasion in the advertising activity of a tourism enterprise 137

***LAW: TOPICAL THEORETICAL AND BRANCH-RELATED LEGAL ISSUES,
PROPOSALS TO THE LAW, FOREIGN LEGAL EXPERIENCE; AVIATION
SECURITY***

STETSIUK Bohdan
The vision of constitutional state in the views of
Ukrainian diaspora scientists in the interwar period (1918-1945)145

KHRIDOCHKIN Andriy
Prospects for the implementation of administrative and legal methods
of public administration in the field of intellectual property in Ukraine 154

ЧЕРНЕНКО І. О.
Можливості та бар'єри використання краудсорсингу
в системі громадського контролю за діяльністю публічної влади161

ШЕВЧЕНКО С. В.
Удосконалення державного регулювання організаційних умов
підвищення ступеня адаптації зайнятості населення до вимог сучасності 168

ЦИМБАЛ Є. П.
Комплексний підхід до оцінки
рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління 175

ВИНОГРАДОВА Н. В.
Підходи до розробки державно-приватних взаємодій
щодо формування інфраструктури послуг життєзабезпечення населення 182

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.137.2:658

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-13-21

БОНДАР Юлія Анатоліївна,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту авіаційної діяльності,
Льотна академія

Національного авіаційного університету

ORCID: 0000-0003-2269-6208

**ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ»**

Стаття присвячена дослідженню підходів щодо сутності конкурентоспроможності товарів та послуг, характеристик факторів для їхнього визначення та шляхів підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг. Визначено, що однією з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність готової продукції та послуг. Зазначено, що конкурентоспроможність товару та послуги є рівнем їх економічних показників та споживчих властивостей, що дозволяє витримати конкуренцію на ринку з іншими аналогічними товарами та послугами. Розглянуто інтегральний показник якості для розрахунку конкурентоспроможності та методи, які застосовуються при оцінці конкурентоспроможності, зокрема диференціальний, комплексний та спеціальні методи. Доведено, що високий рівень конкурентоспроможності товарів та послуг є базовим показником для ефективного розвитку економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, товари, послуги, споживачі, економіка, оцінка, механізм конкуренції.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації сучасного світу національні економіки окремих держав починають набувати все більш відкритого характеру. Чим більш відкрита економіка тієї чи іншої країни, тим важливіше для неї стає досягнутий рівень конкурентоспроможності, тому що той, хто виграє у конкурентній боротьбі – той має можливість зберігати робочі місця, підвищувати доходи населення, модернізувати виробництво.

Інтегрування України до світової економічної системи ставить перед країною завдання ефективного зміцнення конкурентоспроможності національної економіки. Важливою складовою стратегії економічного зростання є збалансування позицій та інтересів виробників та імпортерів, реструктуризація експорту, використання засад лібералізації зовнішньоекономічної діяльності для використання можливостей задоволення зовнішнього попиту.

Соціально-економічні зміни в країні передбачають формування нової економічної системи, ядром якої є конкурентний механізм, що у сукупності з державним регулюванням здатний забезпечити ефективність розподілу ресурсів, прискорення темпів розвитку економіки, стимулювання науково-технічного прогресу. Тому надзвичайно важливим й актуальним є вивчення та визначення особливостей формування та розвитку конкурентних відносин в умовах трансформаційної економіки, забезпечення їхньої ефективності та цивілізованості, створення дієвої стратегії підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність товарів та послуг в економіці залежить від багатьох факторів, зокрема від наявності економічного потенціалу, якісного менеджменту, кількості наукових досліджень, проектних робіт, рівня інноваційності виробництва, нормативно-правового забезпечення розробки, виробництва та реалізації продукції, ступеню втручання держави для створення сприятливого конкурентного середовища, наявності внутрішнього та, особливо, зовнішнього попиту на продукцію, досвіду та кваліфікації промислово-виробничого персоналу. На думку П. Пуцентейла, конкурентоспроможність – це зумовлені економічними, соціальними та політичними чинниками позиції країни або підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках [8, с. 33].

Я. Базилук визначає, що конкурентоспроможність національної економіки – це економічна категорія, що характеризує стан суспільних відносин у державі щодо забезпечення умов стабільного підвищення ефективності національного виробництва, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту на основі розкриття національних конкурентних переваг та досягнення кращих, ніж у конкурентів, соціально-економічних параметрів [1, с. 6].

Питання вивчення конкурентоспроможності як напрям наукових досліджень не є новою для економічної науки, йому присвячено багато робіт, проте дослідження проблематики щодо конкурентоспроможності товарів та послуг залишається актуальним для сучасної економіки.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Національна економічна та соціальна трансформація забезпечує формування нової економічної системи, ядром якої є поєднання механізму конкуренції та державного регулювання, що може забезпечити ефективність розподілу ресурсів, прискорити темпи економічного розвитку та сприяти науково-технічному прогресу. Тому надзвичайно важливим та актуальним є дослідження і визначення особливостей формування та розвитку конкурентних відносин в умовах господарювання, забезпечення їх ефективності та цивілізованості, а також розробка ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг.

Мета та завдання статті полягає у визначенні сутності конкурентоспроможності товарів та послуг та розробці шляхів їх покращення.

Основними завданнями дослідження є узагальнити підходи щодо сутності конкурентоспроможності товарів та послуг, а також охарактеризувати фактори для визначення та шляхи покращення конкурентоспроможності товарів та послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із регуляторів пропорції суспільного виробництва є економічна конкуренція. Вона стимулює ефективність виробництва, визначає ринкову вартість товарів, виступає чинником формування середньої норми прибутку, розподіляє товаровиробників за рівнем доходів, реалізує матеріальні інтереси товаровиробників.

Конкуренція, спираючись на об'єктивні процеси й закономірності, виступає засобом успішного функціонування ринкової економіки в усіх своїх проявах та не вступає в конфронтацію з основними тенденціями прогресу продуктивних сил. Конкуренція символізує економічні процеси, які виникають між підприємствами, що функціонують на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців та одержання найбільшого прибутку [12, с. 95]. Наслідком економічної конкуренції товаровиробників є неперервне пришвидшення процесів модернізації виробництва товарів та послуг.

В економіці конкурентоспроможність є вирішальним фактором комерційного успіху підприємства. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість та мотивація підприємства адаптуватися до умов ринкової конкуренції. Фактори конкуренції є обов'язковими, змушуючи виробників постійно реагувати на систему якості та всебічну

конкурентоспроможність своєї продукції під загрозою витіснення з ринку, а ринок проводить об'єктивну та сувору оцінку результатів їхньої діяльності. У разі розвинутого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблем якості та конкурентоспроможності товару, та, в свою чергу, відчуває на собі їх негативний вплив, розширюючись або звужуючись.

Однією з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність готової продукції. Це багатоаспектне поняття, яке визначає продукцію як за якісними, техніко-економічними, естетичними характеристиками, так і за комерційними та іншими умовами реалізації (ціна, умови поставки, канали збуту, послуги, реклама). Крім того, важливою складовою конкурентоспроможності продукції є рівень споживання покупцями під час її експлуатації. Конкурентоспроможність товару та конкурентоспроможність підприємства, яке виробляє товар, взаємопов'язані. Конкурентоспроможність підприємства на товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності його продукції, а також сукупності економічних методів діяльності підприємства, що впливають на результати конкурентної боротьби (рис. 1).

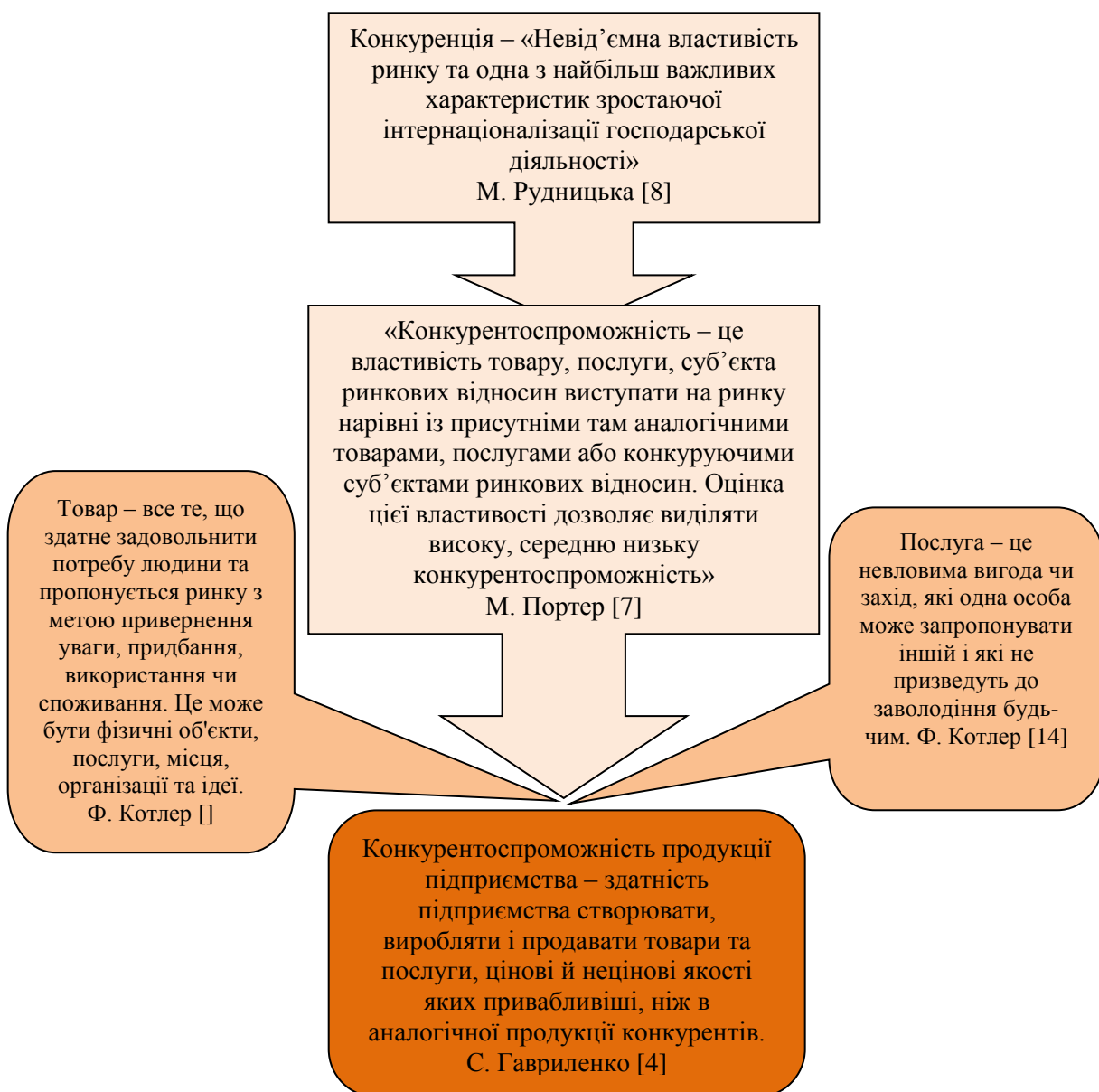


Рис. 1 Визначення категорії «конкурентоспроможність товарів та послуг»

Джерело: сформовано на основі [4; 7; 8; 14]

Високий рівень конкурентоспроможності продукції та послуг є базовим показником для ефективної економіки. Особлива актуальність проблеми конкурентоспроможності продукції та послуг для підприємств це необхідність виробляти та реалізовувати на ринку дійсно потрібний товар.

Конкурентоспроможність товару та послуги – це рівень їх економічних показників та споживчих властивостей, що дозволяє витримати конкуренцію з іншими аналогічними товарами та послугами на ринку.

У світовій практиці конкурентоспроможність товарів та послуг визначається такими основними факторами (рис. 2).

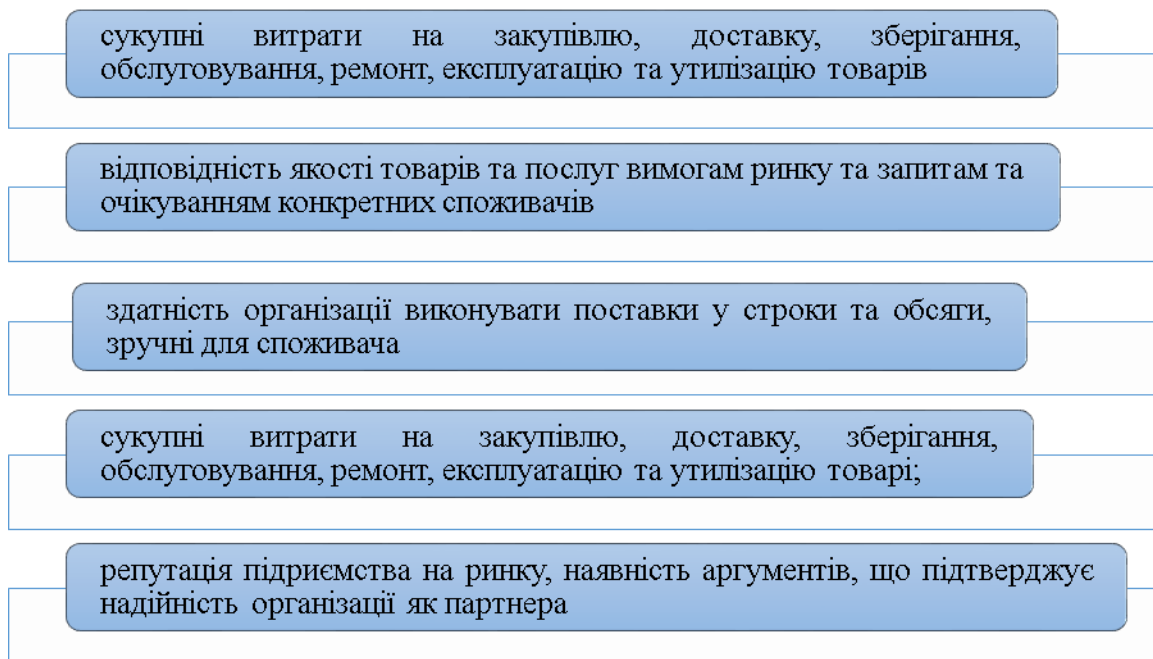


Рис. 2 Фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності товарів та послуг

Джерело: сформовано на основі [5; 11]

Часто значну роль відіграють додаткові фактори: рівень та організація виробником сервісних послуг; організаційно-комерційні умови та фактори продажу; система просування товарів на ринку через дилерську мережу; рекламна активність стосовно покупців; маркетингова діяльність; вивчення попиту; моніторинг ринку; заходи щодо стимулювання збуту.

При розрахунку конкурентоспроможності виробу через інтегральний показник якості доцільно застосовувати корегування на імідж підприємства використовуючи модель «ключ до душі клієнта», в якій показано, що цим ключем є: комфортність клієнта, система постачання, система оплати, обслуговування при використанні продукції по призначенню.

Таким чином, висока конкурентоспроможність визначається не тільки відмінною якістю та прийнятною ціною, а й привабливістю для споживача, націленого на покупку, що особливо важливо для споживчих товарів.

Перелік критеріїв має ґрунтуватися на принципах та концепціях поведінкових наук. В якості суб'єкту оцінки конкурентоспроможності споживачі щодня приймають багато рішень про покупку. Центральною ланкою моделі прийняття рішень є пошук інформації. Напрямок пошуку визначається структурою попиту на продукцію суб'єкта оцінки – споживача. Тому обра номенклатура критеріїв конкурентоспроможності має бути адекватна спектру потреб у товарах.

Найбільш відомим підходом до визначення типу потреб та їх ієрархії є піраміда потреб А. Маслоу [13]. Як універсальна модель, вона вимагає корекції під час розгляду конкретних об'єктів, як і враховано на рис. 3.

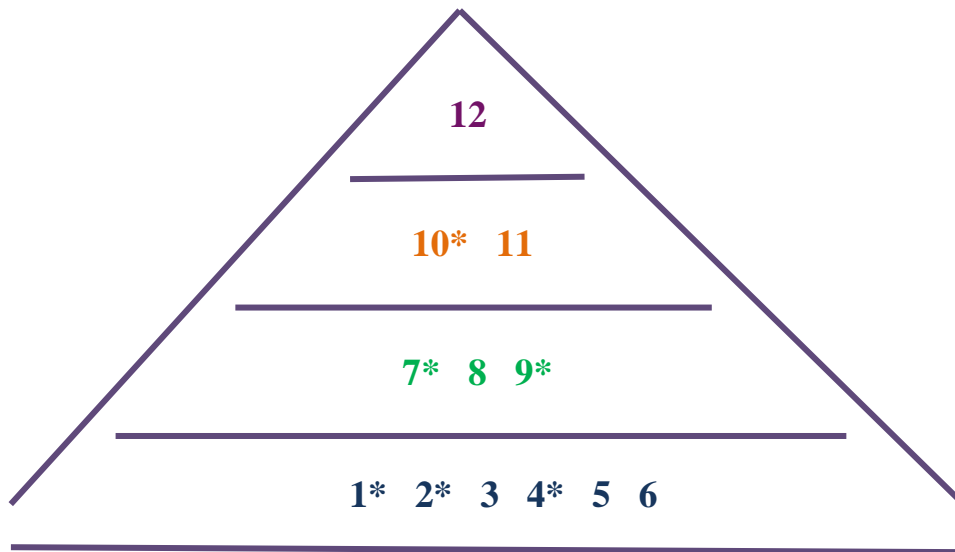


Рис. 3 Піраміда потреб у товарах та послугах:

1 – фізіологічні; 2 – безпека та здоров'я; 3 – не бути ошуканим; 4 – корисність; 5 – облік індивідуальних та групових особливостей; 6 – доступність (за коштами та часом); 7 – надійність; 8 – потреби у інформації про переваги товару; 9 – зручність; 10 – краса; 11 – різноманітність; 12 – соціальний імідж

Потреби 1, 2, 4, 7, 9, 10 (позначені зірочкою на рис. 1) реалізовані за критерієм «рівень якості», потреба 6 – в «ціні споживання», 2 – у «безпеці», 3 – у «справжності», 5 – у «соціальній адресності», 11 – у «новизні», 12 – у «соціальному іміджі». Через величезну різноманітність товарів та послуг можливе дублювання критеріїв. Наприклад, показник «надійність автомобіля» перетинається з його «безпекою» тощо.

Конкурентоспроможність товару залежить лише від тих його якостей, які цікавлять покупців і які, звичайно, гарантують задоволення цього попиту. Усі характеристики продукту, які виходять за межі цих інтересів, розглядаються в оцінці конкурентоспроможності та не мають відношення до продукту за цих конкретних умов. Отже, перевищення вимог стандартів і нормативів не тільки не підвищує конкурентоспроможність продукції, а навпаки, має тенденцію до зниження конкурентоспроможності продукції, оскільки в інтересах того чи іншого конкретного покупця це перевищення призводить до збільшення підвищення цін без споживчої вартості, таким чином, здається йому марним.

Дослідження та оцінка конкурентоспроможності продукту або послуги повинні проводитися постійно та систематично в тісному зв'язку з кожним етапом життєвого циклу продукту або послуги. Це дозволяє вчасно вловити момент, коли рівень конкурентоспроможності починає різко падати, та прийняти відповідні рішення: наприклад, зняти товар з виробництва; модернізувати або диференціювати його; переорієнтувати на інший сегмент експортного ринку тощо. При цьому підприємства виходять з того, що випускати новий товар до того, як старий товар вичерпає свою основну можливість збереження конкурентоспроможності, є економічно недоцільним.

Забезпечення конкурентоспроможності товару на бажаному рівні вимагає його кількісної оцінки, без якої всі заходи, які бізнес планує для підтримки належного рівня конкурентоспроможності, будуть лише прагненням, оскільки в цьому випадку немає мети.

Вихідним пунктом оцінки конкурентоспроможності будь-якого товару є формування цілей. Якщо необхідно визначити положення даного товару в ряду аналогічних, то достатньо провести їхнє пряме порівняння по головних характеристиках. При дослідженні, яке орієнтоване на оцінку перспектив збуту товару на конкретному ринку, аналіз припускає використання інформації, що включає відомості про виробу, що вийдуть на зовнішній ринок, динаміку попиту, передбачувані зміни у відповідному законодавстві і т.п. [10].

Вибравши продукцію, яку планують проаналізувати, виходячи з дослідження конкретного ринку та вимог покупців, визначають параметри для оцінки. Аналіз повинен використовувати ті самі критерії, що й споживачі при виборі продукту. Порівняння проводиться за набором параметрів (технічних та економічних), щоб дізнатися, наскільки параметри близькі до відповідних параметрів попиту.

Номенклатура параметрів, які застосовуються при оцінці конкурентоспроможності, визначається повними витратами споживача по придбанню та використанню продукту, що визначається його властивостями, а також умовами придбання та використання на конкретному ринку. Повні витрати споживача в загальному випадку складаються з одноразових і поточних витрат.

При оцінці конкурентоспроможності можуть використовуватися відмінності, комплексні та спеціальні методи. Різновидом середньої оцінки є використання графіків середнього значення економічних показників виробу за його основними технічними параметрами або корисними ефектами. Такі графіки можна побудувати шляхом усереднення сумарної вартості окремих моделей із специфікацією (наприклад, вантажопідймальність, продуктивність та ін.).

Головною складовою частиною механізму забезпечення конкурентоспроможності продукту є джерела конкурентної переваги. М. Портер відзначає, що «...позицію в галузі визначає конкурентна перевага. Конкурентна перевага поділяється на два основних види: більш низькі витрати та диференціація товарів. Низькі витрати відбивають здатність фірми розробляти, випускати та продавати порівнянний товар з меншими витратами, чим конкуренти... Диференціація – це здатність забезпечити покупця унікальною і більшою цінністю у виді нової якості товару, особливих його споживчих властивостей чи після продажного обслуговування» [7].

В результаті оцінки конкурентоспроможності продукції виробником можуть бути прийняті такі шляхи підвищення конкурентоспроможності, що відображені на рисунку 4.

З М І Н А	складу		використаних матеріалів		
	комплектуючих виробів;		(сировини, напівфабрикатів) ;		
	методів випробувань;	технології виготовлення продукції;	системи контролю якості виробництва;	зберігання, пакування;	транспортування;
	цін на продукцію;	цін на послуги з ремонту;	цін на послуги від служби обслуговування;		
	порядку реалізації продуктів та послуг на ринку;				
	системи стимулювання постачальників;				
	структури імпорту;	видів імпортованих товарів та послуг.			

Рис. 4 Шляхи підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг

Джерело: сформовано на основі [3; 10]

З метою підвищення конкурентоспроможності продукції необхідно впроваджувати комплексний підхід щодо відповідного підприємства, галузі, країни.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Таким чином, проведене дослідження описує конкурентоспроможність товарів та послуг як передумову комерційного успіху на ринку, що є вирішальним фактором експортної спроможності підприємств. Конкурентоспроможність продукції є багатофакторним поняттям, яке визначається не тільки техніко-технологічними характеристиками виробництва продукції, відповідності її споживчому попиту та кон'юктурі ринку, а й залежить від комерційних та інших умов її реалізації.

Отже, конкурентоспроможність продукції дає можливість для подальшого ефективного розвитку підприємств. Але деякі параметри конкурентоспроможності та чинники, що сприяють зміцненню позицій компанії на ринку, все ще залишаються невизначеними (для виробників та споживачів), тому для подальшого аналізу та досліджень необхідно розробити нові методи визначення конкурентоспроможності продукції, які дозволять у будь-якій певний момент часу проводити реальну оцінку конкурентної позиції продукції підприємства на ринку з урахуванням впливу всіх ринкових та неринкових факторів.

Список використаних джерел

1. Базилук Я. Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення. Київ : НІСД, 2002. 132 с.
2. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І. Основні фактори структурних зрушень міжнародної торгівлі послугами в умовах розвитку світового господарства. *Східна Європа : економіка, бізнес та управління*. 2016. № 4. С. 19–24.
3. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І., Фабрика І. В. Особливості механізму державної підтримки національного товаровиробника в умовах СОТ. *ЛЮГОС. МИСТЕЦТВО НАУКОВОЇ ДУМКИ*, (10). 2020. С. 22–29.
4. Гаркавенко С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2007. 720 с.
5. Конкуренція і конкурентна політика : категорії та поняття / В. Д. Лагутін, О. О. Бакалінська, О. В. Вертелева та ін. Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2009. 320 с.
6. Коляденко М. Ю., Журба І. О. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства. *Збірник наукових праць*. 2012. № 35. С. 1–7.
7. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. Київ : Основи, 2009. 390 с.
8. Пуцентейло П. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності на різних рівнях управління економікою. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2009. №4. С. 32–42.
9. Рудницька М. О. Мікроекономіка : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2008. 360 с.
10. Фатхутдінов Р. А. Глобальна конкурентоспроможність : інструменти системного розвитку : монографія. «Стандарти та Якість», 2009. 464 с.
11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
12. Швед В. В., Яблочников С. Л. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2013. Випуск 7(1). С. 92–97.
13. Maslow A. H. *Motivation and Personality*. N. Y. Harpaer and Row, 1954.
14. Philip Kotler «Social Marketing: Strategies for Changing Public Behaviour». 1989. 752р.

References

1. Bazilyuk, Y.B. (2002). Konkurentospromozhnist' natsional'noyi ekonomiky: sutnist' ta umovy zabezpechennya [*Competitiveness of the national economy: essence and conditions of provision*]. Kyiv: NISD, 132 p [in Ukrainian].
2. Bondar, Y.A., Leginkova, N.I. (2016). Osnovni faktory strukturnykh zrushen' mizhnarodnoyi torhivli posluhamy v umovakh rozvytku svitovoho hospodarstva [*The main factors of structural changes in international trade in services in the context of the development of the world economy*]. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*. Issue 4. pp. 19-24. [in Ukrainian].
- 3 Bondar, Yu.A., Leginkova, N.I., Fabrika, I.V. (2020). Osoblyvosti mekhanizmu derzhavnoyi pidtrymky natsional'noho tovarovyrobnyka v umovakh SOT [*Peculiarities of the mechanism of state support for the national producer under WTO conditions*]. *ΛΟΓΟΣ. ART OF SCIENTIFIC THOUGHT*, Issue 10. pp. 22-29. [in Ukrainian].
4. Harkavenko, S. (2007). Marketynh: pidruchnyk [*Marketing: textbook*]. Kyiv: Libra, 720 p. [in Ukrainian].
5. Konkurentsya i konkurentna polityka: katehoriyi ta ponyattya [*Competition and competitive policy: categories and concepts*]. V.D. Lagutin, O.O. Bakalinska, O.V. Verteleva and others. Kyiv: Kyiv. national auction. economy University, 2009. 320 p. [in Ukrainian].
6. Kolyadenko, M.Yu., Zhurba, I.O. (2012). Sutnist' i znachennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [*The essence and significance of enterprise competitiveness*]. *Collection of scientific works*. Issue. 35. pp. 1-7. [in Ukrainian].
7. Porter, M.E. (2009). Stratehiya konkurentsyyi [*Competition strategy*]. Trans. from English A. Oliynyk, R. Silskyi. Kyiv: Basics, 390 p. [in Ukrainian].
8. Pucenteilo, P. (2009). Sutnist' aspekty konkurentospromozhnosti na riznykh rivnyakh upravlinnya ekonomikoyu [*The essence of aspects of competitiveness at different levels of economic management*]. *Bulletin of the Ternopil National Economic University*. Issue. 4. pp. 32-42. [in Ukrainian].
9. Rudnytska, M.O. (2008). Mikroekonomika: navch. posib [*Microeconomics: teaching. Manual*]. Kyiv : TsUL, 360 p. [in Ukrainian].
10. Fathutdinov, R.A. (2009). Hlobal'na konkurentospromozhnist': instrumenty systemnoho rozvytku: monohrafiya [*Global competitiveness: tools of systemic development: monograph*]. "Standards and Quality", 464 p. [in Ukrainian].
11. Shershnyova, Z.E. (2004). Stratehichne upravlinnya: pidruchnyk [*Strategic management: a textbook*]. 2nd ed., revision. and additional Kyiv: KNEU, 699 p. [in Ukrainian].
12. Shved, V.V., Yablochnikov, S.L. (2013). Competitiveness of the enterprise and peculiarities of their determination in modern conditions. *Bulletin of Dnipropetrovsk University*. Issue 7(1). pp. 92-97. [in Ukrainian].
13. Maslow, A.H. (1954). Motivation and Personality. N. Y. Harpaer and Row. [in English].
14. Philip Kotler "Social Marketing: Strategies for Changing Public Behaviour". 1989. 752 p. [in English].

BONDAR Iuliia, Phd of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Department of Aviation Management, Flight Academy of the National Aviation University.

RESEARCH OF THE CATEGORY "COMPETITIVENESS OF GOODS AND SERVICES"

The national economic and social transformation ensures the formation of a new economic system, the core of which is a combination of the mechanism of competition and state regulation, which can ensure the efficiency of the distribution of resources, accelerate the pace of economic development and promote scientific and technical progress. That is why it is extremely important

and relevant to research and determine the features of the formation and development of competitive relations in economic conditions, to ensure their efficiency and civility, as well as to develop effective strategies for increasing the competitiveness of goods and services.

The purpose and task of the article is to determine the essence of the competitiveness of goods and services and ways to improve them.

The article is devoted to the study of approaches to the essence of the competitiveness of goods and services, the characteristics of factors for determining and ways of improving the competitiveness of goods and services.

It was determined that one of the most important components of an enterprise's competitiveness is the competitiveness of finished products and services. It is noted that the competitiveness of goods and services is the level of their economic indicators and consumer properties, which allows them to withstand competition with other similar goods and services on the market.

The integral quality indicator for calculating competitiveness and the methods used in assessing competitiveness, in particular differential, complex and special methods, are considered. It has been proven that a high level of competitiveness of goods and services is a basic indicator for an efficient economy.

Key words: *competitiveness, competition, goods and services, consumers, economy, evaluation, mechanism of competition.*

*Одержано редакцією: 01.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 17.03.2023 р.*

УДК 65.012.32(045)

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-22-28

БОНДАР Юлія Анатоліївна,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту авіаційної діяльності,
Львівська академія
Національного авіаційного університету
ORCID: 0000-0003-2269-6208

ПІСАРЄВА Олександра Василівна,

магістрант кафедри менеджменту
авіаційної діяльності,
Львівська академія
Національного авіаційного університету
ORCID: 0009-0009-7809-4469

МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дослідження присвячено визначенню механізмів щодо удосконалення технологій управління підприємством, а також забезпечення його успішного функціонування, отримання бажаного прибутку та певних гарантій на майбутнє, оскільки накопичення прибутку у формі різноманітних резервних фондів підприємства дає можливість обмежити та подолати ризики, які пов'язані зі зміною ринкової ситуації. З цією метою було узагальнено процеси щодо технології управління підприємством, способи реалізації управлінських функцій та визначити механізм удосконалення технології управління, а саме: впровадження системи управлінського обліку та контролінгу, сучасних концепцій та моделей інформаційних технологій, комплексну автоматизацію процесу прийняття управлінських рішень, впровадження моделей оцінки якості управління.

***Ключові слова:** управління, підприємство, менеджмент, технологія управління, управлінські рішення, планування, контролінг.*

Постановка проблеми. Одним із головних факторів успіху конкретного підприємства в умовах глобалізації економіки є управлінська діяльність, яка базується на об'єктивних вимогах виробництва та реалізації товарів, складності економічних відносин та техніко-економічних факторах. Параметри формування продукції та послуг за рахунок споживачів зростає. Підвищення якості системи управління підприємством досягається проведенням досліджень усіх аспектів діяльності, включаючи дослідження системи управління та підсистем управління, тобто дослідження та перевірка сильних та слабких сторін підприємства, процесів виробництва та збуту, фінансового стану.

У сучасному бізнес-середовищі, яке супроводжується постійними економічними змінами, непередбачуваність зовнішнього середовища значно зросла. У цьому випадку підприємства стикаються з великою кількістю складних проблем, на які необхідно негайно реагувати та швидко вирішувати від чого безпосередньо залежить ефективність управління підприємством. Загальновідомо, що в умовах ринкової економіки виживають ті підприємства, продукція, роботи та послуги яких продаються.

Необхідність швидкого реагування на постійні зміни економічної ситуації потребує реорганізації внутрішньої мікроекономіки підприємства, налагодження управлінського обліку, оптимізації процесів управління. В умовах ринкових відносин лише ефективна

система управління економічною діяльністю може гарантувати ефективну роботу та конкурентну перевагу сучасних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основоположником управління вважається американський інженер та дослідник Ф.Тейлор. Запропонована ним раціоналізація праці та відносин на виробництві дозволила корінним чином змінити організацію та управління, що вплинуло на ефективність виробництва. Ф.Тейлор розглядав управління як «мистецтво знати точно, що слід зробити і як це зробити найкращим і найдешевшим способом». Суть управлінської діяльності полягає у впливі на процес через прийняття рішень. Необхідність управління пов'язана з процесами поділу праці на підприємстві та відокремленням управлінської праці від виконавчої [3].

Управління – це загальна функція складних організованих систем, спрямована на досягнення належного стану в самій системі та в навколишньому середовищі. Тобто, це вплив на працівників з метою досягнення цілей, що стоять перед підприємством та його працівниками. Воно базується, з одного боку, на багатьох галузях знань, таких, як економіка і політологія, соціологія і психологія, інженерні дисципліни, статистика, а з іншого боку – на безпосередньому узагальненні досвіду управління різними підприємствами, організаціями і компаніями у ході тривалої історії розвитку людської діяльності [4].

Як вказували у своїх роботах дослідники проблем сучасного менеджменту Masaaki Imai [9], Joseph M. Juran [10], James P. Womack, D.T. Jones [11] та інші, діяльність з удосконалення роботи підприємства є важливою особливістю сучасного виробництва та складовою сучасних систем виробництва, таких як Quality System Management (Система управління якістю), TQM (Загальне управління якістю), Lean production (Ощадливе виробництво) або Continuous Improvement (Постійні поліпшення), зазначені системи впроваджені та успішно застосовуються на різних підприємствах.

Деякі проблеми, пов'язані з удосконалення систем менеджменту та особливостей механізмів, що використовуються в управлінні підприємствами розглянуто у працях Небави М. І., Ратушняка О. Г. [6], Мазура В. С. [5] та інших. В літературних джерелах існує багато визначень щодо управління системою підприємства, кожне з яких відповідає методології певного наукового розділу та, відповідно, наголошує на певному аспекті функціонування системи, її побудови, внутрішніх відносинах та ін.

Питання управління підприємством не є новим у сучасних економічних умовах, проте необхідно більш детально дослідити технологію системи менеджменту, яка є інструментом трансформаційного процесу підприємства.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми.

В умовах динамічності сучасного виробництва та суспільного устрою, система управління підприємством повинна перебувати у стані постійного розвитку, який нині неможливо здійснити без дослідження шляхів та можливостей цього розвитку, без вибору альтернативних напрямів та інновацій. Тому важливим та актуальним питанням є дослідження управління підприємством у щоденній діяльності менеджерів, персоналу та у роботі спеціалізованих аналітичних груп, лабораторій, відділів, а також дослідження технології системи менеджменту, що спрямована на забезпечення оптимальної адаптації до зростаючих проблем у функціонуванні та розвитку діяльності підприємства.

Мета та завдання статті полягає у визначенні механізмів щодо удосконалення технологій управління підприємством, а також забезпечення його успішного функціонування, отримання бажаного прибутку та певних гарантій на майбутнє.

Основними завданнями дослідження є узагальнити процеси щодо технології управління підприємством, способи реалізації управлінських функцій та визначити механізм удосконалення технології управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішне функціонування підприємств в умовах високо динамічного та нестійкого середовища багато в чому залежить від того, наскільки існуюча система управління підприємством відповідає сучасному рівню вимог,

забезпечує можливість їхньої успішної адаптації до цих змін. Актуальною стає проблема постійного вдосконалення управління за рахунок впровадження нових сучасних методів, що потребують відповідних технологій управління. Це стало підставою щодо виявлення шляхів їхнього вдосконалення.

Під технологією управління підприємством ми розуміємо послідовність та порядок виконання управлінських дій, вкладених у досягнення цілей підприємства з допомогою певного набору методів та коштів. Технології управління являють собою процеси та способи для реалізації функцій (рис. 1), які включають пошук управлінських рішень, оперативне управління виробництвом, фінансами та ін.



Рис. 1 Основні процеси та способи реалізації управлінських функцій

Джерело: узагальнено авторами на основі [3; 7]

Практично всі процеси управлінської діяльності, як і організаційні процеси загалом, відбивають зміст праці зайнятих ними працівників. Для цього за кожною функцією управління – маркетингу, планування, фінансування, стимулювання, регулювання, контролю – проектується система її виконання, в якій визначаються перелік та зміст робіт, засоби та методи їхнього виконання та застосовувані форми документації. Одночасно розробляються процедури виконання робіт з кожної функції. Процедура являє собою документально зафіксований порядок виконання конкретної роботи, який визначає склад, послідовність, зміст та виконавців операцій – організаційно-адміністративних, аналітично-конструктивних та інформаційно-технічних. До перших належать службово-комунікаційні, розпорядчі, координаційні та контрольні операції; до других – підготовка та прийняття управлінських рішень; до третіх – інформаційне забезпечення управління.

Для технологізації будь-якого процесу, зокрема процесу управління, необхідна наявність, по крайній мірі, двох умов. По-перше, сам процес повинен мати такий ступінь складності, яка дозволяла б і вимагала його розчленування, відокремлення певної частини. Отже, потреба у створенні технології диктується передусім самим об'єктом, ступенем його складності. По-друге, це пошук коштів, які б так систематизували дії суб'єкта, щоб максимальний ефект досягався при мінімумі зусиль.

Найбільше потребують технологізації види управлінської діяльності, що складаються з великої кількості послідовних фаз та різномірних операцій: планування, організація, прийняття рішень, контроль тощо [3]. Таку діяльність необхідно підрозділити на ряд робочих позицій, маючи на увазі, що завдання кожної з них – обґрунтувати оптимальний варіант вчинення відповідної частини загальної складної дії. Формалізація процесу управлінської праці, безумовно, полегшує його та підвищує його ефективність. Необхідно

також зважити на той факт, що технологія управління не повинна бути статичною, розвиток підприємства вимагає високої гнучкості технологій управління, які разом із підприємством проходять певні життєві цикли.

Практична реалізація технології управління втілюється у створенні ефективної організаційної структури, що визначає процес управління, що реалізується як набір функцій, що закріплені у регламентах підприємства (стандартах, положеннях, інструкціях тощо). Періодично ці регламенти вимагають перегляду їхньої відповідності часу. Для вирішення цієї проблеми необхідно мати систему внутрішнього контролю, яка забезпечує надійність та своєчасність надходження інформації, а також канали зв'язку для ефективного управління на всіх рівнях підприємства та своєчасно сигналізує про появу невідповідностей. Наявність такої системи диктується необхідністю прискорення реакції на мінливе середовище функціонування підприємства. Швидкість реакції в першу чергу залежить від можливостей підприємства обробляти інформацію для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Факторів, які впливають на процес проходження інформації з моменту її виникнення чи надходження на підприємство до прийняття рішення та його реалізації, досить багато, на рисунку 2 представлені деякі з них.

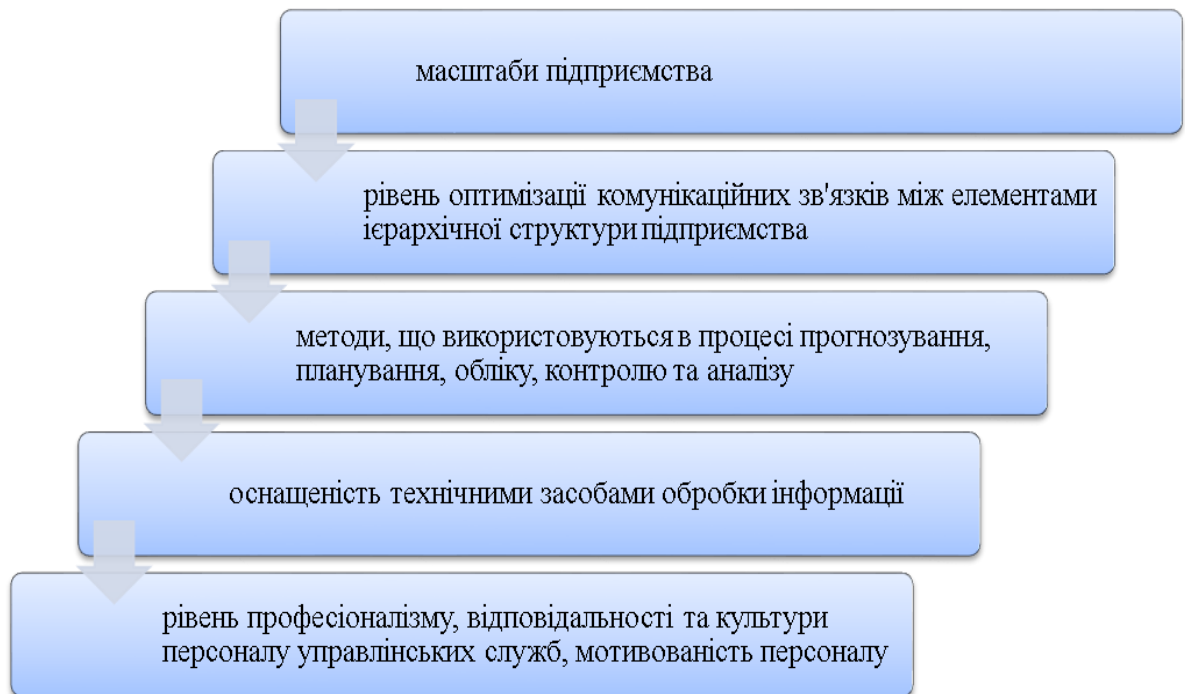


Рис. 2 Фактори впливу на проходження інформації на підприємстві

Джерело: узагальнено авторами на основі [4; 8]

Чим більше підприємство та складніше його структура, тим більше виникає проблем щодо реалізації процесу управління та потребує вдосконалення технології управління. До способів удосконалення можна віднести:

– впровадження системи управлінського обліку та контролінгу. Управлінський облік, на відміну від традиційного бухгалтерського обліку, дає більш достовірну інформацію, яка необхідна внутрішнім користувачам для прийняття рішень. Крім того, він є інструментом контролінгу, який дозволяє перевести керування на якісно новий рівень. Контролінг – це система управління процесом досягнення всіх цілей, які стоять перед підприємством. Інтерес також представляє концепція управлінського обліку, заснована на методах «конвеєрного» управління. Ця технологія побудована на механізмі конвеєрного виконання управлінських завдань, що покращує комунікації між рівнями управління, збільшує пропускну спроможність виконавців, аналітичність та контрольованість виконуваних процесів [6];

– застосування сучасних концепцій та моделей інформаційних технологій. В даний час в галузі інформаційних технологій управління бізнесом представлено безліч течій, які проголошують своєю метою вдосконалення бізнесу, які можна успішно використовувати в управлінні. До таких можна віднести: концепцію MRPII – технологію управління виробничими ресурсами, розроблену у США; концепцію ERP – комплексне управління матеріальними, фінансовими, людськими ресурсами, управління проектами, прогнозування попиту; концепцію GSRP – управління ресурсами та всіма елементами життєвого циклу товару;

– комплексну автоматизацію процесу прийняття управлінських рішень. Її впровадження вимагає перегляду та оптимізації структури та технології ведення бізнесу з метою усунення накладок, перетинів, зайвих дій у функціях управління. Досить часто виникають проблеми такого плану, як протидія прискоренню процесу документообігу та якості обробки інформації, оскільки вимагають від виконавців нових знань та умінь. Виникає необхідність мотивувати персонал на навчання та адаптацію до нових умов роботи;

– впровадження моделей оцінки якості управління, які зачіпають як системи управління якістю, так і управління підприємством загалом.

До них можна зарахувати:

концепцію TQM – загальне управління якістю, що є системою, яка формується відповідно до ISO;

CPI – систему безперервного вдосконалення бізнес-процесів;

PIQS – систему якості, інтегровану з бізнес-процесами;

концепцію EFQM – модель досконалості, що пропонує широкий спектр можливих варіантів технологічних прийомів, які легко адаптуються до конкретних умов їх застосування.

Перевага застосування даних моделей визначається можливістю впровадження системи збалансованої оцінки ефективності та результативності ключових підходів та процедур системи управління, причому йдеться як про підходи, що забезпечують операційну ефективність, так і стратегічний розвиток.

Це далеко не повний перелік технологій, які використовуються в управлінні підприємством. Він постійно поповнюється, що дозволяє підприємствам, які їх використовують, швидко реагувати не тільки на змінну ситуацію на ринку та в найближчому його оточенні, а й на самі темпи змін, а отже, мати можливість адаптуватися до цих змін та бути конкурентоспроможними.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Таким чином, проведені дослідження демонструють, що удосконалення системи управління стає актуальним завданням, оскільки умови функціонування підприємств мають низку особливостей та постійно змінюються. Такі тенденції вимагають від підприємств швидкого та точного реагування на зміни, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі функціонування підприємства. У цих умовах серйозною проблемою в управлінні стає своєчасне прийняття правильних рішень в будь-якій економічній ситуації. Управління підприємством належить до складних та трудомістких процесів, ефективність яких досягається за рахунок застосування різноманітних методів дослідження систем управління.

Система управління підприємством, яка повинна володіти гнучкістю виробництва, враховувати серйозну конкуренцію на ринку товарів та послуг, враховувати вимоги до рівня якості обслуговування споживачів, брати до уваги необхідність врахування невизначеності зовнішнього середовища та для реалізації цих умов існує об'єктивна необхідність в подальших дослідженнях, аналізі уже існуючого становища підприємства.

Список використаних джерел

1. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І. Основні аспекти корпоративного управління підприємством. *Науковий журнал «Інтелект XXI»*. 2018. № 4. С. 40–44.

2. Гуцалюк О. М., Небаба Н. О. Соціокультурні аспекти розподілу та реалізації корпоративного контролю в інтегрованому корпоративному об'єднанні. *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7207> (дата звернення: 28.02.2023).
3. Іванова І. В. Менеджмент підприємства. практикум : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. 247 с.
4. Лозниця В. С. Психологія менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. Київ : УВПК «Екс об», 2001. 512 с.
5. Мазур В. С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. *Пріоритети економічного розвитку України : історія та сьогодення*. Вінниця, 2016. С. 178–183.
6. Небава М. І., Ратушняк О. Г. Менеджмент організацій і адміністрування : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2012. 108 с.
7. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 416 с.
8. Bondar Iu. A., Lehinkova N. I. Tools of activation of innovative development of enterprises of Ukraine. *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies*: International scientific conference, January 22-23, 2021. Kielce, Poland. pp. 91–95.
9. Masaaki I. Kaizen: The key to Japan's competitive success. New York: McGraw-Hill ltd., 1986.
10. Stephens K. S. Juran, Quality, and a Century of Improvement. ASQ Quality Press, 2004. V. 15. 304 p.
11. Womack J. P., Jones D. T. Lean solutions: how companies and customers can create value and wealth together. Simon and Schuster, 2015.

References

1. Bondar, Iu.A., Leginkova, N.I. (2018). Osnovni aspekty korporatyvnoho upravlinnya pidpryyemstvom [*Basic aspects of corporate management of the enterprise*]. Scientific magazine "Intellect XXI". No. 4. P. 40-44. [in Ukrainian].
2. Hutsaliuk, O.M., Nebaba, N.O. (2017). Sotsiokul'turni aspekty rozpodilu ta realizatsiyi korporatyvnoho kontrolyu v intehrovanomu korporatyvnomu ob'yednanni [*Sociocultural aspects of the distribution and implementation of corporate control in an integrated corporate association*]. Efficient economy. No. 10. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7207>. [in Ukrainian].
3. Ivanova, I.V. (2001). Menedzhment pidpryyemstva. praktykum: navchal'nyy posibnyk [*Enterprise management. practicum: study guide*]. Kyiv: Kyiv. national trade and economy University, 247 p. [in Ukrainian].
4. Loznytsia, V.S. (2001). Psykholohiya menedzhmentu. Teoriya i praktyka: navchal'nyy posibnyk [*Psychology of management. Theory and practice: study guide*]. Kyiv: UVPK "Ex ob", 512 p. [in Ukrainian].
5. Mazur, V.S. (2016). Novi pidkhody i formy menedzhmentu, yak osoblyvoho typu upravlinnya [*New approaches and forms of management as a special type of management*]. Priorities of economic development of Ukraine: history and present. Vinnytsia, P. 178-183. [in Ukrainian].
6. Nebava, M.I., Ratushnyak, O.G. (2012). Menedzhment orhanizatsiy i administruvannya: navchal'nyy posibnyk [*Management of organizations and administration: a study guide*]. Vinnytsia: VNTU, 108 p. [in Ukrainian].
7. Skibitsky, L.I., Skibitsky, O.M. (2007). Menedzhment: navchal'nyy posibnyk [*Management: study guide*]. Kyiv: Center for Educational Literature, 416 p. [in Ukrainian].
8. Bondar, Iu.A., Lehinkova, N.I. (2021). Instrumenty aktyvizatsiyi innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstv Ukrayiny [*Tools of activation of innovative development of enterprises of*

Ukraine]. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference, January 22-23, Kielce, Poland. pp. 91-95. [in Poland].

9. Masaaki, I. Kaizen. klyuch do konkurentnoho uspikhu [*The key to Japan's competitive success*]. New York: McGraw-Hill ltd., 1986. [in English].

10. Stephens, K.S. Juran. Yakist' i stolittya vdoskonalennya [*Quality, and a Century of Improvement*]. ASQ Quality Press, 2004. V. 15. 304 p. [in English].

11. Womack, J.P., Jones, D.T. (2015). Ekonomichni rishennya: yak kompaniyi ta kliyenty mozhut' stvoryuvaty tsinnist' i bahat-stvo razom [*Lean solutions: how companies and customers can create value and wealth together*]. Simon and Schuster. [in English].

BONDAR Iuliia, Phd of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Department of Aviation Management, Flight Academy of the National Aviation University;

PISAREVA Oleksandra, Graduate Student of the Department of Aviation Activity Management, Flight Academy of the National Aviation University.

MECHANISMS FOR THE PRODUCTION OF MODERN TECHNOLOGIES ENTERPRISE MANAGEMENT

The following is dedicated to the designation of mechanisms for improving the technology of business management, as well as ensuring the successful functioning of the business, removing the baggage allowance and guarantees for the future, and the accumulated profit from the form of change itnih reserve funds of the enterprise give the opportunity to settle and cover the risks, due to the change of the market situation.

The meta and the task of the statute help the designated mechanisms to improve the technologies for managing the business, as well as to ensure the successful functioning of the business, the removal of the bag money and the singing guarantees for the future.

The main objectives of the study are to specify the processes of how technology is used to manage enterprises, the ways of implementing management functions and to designate a mechanism for improving management technology.

The processes of how to manage the enterprise management technology, ways of implementing management functions and designing the mechanism for improving management technology, and the very: implementation of the management system and control, modern concepts and models of information new technologies, complex automation of the process of adopting management decisions, implementation of models for assessing the quality of management.

In such a manner, the follow-up analysis is carried out, so that the improvement of the management system becomes an urgent task, the shards of the mind of the functioning of enterprises may have low features and are constantly changing. Such tendencies emanate in the form of business enterprises and the precise response to changes that are required in the internal and external environment of business operations.

Keywords: *management, business, management, management technology, management decisions, planning, controlling*

*Одержано редакцією: 14.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 24.03.2023 р.*

УДК 331.5 : 330.3 : 339.9
DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-29-40

СЕМИКІНА Марина Валентинівна,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний
університет
ORCID: 0000-0001-6995-1267

СІКОРАКА Владислав Ігорович,
аспірант кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний
університет
ORCID: 0009-0003-2143-4940

СІКОРАКА Ігор Олексійович,
аспірант кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний
університет
ORCID: 009-006-0024-4680

ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ У ЗМІСТІ ПРАЦІ ТА ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА РУХУ В ЄС

***Анотація.** Висвітлено сутність інноваційних змін у змісті праці та зайнятості населення під впливом масштабної діджиталізації економіки. Розкрито сутність діджиталізації економіки та зайнятості, її виклики, можливості, наслідки, зокрема трансформації у видах і формах зайнятості. Проаналізовано глобальні тренди діджиталізації економіки та зайнятості. Обґрунтовано, що діджиталізацію економіки та зайнятості слід розглядати в якості пріоритетного орієнтуру повоєнного відновлення України та передумови успішної євроінтеграції. В умовах руху України до ЄС запропоновано забезпечити стимулювання процесів діджиталізації зайнятості в рамках реалізації державної ініціативи «Industry 4.0». Визначено необхідним створити сприятливе середовище для позитивних інноваційних змін у змісті праці, поширення цифрових трансформацій у сфері зайнятості з акцентом на підтримку молоді. Для цього запропоновано систему невідкладних заходів, що включають: підготовку кадрів з достатніми цифровими компетентностями та навичками; створення організаційно-правового середовища цифрової зайнятості; підтримку цифрового бізнесу й зайнятості молоді як стратегічного капіталу майбутнього України.*

***Ключові слова:** інноваційні зміни, діджиталізація економіки, цифрова зайнятість, дистанційна зайнятість, Industry 4.0, цифрова трансформація, цифровий бізнес, молодь.*

Постановка проблеми. Самою масштабною інновацією в світі у XXI столітті, яка змінила життя мільйонів людей, стала діджиталізація (цифровізація) економіки. Це явище стало провідним чинником розвитку людства, вплинуло на всі сфери життєдіяльності, зумовило інноваційні зміни у змісті праці, трансформації зайнятості населення. Внаслідок цих інноваційних змін стає реальністю цифрова трансформація зайнятості, що потребує осмислення, поглибленого вивчення з боку економічної науки для пошуку можливостей підвищення ефективності людської праці та прогресивного розвитку. Вивчення цієї проблеми для України набуває особливо актуального значення за умов потреби у

прискоренні руху у напрямі євроінтеграції, забезпечення відновлення економіки і робочих місць по завершенні широкомасштабної війни, розв'язаної РФ проти України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним підґрунтям дослідження явища діджиталізації економіки вважаємо праці іноземних учених М. Маттесса, С. Кункель [1] та В. Ігната [16]. Дослідження діджиталізації зайнятості проводилися іноземними вченими: Л. Чарльз, Ш. Ся та А. П. Куттс [2], О. Кессі та В. Ледонвірта [5]; українськими – М. Алексинська, А. Бастракова та Н. Харченко [11]. Проблеми та особливості зайнятості молоді у зв'язку з діджиталізацією економіки певною мірою відображено у статтях українських авторів: М. Біль, О. Мульска, І. Бараняк, О. Махонюк, М. Карп'як [19]. Разом з тим, з огляду на публікації, проблеми цифрових трансформацій зайнятості потребують більш глибокого вивчення з огляду на необхідність прискорення руху України до ЄС.

Визначення невіршених раніше частин загальної проблеми. Процес діджиталізації економіки сьогодні є надзвичайно динамічним, проте несе чимало викликів поряд з позитивними інноваційними змінами праці в бік інтелектуалізації. Виникає нагальна потреба у наукових дослідженнях наслідків діджиталізації, цифрових детермінант зайнятості населення. Наявні наукові напрацювання поки не дозволяють формувати державну політику щодо підтримки та регулювання процесів діджиталізації у сфері праці з одночасним вирішенням проблем реалізації інтелектуальної складової людського капіталу країни.

Метою статті є визначення сутності інноваційних змін у змісті праці та зайнятості населення під впливом діджиталізації, обґрунтування можливостей підтримки цифровізації зайнятості в умовах руху в ЄС з першочерговим стимулюванням для молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що діджиталізація (цифровізація) в загальному сенсі є процесом впровадження цифрових технологій у різні сфери суспільного життя. Такими технологіями є: електронні пристрої – автоматизовані, комп'ютеризовані, роботизовані; Інтернет (у т.ч. ширококутовий); програмне забезпечення; онлайн-сервіси – для комунікацій, передачі, обробки й зберігання інформації; хмарні технології; big-data технології; ІТ-автоматизація, технології штучного інтелекту, машинного навчання, обробки природної мови (NLP – «Natural language processing»); технології зв'язку; паралельні й квантові обчислення; фінансові технології (криптовалюти та ін.); технології проактивної безпеки (кібербезпеки) та ін. Синергія використання цифрових технологій у другому десятилітті ХХІ століття веде до виникнення новітніх технологій блокчейну й концепції Web 3.0, децентралізованої автономної організації (DAO), що «розмиває» систему традиційних (прямих) відносин та формує *метавсесвіт*. Процеси діджиталізації зумовлюють інноваційні зміни в економіці, управлінні, зайнятості, повсякденному житті, в результаті чого виникає цифрова держава, цифровий бізнес, цифрова зайнятість, цифрова інфраструктура, цифровий добробут тощо (рис.1).



Рис. 1 Інноваційні зміни в економіці та зайнятості в результаті діджиталізації
Примітка: авторська розробка

Отже, процеси діджиталізації зумовлюють інноваційні трансформації багатьох сфер діяльності і суспільного життя.

Інноваційні зміни у сфері праці під впливом діджиталізації зумовлюють збільшення частки розумових функцій під час виконання трудових завдань, прискорення інтелектуалізації та комп'ютеризації трудових процесів, ведуть до появи нових цифрових навичок та компетентностей, прискорення процесів появи нових професій, вмирання старих, вже незатребуваних, докорінно змінюють вимоги роботодавців на ринку праці.

У ширшому розумінні під впливом діджиталізації виникає цифровізація зайнятості населення – це процес активізації використання цифрових технологій у праці, що веде до поширення нестандартних і дистанційних форм зайнятості, а також виокремлення нового виду цифрової зайнятості, пов'язаної зі сферами цифрової економіки.

З нашої точки зору, цифровізація зайнятості може відрізнитися різними рівнями «охоплення» праці людей.

Стосовно першого рівня, слід мати на увазі, що існують традиційні робочі місця, що в силу цифровізації економіки передбачають використання цифрових технологій, але в загальному можуть продовжувати існувати за їхньої відсутності.

До другого рівня охоплення цифровізацією відносимо інноваційні робочі місця (модернізовані – автоматизовані, комп'ютеризовані, роботизовані), що передбачають використання цифрових технологій та за їхньої відсутності не можуть продовжувати існувати. До третього рівня – повністю цифрові робочі місця, пов'язані з продукуванням,

підтримкою та використанням цифрової продукції. Попри відмінності у ступенях цифровізації варто підкреслити, що вплив цифровізації на зайнятість населення є комплексним і багатоаспектним.

Основними наслідками явища діджиталізації у сфері праці вважаємо такі:

1) інноваційні зміни у змісті праці та зайнятості, які зумовили виникнення нових форм і видів зайнятості:

– поширення нестандартних форм зайнятості – неповної, тимчасової (у т.ч. випадкової – «casual work»), дистанційної, вторинної, зайнятості на платформах (коли працівник використовує певні платформи для доступу до організацій й надання послуг – «platform work»), мікропраці («microwork»), онлайн-волонтерства (наприклад, написання матеріалів для Вікіпедії, створення веб-сторінок та програмного забезпечення соціального призначення і т. ін.), що для кожної людини створює можливості формування унікального інноваційного «портфеля зайнятості»;

– виникнення інноваційного виду зайнятості – цифрової (за критерієм сфери) та нових професій з антагонізмом високого професіоналізму (програмісти, системні адміністратори, SEO-спеціалісти, веб-, гейм-дизайнери, розробники цифрових аватарів (у т.ч. двійників), фахівці з інформаційної безпеки, РРС-фахівці, інженери електроніки, фахівці з кібербезпеки та ін.) й аматорства (блогери, мотиватори, коучери та ін.);

– поширення самозайнятості на засадах фрілансерства, чому сприяє фрагментація цифровізації й можливості виконання вузьких завдань, зокрема у сферах програмування, торгівлі й маркетингової підтримки, креативу й мультимедіа, діловодства й ведення даних, професійних послуг, письменництва й перекладу (підхід до розподілу сфер за методикою ІЛО-2020, про яку мова буде йти нижче);

– затребуваність новітніх способів організації праці для цифрової зайнятості – коворкінг-центрів, бізнес-інкубаторів, ІТ-кластерів та ін.;

2) інновації у можливостях залучення персоналу до трудової діяльності через: аутсорсинг, особливо в сфері ІТ, що дозволяє залучати додаткових виконавців завдань та забезпечувати їхню роботу й комунікації через цифрові технології незалежно від місця розташування; аутстафінг, що особливо поширено щодо послуг у сфері ІТ; крауд-технології, що завдяки використанню цифрових технологій дозволяють взаємодіяти з широким колом осіб; спеціальні онлайн-платформи – стартап-, краудфандингові, для фрілансерів та ін.;

3) кількісно-якісні зміни зайнятості, передусім зниження потреби в зайнятих, яких здатні замінити технології автоматизації, комп'ютеризації й роботизації (за оцінками Всесвітнього економічного форуму лише за період 2020-2025 років очікується вивільнення 85 млн працівників внаслідок зміни роботизованими системами, що складає 2,7 % від кількості зайнятих осіб у 2022 році [4]);

4) зміна вимог роботодавців до компетентностей зайнятих зі здатністю до неперервного навчання, освоєння новітніх технологій та ризиками цифрової ексклюзії в умовах надшвидких технологічних змін (за оцінками Всесвітнього економічного форуму за період 2020-2025 років очікується поява 97 млн нових робочих місць, що потребують працівників з навичками взаємодії з комп'ютерами й алгоритмами, що складає майже 3 % від кількості зайнятих осіб у 2022 році [4]).

Сучасні процеси діджиталізації несуть багато позитивних можливостей щодо прискорення трудових, технологічних, інноваційних процесів, збільшення продуктивності праці, послаблення ризиків безробіття, модернізації економіки, нарощування ВВП загалом. На рівні окремих працівників цифрові навички і знання дозволяють забезпечити вищу оплату праці, доступ до ринків праці інших держав, можливість балансування між працею та особистим життям, поєднання різних видів зайнятості.

З іншого боку, діджиталізація несе виклики і проблеми, які потребують окремого дослідження: «розмитість» соціально-трудова відносин, необхідність регулювання питань дистанційної, цифрової зайнятості, збереження глобальної конкурентоспроможності

національного ринку праці. На особистісному рівні – невизначеність цифрових трудових прав, соціальна і професійна ізоляція, надмірна інтенсивність праці та негативні впливи на здоров'я, можливість надмірного відстеження праці через гаджети, ризики нездатності бути конкурентоспроможним у довгостроковому періоді, додаткові труднощі трудової адаптації, особливо жінок та осіб старшого віку.

З розгляду сутності цифровізації зайнятості, урахування її можливостей та викликів впливає розуміння складності та комплексності даного процесу – від використання цифрових технологій в організації праці та регулюванні ринку праці до створення повністю цифрових робочих місць та виникнення нового виду цифрової зайнятості з відповідними новими можливостями, наслідками та викликами.

Розуміння теоретичних аспектів цифровізації зайнятості та виокремлення цифрової зайнятості актуалізує прикладні дослідження за даною тематикою. Поки вони ускладнені, адже *статистичний облік цифрової зайнятості* не сформований навіть у розвинутих державах. Попри труднощі аналізу процесів цифровізації зайнятості, напрацьовані окремі методики, що пропонують свій підхід до аналізу цифрової зайнятості.

Індекс онлайн-праці («The Online Labour Index», OLI [5]) з оновленою методикою OLI-2020 дозволяє виміряти використання робочої сили в Інтернеті у різних країнах і професіях завдяки відстеженню проєктів та завдань, опублікованих на основних онлайн-платформах. Табл. 1 показує зміну індексу від базового показника червня 2016 року в 100 %, тобто якщо значення 150, то це означає, що значення індексу зросло на 50 %. Щорічне зростання максимальних значень індексу підтверджує розвиток цифрової зайнятості на онлайн-платформах, чому додатково сприяла пандемія COVID-2019.

Таблиця 1

Індекс онлайн-праці (OLI-2020), 2016-2022 роки

Рік	Значення станом на 1 червня	Значення станом на 31 грудня	Максимальне значення року
2016	100	98,1	109,6 (вересень)
2017	135,6	112,9	139,1 (травень)
2018	129,6	114,9	136,0 (жовтень)
2019	120,1	125,6	138,8 (квітень)
2020	170,0	137,0	171,2 (травень)
2021	154,2	142,9	161,0 (травень)
2022	154,4	135,6	170,3 (лютий)

Примітка: складено за джерелом [6]

Розрахунок індексу наразі здійснюється для декількох держав, України в їх числі немає, тому подальше поширення даної методики залишається актуальним. У державах ЄС розраховується індекс цифровізації, що враховує складові зв'язку, людського капіталу (цифрові навички), використання цифрових технологій та цифровізацію державних послуг. Згідно з індексом лідерами цифровізації в ЄС є Фінляндія, Данія й Нідерланди, тому, очевидно, їхній досвід слід вивчати Україні в першу чергу при переході до цифрової економіки [7].

Зауважимо, що пришвидшення процесів діджиталізації економіки та зайнятості внаслідок COVID-2019 сфокусував увагу вчених на масштабах такого впливу. Одним з найавторитетніших соціологічних досліджень, яким користується МОП, є дослідження міжнародної консалтингової компанії McKinsey&Company, яке підтвердило наступне: пандемія стимулювала цифровізацію ланцюгів постачання на 3-4 роки наперед та, як результат, підвищила частку цифрових продуктів або продуктів з цифровою підтримкою («digitally-enabled products») на 7 років наперед [8]. Це приклад, як сформований потенціал може трансформуватись у реальні результати за наявності потужного стимулятора. Однак даний потенціал – *потенціал цифровізації економіки й зайнятості*, має формуватись щонайменше впродовж терміну підготовки фахівця вищої освіти, а за ідеальних умов –

упродовж усієї тривалості навчання, починаючи з дошкільного рівня. Цей аспект має враховувати Україна, перебуваючи в умовах невизначеності та серйозних безпекових загроз, щоб вже сьогодні розпочати процес удосконалення потенціалу цифровізації й переходу на стандарти цифрової економіки за взірцем держав ЄС та інших стратегічних міжнародних партнерів.

Слід визнати, що в Україні ситуація щодо аналізу цифрової зайнятості та інших нестандартних й дистанційних форм зайнятості є задовільною. Станом на лютий 2023 року опублікований статистичний збірник «Ринок праці» з показниками лише до 2020 року: кількість сумісників, що дозволяє з'ясувати тенденції вторинної зайнятості; кількість осіб з вимушеною неповною зайнятістю (перебували у відпустках без збереження заробітної плати) чи були переведені на неповний робочий день з економічних причин, що дозволяє припускати потребу населення в пошуку інших видів зайнятості [9]. Варто зосередити увагу на тому, що показники зайнятості в ІТ доступні завдяки спеціальним дослідженням громадських об'єднань. Одним з таких є Асоціація ІТ Ukraine. За результатами, кількість зайнятих в ІТ коливалась у межах 272,9 тис. у 2015 році – 289,0 тис. у 2021 році, в умовах війни 2022 року попередні оцінки кількості зайнятих сягають 329,2 тис. осіб; частка підприємств, у штаті яких перебував хоча б один ІТ-фахівець у 2021 році досягла 21,7 % [10]. На тлі браку офіційної статистики вчені й експерти вдаються до соціологічних обстежень. За оцінками «Рейтингу», в результаті впливу російсько-української війни на дистанційну зайнятість в Україні понад 50 % працівників втратили роботу, 21 % – працюють віддалено повністю чи частково [14]. Зазначені показники підтверджують, що в умовах війни близько 20 % з числа зайнятих працюють дистанційно, у тому числі в сфері ІТ.

Проблеми із задовільним статистичним обліком й аналізом цифровізації зайнятості в Україні можна вирішити, враховуючи помітну активізацію реалізації державної політики в даній сфері, у тому числі через створення в 2018 році Координаційної ради з розвитку цифрової економіки при Міністерстві економіки України, в 2019 році – створення Міністерства цифрової трансформації України (на суб'єктивну думку авторів – одне з найбільш ефективних міністерств), прийняття в 2018 році Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки, в 2021 році – Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації. Останній норматив є вкрай важливим для підвищення цифрової грамотності населення України та формування креативного класу молоді, здатної стимулювати розвиток цифрової економіки.

Варто підкреслити, що пандемія COVID-2019 обумовила внесення змін до трудового законодавства України та регламентування правових засад «дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу» [15]. Досвід зайнятості у період пандемії підготував ринок праці до нових викликів російсько-української війни та збереження економічної активності населення на можливому рівні.

На наше переконання, для України прискорення процесів діджиталізації економіки й зайнятості є необхідною, з огляду на такі реалії:

– позитивний вплив цифровізації щодо стійкості економіки, бізнесу, населення, що важливо для України в умовах нестабільності та зовнішніх безпекових загроз [16, с. 14];

– позитивний вплив цифровізації на конкурентоспроможність економіки України, її інвестиційну привабливість та використання високого інвестиційного потенціалу міжнародних партнерів;

– євроінтеграцію України та врахування пріоритетів цифровізації ЄС, закладених у чинному Порядку дій до 2030 року та спеціальних нормативах (для прикладу, Повідомлення Європейської Комісії «Кращі умови праці для міцнішої соціальної Європи: використання всіх переваг цифровізації для праці майбутнього», що закладає трудові права цифрової зайнятості за формою «platform work» [17]), Пропозиції Резолюції Парламенту про справедливі умови праці, права та соціальний захист працівників платформ – нові форми

працевлаштування, пов'язані з цифровим розвитком [18]), діяльності Агентства ЄС Eurofound і МОП;

- позитивні тенденції щодо зайнятості населення в сфері ІТ (розглянуті вище), коли навіть в умовах війни рівень зайнятості зберігається;

- необхідність підтримки зайнятості молоді (осіб до 35 років) як найбільш прогресивної соціальної групи, що актуально для недопущення демографічної катастрофи. Проблеми підтримки молоді були актуальними ще до 2022 року, що підтверджують наступні довоєнні тенденції (аналіз періоду 2000-2021 років):

- проблеми демовідтворення – кількість населення України скоротилась на 15 %, а молоді майже на 30 %; кількість дітей, народжених матерями у віці до 34 році, скоротилась на 51 %; загальний коефіцієнт шлюбності молоді у віці 15-34 років скоротився на 17 %;

- проблеми зайнятості – чисельність робочої сили у віці 15-34 років скоротилась на 35 %; рівень економічної активності молоді скоротився на 12 %; частка молоді в економічно активному населенні скоротилась на 18 %;

- міграційні проблеми – при стрімко зростаючій освітній еміграції молоді залишались вкрай низькими її рееміграційні наміри. За соціологічними оцінками січня 2022 року близько 60 % молоді не планували повертатись в Україну, відтак війна ще більше поглибила даний деструктив [19, с. 53].

Вагомим чинником на користь цифровізації економіки й зайнятості населення є рух України у напрямі євроінтеграції. Серед пріоритетів цифровізації ЄС до 2030 року, які є орієнтиром для України, ставляться завдання, що мають пряме відношення до сфери зайнятості. Мова йде про формування базових цифрових навичок для щонайменше 80 % населення, підтримку зайнятості в сфері ІТ з чисельністю фахівців у 20 млн осіб та їх гендерною конвергенцією, а також підтримку новаторів для збільшення їхньої кількості в статусі «EU Unicorns» (стартап-компанії, які в ході свого розвитку забезпечили вартість понад 1 млрд дол США) [20]. У той же час ЄС проводить ефективну політику видачі синіх карт і паспортів талантів у рамках вирішення власних демографічних проблем через залучення, як правило, обдарованої молоді, яких потребує економіка для стимулювання зеленого і цифрового переходу [21].

З нашої точки зору, влада України має враховувати політику ЄС для забезпечення циркулюючих міграцій та реалізації ефективної політики залучення молоді з інших держав. Виклики невизначеності й нестабільності в умовах російсько-української війни змушують до пошуку можливостей *розвитку економіки України на засадах цифровізації* відповідно до кращих світових зразків. В основі такого розвитку, на наш погляд, має бути державна ініціатива «Industry 4.0», яка б враховувала досягнення четвертої промислової революції. Успішним прикладом такого досвіду є Німеччина, яка через об'єднання провідних компаній, науково-освітніх організацій країни поставила за мету до 2030 року створити ефективні цифрові екосистеми, що характеризуються гнучким виробництвом, діяльністю адаптованих підприємств (здатних адаптуватись до змін за рахунок модульної організації виробничих ліній), орієнтованими на клієнта рішеннями, оптимізованою логістикою завдяки смарт-організації, автоматизованим використанням даних та ресурсозберігаючою циркулярною економікою [22]. Акцент на підтримку цифровізації через промисловість («industry») обумовлений основною роллю галузі в даних процесах як більш стійкої, не такої вразливої до криз як сфера послуг. Саме промисловість має бути ядром цифровізації й концентрації висококваліфікованих фахівців з цифровими навичками.

Початок реалізації державної ініціативи можливий у час війни, адже досягнення цілей потребує сприятливих передумов. Етапи цифровізації економіки та зайнятості мають бути є такими, що забезпечують послідовність кроків та перспективи євроінтеграції України.

Перший етап, що забезпечить готовність економіки та суспільства України до «Industry 4.0», безумовно, є освітнім. На даному етапі є невідкладними такі заходи:

– забезпечення загальної цифрової грамотності населення, що спричинить цифрову трансформацію бізнесу та її здатність використовувати цифрові технології, з окремою увагою до цифрових навичок молоді сільських територій;

– профільної підготовки фахівців, зокрема висококваліфікованих розробників програмного забезпечення, а також фахівців з цифровими навичками для галузей з найвищим потенціалом цифровізації (перелік галузей можна визначити на основі показників кількості зайнятих ІТ-фахівців, згідно яких в Україні такими є фармацевтика, наукові дослідження й розробки, туризм, хімічна промисловість, торгівля, металургія);

– підготовки кадрів з пріоритетом навичок і компетентностей – цифрових, підривних технологічних («disruptive», що здатні змінювати майбутнє, наприклад, ІТ-автоматизація, штучний інтелект, машинне навчання), а також особистих навичок стресостійкості, схильності до неперервного розвитку.

Другий етап реалізації державної ініціативи має включати важливі організаційно-правові заходи, особливо що стосується статистичного обліку цифрової зайнятості населення, у т.ч. молоді.

Третій етап має включати заходи, спрямовані на підтримку цифрової зайнятості молоді та реалізацію інноваційних бізнес-проектів з потенціалом «Unicorns» та які здатні на перспективу продукувати DeepTech-технології.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Діджиталізація економіки є визначальним трендом розвитку сучасної цивілізації, зумовлює інноваційні зміни у праці та зайнятості, несе як позитивні можливості, так і ризики. *Явище діджиталізації (цифровізації) зайнятості* відображає процес активізації використання цифрових технологій у трудовій діяльності, що веде до поширення нестандартних і дистанційних форм зайнятості. З урахуванням руху України у напрямі ЄС розвиток цих тенденцій має стратегічне значення. Цифровізацію економіки та зайнятості слід розглядати в якості стратегічного пріоритету повоєнного відновлення України та успішного її руху до ЄС. Основою для даного процесу має бути підвищення рівня цифрової грамотності та підтримка цифрової зайнятості населення, особливо молоді. Актуальним є впровадження державної ініціативи «Industry 4.0», для успішної реалізації якої в майбутньому мають створюватись сприятливі передумови щодо наявності: кадрів з достатніми цифровими компетентностями; чіткого організаційно-правового середовища цифрової зайнятості; ефективних заходів підтримки цифрового бізнесу й зайнятості молоді як умови інноваційних змін у праці та зайнятості, успішного руху у напрямі євроінтеграції.

Список використаних джерел

1. Matthes M., Kunkel S. Structural change and digitalization in developing countries: conceptually linking the two transformations. *Technology in Society*. 2020. № 63. P. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101428> (дата звернення: 15.02.2023).
2. Charles L., Xia Sh., Coutts A. P. Digitalization and Employment. A Review / International Labour Organization, 2022. 58 p. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_854353.pdf (дата звернення: 17.02.2023).
3. ILO Centenary Declaration for the Future of Work / International Labour Organization, 2019. 14 p. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_711674.pdf (дата звернення: 15.02.2023).
4. The Future of Jobs. Report 2020 / World Economic Forum, 2020. 163 p. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf (дата звернення: 19.02.2023).
5. Kassi O., Lehdonvirta V. Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research. *Technological Forecasting and Social Change*. 2018. Vol. 137. Pp. 241-248. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.056> (дата звернення: 19.02.2023).
6. The Online Labour Index 2020 : Online Labour Observatory. URL: <http://onlinelabourobservatory.org/oli-demand/>

7. Digitalization level of the European Union in 2022, by country : Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1245595/eu-digitalization-level/> (дата звернення: 15.02.2023).
8. How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point – and transformed business forever. Survey, 2020 : McKinsey. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever> (дата звернення: 19.02.2023).
9. Статистичний збірник «Праця України» : Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/11/Arch_pu_zb.htm (дата звернення: 15.02.2023).
10. Do IT Like Ukraine / IT Ukraine Assotiation, 2022. URL: <https://itukraine.org.ua/files/reports/2022/DoITLikeUkraine2022.pdf> (дата звернення: 15.02.2023).
11. Aleksynska M., Bastrakova A., Kharchenko N. Work on Digital Labour Platforms in Ukraine: Issues and Policy Perspectives. International Labour Organization, 2018. 64 p. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_635370.pdf (дата звернення: 20.02.2023).
12. Зануда А., Ковалевська Є. Дистанційка по-українськи: як вона змінила роботу і що буде далі : BBC News Україна (28.04.2021). URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56849251> (дата звернення: 20.02.2023).
13. Робота і зайнятість в умовах пандемії COVID-19 (травень 2021р.) : Разумков Центр. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/roboata-i-zainiatist-v-umovakh-pandemii-covid19-traven-2021r> (дата звернення: 19.02.2023).
14. П'ятнадцяте загальнонаціональне опитування. Україна під час війни. зайнятість і доходи (23-24 липня 2022) : Рейтинг. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pyatnadcat_obschenaci_opros_ukraina_vo_vremya_voyny_zanyatost_i_dohody_23-24_iyulya_2022_goda.html (дата звернення: 25.02.2023).
15. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу : Закон України № 1213-IX від 4.02.2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1213-20#Text> (дата звернення: 25.02.2023).
16. Ignat V. Digitalization and the global technology trends. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 2017. Vol. 227. P. 14-17. DOI 10.1088/1757-899X/227/1/012062 (дата звернення: 25.02.2023).
17. Better working conditions for a stronger social Europe : harnessing the full benefits of digitalisation for the future of work. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. Brussels, 9.12.2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2021%3A761%3AFIN> (дата звернення: 25.02.2023).
18. Report on fair working conditions, rights and social protection for platform workers – new forms of employment linked to digital development. European Parliament. 27.7.2021 (2019/2186(INI)). URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0257_EN.html#_section1 (дата звернення: 27.02.2023).
19. Біль М. М., Махонюк О. В., Мульска О. П., Бараняк І. Є., Карп'як М. О. Міграційна мобільність молоді : результати соціологічного дослідження та нові виклики в умовах війни: електрон. науково-аналітична доповідь / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2022. 72 с.
20. Europe's Digital Decade: digital targets for 2030. European Commission. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en (дата звернення: 27.02.2023).

21. Skills and Talent. European Commission. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-of-life/new-pact-migration-and-asylum/skills-and-talent_en (дата звернення: 27.02.2023).

22. Was ist Industrie 4.0? Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. URL: <https://www.plattform-i40.de/IP/Navigation/DE/Industrie40/WasIndustrie40/was-ist-industrie-40.html> (дата звернення: 27.02.2023).

References

1. Matthes, M. & Kunkel, S. (2020). Structural change and digitalization in developing countries: conceptually linking the two transformations. *Technology in Society*, 63, 1-13 [in English].

2. Charles, L., Xia, Sh. & Coutts, A.P. (2022). *Digitalization and Employment. A Review*. International Labour Organization. Retrieved from: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_854353.pdf [in English].

3. *ILO Centenary Declaration for the Future of Work* (2019). International Labour Organization. Retrieved from: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_711674.pdf [in English].

4. *The Future of Jobs. Report 2020* (2020). World Economic Forum. Retrieved from: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf [in English].

5. Kässi, O. & Lehdonvirta, V. (2018). Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research. *Technological Forecasting and Social Change*, 137, 241-248 [in English].

6. The Online Labour Index 2020. Online Labour Observatory. Retrieved from: <http://onlinelabourobservatory.org/oli-demand/> [in English].

7. Digitalization level of the European Union in 2022, by country. Statista. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1245595/eu-digitalization-level/> [in English].

8. *How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point – and transformed business forever. Survey* (2020). McKinsey. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever> [in English].

9. Statistical collection "Labor of Ukraine": State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/11/Arch_pu_zb.htm [in Ukrainian].

10. *Do IT Like Ukraine* (2020). IT Ukraine Association. Retrieved from: <https://itukraine.org.ua/files/reports/2022/DoITLikeUkraine2022.pdf> [in English].

11. Aleksynska, M., Bastrakova, A. & Kharchenko N. (2018). *Work on Digital Labour Platforms in Ukraine: Issues and Policy Perspectives*. International Labour Organization. Retrieved from: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_635370.pdf [in English].

12. Zanuda, A. & Kovalevska Ye. (2021). Dystantsiika po-ukrainsky: yak vona zminyla robotu i shcho bude dali [Ukrainian telecommuter: how she changed her job and what will happen next]. BBC News Ukraine. Retrieved from: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56849251> [in Ukrainian].

13. Robota i zainiatist v umovakh pandemii COVID-19 (2021). [Work and employment in the conditions of the COVID-19 pandemic]. Razumkov Center. Retrieved from: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/robota-i-zainiatist-v-umovakh-pandemii-covid19-traven-2021r> [in Ukrainian].

14. Piatnadtsiate zahalnonatsionalne opytuvannia. Ukraina pid chas viiny. zainiatist i dokhody (2020). [Fifteenth national survey. Ukraine during the war. employment and income]. Reitynh. Retrieved from: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pyatnadcat_obschenaci

_opros_ukraina_vo_vremya_voyny_zanyatost_i_dohody_23-24_iyulya_2022_goda.html [in Ukrainian].

15. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo udoskonalennia pravovoho rehuliuвання dystantsiinoi, nadomnoi roboty ta roboty iz zastosuvanniam hnuchkoho rezhymu robochoho chasu [*On amendments to some legislative acts of Ukraine regarding the improvement of legal regulation of remote, home work and work with flexible working hours: Law of Ukraine*]. Zakon Ukrainy № 1213-IX 4.02.2021. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1213-20#Text> [in Ukrainian].

16. Ignat, V. Digitalization and the global technology trends. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 2017. Vol. 227. P. 14-17. DOI 10.1088/1757-899X/227/1/012062 [in English].

17. Better working conditions for a stronger social Europe: harnessing the full benefits of digitalisation for the future of work. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. Brussels, 9.12.2021. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2021%3A761%3AFIN> [in English].

18. Report on fair working conditions, rights and social protection for platform workers – new forms of employment linked to digital development. European Parliament. 27.7.2021 (2019/2186(INI)). Retrieved from: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0257_EN.html#_section1 [in English].

19. Bil, M.M., Makhoniuk, O.V., Mulaska, O.P., Baraniak, I.Ye. & Karpiak, M.O. (2022). Migrantsina mobilnist molodi: rezultaty sotsiologichnoho doslidzhennia ta novi vyklyky v umovakh viiny: elektron. naukovu-analitychna dopovid [*Migration mobility of youth: results of a sociological study and new challenges in the conditions of war*]. DU "Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy", Lviv [in Ukrainian].

20. Europe's Digital Decade: digital targets for 2030. European commission. Retrieved from: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en [in English].

21. Skills and Talent. European commission. Retrieved from: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/new-pact-migration-and-asylum/skills-and-talent_en [in English].

22. Was ist Industrie 4.0? Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Retrieved from: <https://www.plattform-i40.de/IP/Navigation/DE/Industrie40/WasIndustrie40/was-ist-industrie-40.html> [in English].

SEMYKINA Maryna, Doctor of Science in Economics, Professor, professor of the Department of Economics and Entrepreneurship in Central Ukrainian National Technical University;

SIKORAKA Vladyslav, Graduate Student of the Department of Economics and Entrepreneurship, Central Ukrainian National Technical University;

SIKORAKA Ihor, Graduate Student of the Department of Economics and Entrepreneurship in Central Ukrainian National Technical University.

INNOVATIVE CHANGES IN THE WORK AND EMPLOYMENT CONTENT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION AND MOVEMENT TOWARDS EUROPEAN UNION

The essence of innovative changes in the work and employment content under the influence of large-scale digitalization of the economy has been highlighted. These latest changes concerned various spheres of economy, management and life, have changed the nature and content of work, have led to the employment transformations.

The essence of the digitalization of the economy, its challenges, opportunities, consequences, in particular the digitalization of employment, innovative transformations in the types and forms of employment have been revealed. Attention is focused on the dynamic development of digital employment.

The significance of the spread of digital employment among young people as the main progressive and knowledge-oriented social group has been updated. The global trends of digitalization of the economy and employment are analysed with an emphasis on EU countries, which makes it possible to justify the strategic direction of the post-war recovery of Ukraine based on the digital economy.

In the conditions of Ukraine's move towards EU, it has been proposed to ensure active stimulation of employment digitization processes within the framework of the implementation of the state initiative "Industry 4.0". It was determined that it is necessary to create a favorable environment for positive innovative changes in the content of work, the spread of digital transformations in the employment sphere with an emphasis on youth support.

Keywords: *innovative changes, digitalization of the economy, digital employment, remote employment, Industry 4.0, digital transformation, digital business, youth.*

*Одержано редакцією: 15.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 31.03.2023 р.*

УДК 330.341

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-41-47

ТАНКЛЕВСЬКА Наталія Станіславівна,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки та фінансів,
Херсонський державний аграрно-економічний
університет
ORCID: 0000-0003-2906-4051

БОРОВІК Любов Володимирівна,
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки,
підприємництва та економічної безпеки,
Херсонський національний технічний університет
ORCID: 0000-0001-7200-0497

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

***Анотація.** У статті розглянуто сутність поняття «інновація», проаналізовано тенденції розвитку інформаційно-комунікаційних й цифрових технологій, рівень використання відновлюваних джерел енергії як базису зростання економічної безпеки країни та соціального розвитку суспільства. Досліджено перспективи зростання обсягів використання енергії сонця, вітру, гідроенергетики, енергії термальних вод, біологічних енергоресурсів.*

***Ключові слова:** інновація, інформаційно-комунікаційні технології, цифровізація, зелена енергетика, економіка, відновлювані джерела енергії.*

Постановка проблеми. Дослідженнями проблем інноваційного розвитку національної економіки займалися й займаються багато науковців. Ця тема досліджень є надзвичайно актуальною, оскільки дає можливість вирішити питання енерго та ресурсозбереження, орієнтує державу на інтеграцію України до ЄС. Впровадження інноваційних, інформаційних, цифрових, виробничих й інших технологій відкриває шляхи до більш тісного міждержавного співробітництва в освоєнні відновлених джерел енергії, що у перспективі безумовно впливатиме не тільки на зростання енергетичної безпеки країни, а й поліпшення екологічної ситуації. Інноваційні технології дають можливість уже сьогодні більш активно використовувати енергію сонця, вітру, гідроенергію малих річок і водоймищ, та ін., підвищуючи рівень енергетичної незалежності країни. Враховуючи те, що відновлювані джерела енергії є невичерпними та екологічно чистими, а цифровізація економіки є інструментом отримання та передачі інформації про розвиток інноваційних технологій з використання невикопних джерел енергії, у своїй сукупності вони є одними з основних складових елементів основи інноваційного розвитку національної економіки. Цифровізація стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України - збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030 році, та забезпечення добробуту, комфорту й якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інноваційний розвиток інформаційних, цифрових, виробничих, енерго та ресурсозберігаючих технологій є предметом комплексних наукових досліджень таких вчених як А. О. Бакалінська, Г. Ю. Бідік, Л. В. Боровік, Н. Г. Георгіаді, О. О. Гуменюк, О. Л. Клепікова, Д. О. Котелевець, О. Е. Кузмін, М. Р. Личковська, В. О. Меджитова, О. А. Миколук, І. П. Малік, О. І. Піжук, М. В. Руденко, Н. С. Танклевська, Б. Г. Тучинський та ін. Але, незважаючи на значну кількість наукових

праць, враховуючи динамічний розвиток інформатизації економіки та ресурсозберігаючих технологій, проблема інноваційного розвитку національної економіки залишається актуальною.

Метою дослідження є аналіз тенденції і можливостей розвитку інновацій, зокрема інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізації економіки та використання відновлюваних джерел енергії, як одних з основних факторів розвитку національної економіки. Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань: визначення сутності економічної категорії «інновація» та її вплив на розвиток економіки; виявлення основних ознак появи інформаційної економіки в Україні та досягнень цифровізації; визначення переваг техніко-технологічне освоєння ресурсного потенціалу відновлюваних джерел енергії.

Виклад основного матеріалу. Постійно зростаючі потреби суспільства у збільшенні обсягів виробництва продовольства та промислових товарів й поліпшення їх якості, змушують вчених досліджувати проблеми інноваційного розвитку суспільного господарства.

Сутність економічної категорії «інновація» досліджували ще основоположники класичної економіки. Так, Д. Рікардо (1772-1823 р.р.) у своїй науковій праці [2], указував на те, що «...той, хто зробив відкриття машин буде насолоджуватися додатковими перевагами, продукуючи більший прибуток». Дж. М. Кейнс, досліджуючи розвиток інноваційних процесів у суспільному господарстві, висловив думку, що «...певна епоха до початку історії людства може вважатися картиною прогресу, схожою із сучасною, при цьому слід враховувати що ... сучасна епоха розпочалася разом з накопиченням капіталу у XVI столітті» [3]. Р. Скотт, досліджуючи кризові явища та розвиток інноваційних процесів у ці періоди, довів, що науково-технічна революція здійснює позитивний вплив на розвиток економіки і є основним фактором впливу на вихід суспільного господарства з економічної кризи [4]. Й. Шумпетер у своїх наукових працях довів, що інноваційна діяльність є основою підприємницької діяльності, а інновація – це процес втілення нових технологій, нових виробничих заходів, нових джерел постачання, нових форм індустріальної організації [5]. Він також вперше охарактеризував економічний термін «інновація», визначивши наступні його ознаки використанням нової техніки та технологій, або ж новим забезпеченням ринкового виробництва; впровадженням продукції з новими якостями, використанням нової сировини; зміною організації виробництва та його матеріально-технічного забезпечення; появою нових ринків збуту.

У сучасній науковій літературі досі не існує однозначного трактування поняття «інновація». Так, за визначенням Г. Г. Шпикуляка інновація – це нове знання, отримане у результаті науково-технічної діяльності, творчої праці, яке набувши форму інтелектуального продукту приймає участь у ринковому обміні [6]. Отже, інновації несуть завжди щось нове у виробництво, шляхом запровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій, цифровізації технологічних процесів, поглиблення знань, використання відновлюваних джерел енергії, отримання конкурентоспроможного інноваційного продукту.

Одним з найважливіших факторів інноваційного розвитку економіки є системне інформаційне забезпечення суб'єктів виробництва та суспільства, на основі якого виникає потреба у функціонуванні інформаційної економіки. Інформаційна економіка виникла у результаті зміни пріоритетності секторів економіки: у міру насичення першого сектора економіки (видобуток сировини) поступово збільшувалася частка другого сектора (переробка сировини); а у міру насичення другого сектора економіки поступово збільшувалася частка третього сектора (сектор виробничих і особистих послуг) з подальшим відокремленням торгівлі, сфери фінансових послуг, страхування й операцій з нерухомістю до четвертого сектора, а також охорони здоров'я, освіти, наукових досліджень, сфери відпочинку й сфери державного управління до п'ятого сектора [7].

Підкреслюючи важливість інформації у суспільному житті, автори висловили думку, що завдяки розвитку інформаційних технологій, на початку третього тисячоліття відбудуться

значні зрушення у світовій економіці, політиці, культурі, які сприятимуть глобалізації соціального простору та зростанню глобальних ризиків, спільних для усього населення світу [8; 9]. Завдяки інформації з'являються інноваційні технології у сферах виробництва й управління, виникають нові форми соціального й технічного розподілу праці та більш ефективні моделі реалізації продукції, активно модернізуються виробничі технології та удосконалюються методи управління ними, більш ефективно використовується ресурсний потенціал товаровиробників. Враховуючи те, що підприємства орієнтовані на зростання власної конкурентоспроможності та посилення економічної безпеки формування інвестиційного потенціалу, як основи економічного розвитку суб'єкта господарської діяльності, застосування інформаційно-комунікаційних технологій дає їм змогу більш ефективно впроваджувати інноваційні технології виробництва й реалізації продукції; формувати спільні екосистеми підприємств, що є учасниками кластеризованих та інших об'єднань; отримувати конкурентні переваги на ринках збуту продукції; залучати інвесторів до впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій.

Стрімке зростання користувачів інтернет-послугами, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій є передумовою формування інформаційної економіки, тобто такої економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність суб'єктів господарської діяльності залежатиме від їх здатності продукувати, обробляти, аналізувати, зберігати й ефективно використовувати отриману інформацію. Основними ознаками появи інформаційної економіки в Україні можуть бути зміна матеріально-технічної бази виробництва на інноваційну, яка характеризуватиметься автоматизацією та комп'ютеризацією засобів виробництва; впровадження сучасних інформаційних технологій у виробництво, торгівлю та послуги; розширення комп'ютерної мережі Інтернет та створення на цій основі мережевих підприємств, що зумовить появу нових форм праці, які характеризуватимуться дистанційністю; поява підприємств та корпорацій нового типу, що функціонуватимуть у мережі Інтернет, а також галузі економіки – інформаційної індустрії. Цифрова трансформація українського бізнесу є безальтернативним шляхом його подальшого розвитку в сучасних умовах постпандемії, глобалізаційних викликів і проблем, викликаних повномасштабним воєнним вторгненням росії в Україну [10].

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в Україні призвів до появи в країні цифрових технологій. Можна стверджувати, що цифровізація це динамічний розвиток економіки й суспільства, який базується на впровадженні інноваційних технологій, що дає змогу підвищити якість життя населення. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр заклала базис її подальшого розвитку [11]. Цьому процесу активно і потужно сприяє Міністерство цифрової трансформації України, зокрема проекти: Дія. Державні послуги онлайн, Дія. Бізнес, Дія. Цифрова освіта. На порталі «Дія» доступні онлайн понад 70 державних послуг, зокрема реєстрація ФОП. Україна легалізувала крипто сектор і посідає 4 місце за кількістю користувачів криптовалютою. Кількість користувачів застосунку «Дія» перевищила 17 мільйонів, 60% бізнесу в Україні відкривається онлайн, щодня відбувається більше ніж 10 тисяч операцій шерингу та валідації цифрових документів. Як відзначив Д. Шмигаль, цифровізація – це колосальний інвестиційний ресурс, який є можливість спрямувати на розвиток економіки [12]. У категорії країн-лідерів 2022 року Україна посіла 21-ше місце серед 100 країн світу, а в рейтингу за технологічними компетенціями – восьме, саме такий результат оприлюднено в щорічному дослідженні Global Skill Report 2022 від Coursera [13].

Одним з найважливіших напрямів інноваційного розвитку суспільства й економіки країни є техніко-технологічне освоєння ресурсного потенціалу відновлюваних джерел енергії. Вирішуючи проблему забезпечення енергетичної незалежності, держава скеровує зусилля на отримання енергії з таких джерел як енергія сонця, вітру, побутових й промислових відходів, використання гідро- та геотермічної енергії, використання біологічних видів палива і газу. До основних переваг використання відновлюваних джерел

енергії належать наявність невичерпних ресурсів і можливість застосування у кожній галузі економіки; зниження негативного впливу на довкілля радіоактивного й теплового забруднення разом із викидами різних забруднюючих речовин та парникових газів; зменшення витрат на виробництво продукції, що сприятиме зростанню її конкурентоспроможності на ринках збуту [8; 14].

Надзвичайно велика увага держави до розвитку ВДЕ визначається зростанням потреби суспільного господарства у електричній енергії, яка має зрости у 2 рази до 2030 року і у 4 рази до 2050 року порівняно з 2000 роком. На кліматичній конференції ООН (Німеччина) у 2017 р., Україна репрезентувала план переходу країни на використання відновлюваної енергії до 2050 року. Проєкт передбачає збільшення частки енергії з відновлюваних джерел енергії у валовому кінцевому енергоспоживанні у 3 рази – з 9% у 2020 році до 27% у 2030 році, зокрема у секторах:

- електроенергетики – збільшення частки енергії з ВДЕ у 2 рази – з 14% до 25%;
- опалення та охолодження – зростання частки енергії з ВДЕ у 4 рази – з 9% до рівня 35%;
- збільшення частки енергії з відновлюваних джерел у споживанні транспортним сектором у 5 разів – з 3% до рівня 14% [14].

Згідно з цим планом найбільш перспективними для України є сонячна, вітрова та гідроенергетика. Так, сонячна енергія є найбільш зручним джерелом отримання екологічно чистої електричної енергії. У перспективі вона може стати одним з основних джерел світла і тепла на планеті. В Україні, середньорічна кількість сонячної енергії, яка надходить на кожний квадратний метр поверхні території країни коливається від 1000 кВт.год. (Захід), до 1400 кВт.год. (Південь). Річний технічно досяжний потенціал використання сонячної енергії складає 38,2 млрд кВт.год/рік [14].

Вітрова енергетика – це галузь відновлюваної енергетики, яка використовує кінетичну енергію вітру для отримання електроенергії. За оцінками експертів на території України можна використовувати електростанції потужністю понад 16 ГВт і щорічно виробляти 10,5 млн т.н.е., заощаджуючи 13 млрд м³ природного газу. Для розвитку вітрової енергетики найбільш перспективним є узбережжя Чорного й Азовського морів, гірська місцевість Кримських та Карпатських гір, АР Крим, Херсонська, Запорізька, Одеська, Миколаївська області. У середньому за рік усіма вітроелектростанціями України генерується електроенергії 700-750 млн кВт/год.

Гідроенергетика має великі можливості для свого розвитку за рахунок спорудження гідроелектростанцій на існуючих водоймищах, проведення відновлення та реконструкцію об'єктів малої енергетики, будівництва малих і мікрогідроелектростанцій на невеликих річках та існуючих гідротехнічних спорудах [15]. Враховуючи те, що територією країни протікає понад 63 тис. малих річок, вона має великий потенціал і можливості для збільшення виробництва електроенергії. За рахунок Вінницької, Луганської, Рівненської, Тернопільської, Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської й Чернігівської областей можливо отримати додатково 2540 млн кВт/год. Усього ж, за даними Інституту відновлюваної енергетики НАН України, без негативних наслідків для екології, малі гідроелектростанції можуть виробляти не менше 3750 млн кВт/год. електроенергії.

Україна також має великі можливості отримання біологічної енергії. З таких культур як ріпак і соняшник можна виробляти біодизельне паливо, з кукурудзи й пшениці біоетанол. За оцінкою Біоенергетичної асоціації України, потенціал біомаси в країні становить 27 млн т. умовного палива (у вугільному еквіваленті).

Важливим джерелом отримання відновлюваної енергії є геотермальна енергія, яка акумульована у перших десятих кілометрах земної кори і, за оцінкою вчених, досягає 137 трлн т умовного палива, що вдсятеро перевищує геологічні ресурси всіх видів палива разом узятих. Найбільш доступними для використання геотермальної енергії є такі енергетичні ресурси як термальні води та пароводяні суміші. В Україні річний енергетичний потенціал

цього виду енергетики становить понад 400 млн Гкал., а експлуатаційні ресурси термальних вод, за запасами тепла, еквівалентні використанню 10-12 млн т умовного палива щороку [16].

Однак, переважна більшість встановлених об'єктів відновлювальної енергетики знаходяться у південних і південно – східних областях країни, де йдуть активні бойові дії. За даними Української вітроенергетичної асоціації через широкомасштабну війну в Україні зупинено понад $\frac{3}{4}$ вітроенергетичних потужностей, а 5 вітрових турбін в Херсонській області, що встановлені на Мирненській, Сиваській та Новотроїцькій вітроелектростанціях, сьогодні є знищеними, електропередачі в Мелітополі Запорізької області не працюють, біоенергетичні потужності в Чернігові зазнали пошкоджень та ін. В березні 2022 року, енергосистеми України та Молдови повністю синхронізувались з енергомережею континентальної Європи ENTSO-E, що стало одним із важливих рішень спрямованих проти країни-агресора та новим вікном можливостей для «зеленої» генерації.

Ще одним позитивним для сектору рішенням воєнного часу є підписання Президентом України Володимиром Зеленським Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку систем накопичення енергії», який дає «зелене» світло масштабному будівництву систем накопичення і зберігання енергії в Україні.

Висновки. Розкрита сутність економічної категорії «інновація» та встановлено зв'язок цього поняття з інноваційним розвитком економіки та суспільства в Україні. Визначено, що використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізація економіки, початок інноваційного розвитку енергетики в Україні, використання відновлюваних джерел енергії свідчить про поступовий перехід суспільного господарства країни на інноваційні шляхи свого розвитку. В післявоєнний період розвиток «зеленої» генерації можливий за умови прийняття Національних стратегій із розвитку ВДЕ, розвитку офшорної вітроенергетики, впровадження «зелених» аукціонів, збільшення використання біомаси у генерації електро- та теплоенергії, застосування практик з відновлення навколишнього середовища, сприяння розвитку енергетичних ініціатив, що окреслює проблематику і перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <http://surl.li/azjgc> (дата звернення: 01.03.2023).
2. Ricardo D. Principles of Political economy and Taxation. London : Penguin Books, 1971.
3. Keynes J. M. Economic Possibilities for our Grandchildren / John Maynard Keynes . Essays in Persuasion. New York : Harcourt Brace, 1930. pp. 358–373.
4. Scott R. E. Globalization Lowers the Wages of U. S. Workers / R. E. Scott ; Economic Policy Institute // Fact sheet. March. 2015. P. 2–3.
5. Joseph Alois Schumpeter. The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. 1934. 255с.
6. Шпикуляк О. Г. Інституції аграрного ринку. К. : ННЦ ІАЕ УААН, 2009. 57с.
7. Бакалінська А. О. Передумови становлення та розвиток інформаційної економіки в Україні. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2022. Вип. 67. С. 87–96. URL: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.67.2022.277701> (дата звернення: 26.02.2023).
8. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. №11. С. 61–65.
9. Піжук О. І. Цифрова трансформація економіки України: обмеження та можливості : монографія / Ун-т ДФС України. Ірпінь, 2020. 504 с.
10. Котелевець, Д. О. Тенденції розвитку цифрової економіки в Україні. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління, 2020. (5). URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-03-01> (дата звернення: 01.03.2023).
11. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. URL: <http://surl.li/hcidy> (дата звернення: 01.03.2023).

12. Шмигаль Д. Цифровізація – це колосальний інвестиційний ресурс, який є змога спрямувати на розвиток економіки. Diia Summit. 2020. URL: <http://surl.li/hqllq> (дата звернення: 28.02.2023).

13. Щорічне дослідження Global Skill Report 2022 від Coursera. URL: <https://bit.ly/3NWy111> (дата звернення: 01.03.2023).

14. IRENA (2015). Remap 2030 Renewable Energy Prospects for Ukraine. URL: <http://surl.li/hqofu>. (дата звернення: 01.03.2023).

15. Боровік Л. В., Танклевська Н. С. Концептуальні засади удосконалення інвестиційної політики розвитку сільського господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 26(1). С. 24–28.

16. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. URL: <http://de.com.ua/uploads/0/1703/EnergyStratagy2030.pdf>. (дата звернення: 15.02.2023).

References

1. Ukrayina 2030E – krayina z rozvynutoyu tsyfrovoyu ekonomikoju. Ukrayins'kyi istytut maybutn'oho. Retrieved from: <http://surl.li/azjgc> [in Ukrainian].

2. Ricardo, D. (1971). *Principles of Political Economy and Taxation*. London: Penguin Books. [in English].

3. Keynes, J.M. (1930). *Economic Possibilities for our Grandchildren*. John Maynard Keynes. *Essays in Persuasion*. New York: Harcourt Brace, 1932. pp. 358-373. [in English].

4. Scott, R.E. (2015). Globalization Lowers the Wages of U. S. Workers. R. E. Scott; Economic Policy Institute. Fact sheet. March. P. 2-3. [in English].

5. Joseph, A. Schumpeter. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. 255 p. [in English].

6. Shpykulyak, O.H. (2009). Instytutsiyi aharnoho rynku [*Agricultural market institutions*]. K.: NNTS IAE UAAN. 57 p. [in Ukrainian].

7. Bakalins'ka, A.O. (2022). Peredumovy stanovlennya ta rozvytok informatsiynoyi ekonomiky v Ukrayini [*Prerequisites for the formation and development of Information Economy in Ukraine*]. *Zbirnyk naukovykh prats' CHDTU. Seriya: Ekonomichni nauky*. Vyp. 67. S. 87-96. Retrieved from: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.67.2022.277701> [in Ukrainian].

8. Rudenko M.V. (2018). Tsyfrovizatsiya ekonomiky: novi mozhlyvosti ta perspektyvy [*Digitalization of the economy: new opportunities and prospects*]. *Ekonomika ta derzhava - Economy and the state*. №11. Pp.61-65. [in Ukrainian].

9. Pizhuk, O.I. (2020). Tsyfrova transformatsiya ekonomiky Ukrayiny: obmezheniya ta mozhlyvosti [*Digital transformation of the economy of Ukraine: Limitations and opportunities*]: monohrafiya / Un-t DFS Ukrayiny. Irpin', 504 s. [in Ukrainian].

10. Kotelevets', D.O. (2020). Tendentsiyi rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky v Ukrayini [*Development Trends of the Digital Economy in Ukraine*]. *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: ekonomika ta upravlinnya*, (5). Retrieved from: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-03-01> [in Ukrainian].

11. Kontseptsiya rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky ta suspil'stva Ukrayiny na 2018-2020 rr. [*The concept of digital economy and society development of Ukraine in 2018-2020*]. Retrieved from: <http://surl.li/hcidy> [in Ukrainian].

12. Shmyhal', D. (2020). Tsyfrovizatsiya – tse kolosal'nyy investytsiynyy resurs, yakyy ye zmoha spryamuvaty na rozvytok ekonomiky. Diia Summit [*Digitalization is a huge investment resource that can be used to develop the economy. Diia Summit*]. Retrieved from: <http://surl.li/hqllq> [in Ukrainian].

13. Annual study Global Skill Report 2022 by Coursera. Retrieved from: <https://bit.ly/3NWy111> [in English].

14. IRENA (2015), Remap 2030 Renewable Energy Prospects for Ukraine. Retrieved from: <http://surl.li/hqofu> [in English].

15. Borovik, L.V., Tanklevs'ka, N.S. (2019). Kontseptual'ni zasady udoskonalennya investytsiynovi polityky rozvytku sil's'koho hospodarstva [*Conceptual principles of improving the investment policy of agricultural development*]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu - Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*. № 26(1). pp. 24-28. [in Ukrainian].

16. The Energy Strategy of Ukraine until 2030. Retrieved from: <http://de.com.ua/uploads/0/1703/EnergyStrategy2030.pdf>. [in English].

TANKLEVSKA Nataliya, Doctor of Science in Economic, Professor, Head of Economic and Finance Department, Kherson State Agrarian and Economic University;

BOROVIK Liubov, Doctor of Science in Economic, Associate Professor, Professor of Economic, Entrepreneurship and Economic Security Department, Kherson National Technical University.

INNOVATIONS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY AND SOCIETY

Objective. *To analyse the trends and opportunities for the development of information and communication technologies, digitalisation of the economy and the use of renewable energy sources as one of the main elements of the basis for innovative development of the national economy and society.*

Results. *The article considers the essence of the concept of "innovation", analyses the trends in the development of information and communication and digital technologies, the level of use of renewable energy sources as a basis for the growth of economic security of the country and social development of society. Prospects for growth in the use of solar, wind, hydropower, thermal water, and biological energy resources are investigated.*

Scientific novelty. *Many scientists have been and are still studying the problems of innovative development of the national economy and society. This research topic is extremely relevant, as it makes it possible to address energy and resource conservation issues and guides the state towards Ukraine's integration into the EU. The introduction of innovative, information, digital, production and other technologies opens the way to closer interstate cooperation in the development of renewable energy sources, which in the future will definitely have an impact not only on the country's energy security but also on improving the environmental situation. Given that renewable energy sources are inexhaustible and environmentally friendly, and that digitalisation of the economy is a tool for obtaining and transmitting information on the development of innovative technologies using non-fossil energy sources, they are together one of the main components of the basis for innovative development of the national economy and society.*

One of the most important areas of innovative development of the country's society and economy is the technical and technological development of the resource potential of renewable energy sources. In addressing the issue of energy independence, the state is focusing its efforts on obtaining energy from such sources as solar, wind, household and industrial waste, hydro- and geothermal energy, and biofuels and gas.

Practical significance. *The essence of the economic category "innovation" is revealed and the relationship of this concept with the innovative development of the economy and society in Ukraine is established. The use of innovative information and communication technologies and digitalisation of the economy are analysed. An assessment of the innovative development of energy in Ukraine and the use of renewable energy sources is made, which indicates a gradual transition of the country's public economy to innovative ways of development. The use of non-fossil energy resources as a way out of the energy crisis, economic growth, and improvement of living standards is substantiated.*

Keywords: *innovation, information and communication technologies, digitalisation, society, economy, renewable energy sources.*

*Одержано редакцією: 28.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 12.04.2023 р.*

УДК 343.352

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-48-56

ТРЕЩОВ Мирослав Миколайович,
доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри управління та адміністрування,
Дніпропетровський державний університет
внутрішніх справ
ORCID: 0000-0001-6651-9970

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ: КОМПАРАТИВНА АНАЛІТИКА

У статті досліджено актуальний стан реалізації антикорупційної політики в Україні та обґрунтовано шляхи боротьби з корупцією в умовах війни та в період повоєнної реконструкції. Виокремлено ключові кроки в рамках реформ, спрямованих на запобігання корупції. Доведено на практичних ситуаціях недосконалість забезпечення незалежності призначення керівників антикорупційних інституцій. За результатами аналізу Індексу сприйняття корупції засвідчено, що за останнє десятиріччя Україна хоча й піднялася рейтингу Transparency International, через декларативні дії з побудови антикорупційної системи досі залишається корумпованою країною в Європі; за показником індексу економічної свободи – опинилась серед «переважно невірних» країн. Узагальнено проблеми появи додаткових корупційних ризиків після закінчення воєнних дій та вектори їх подолання.

***Ключові слова:** державне управління; місцеве самоврядування; антикорупційна політика; корупція; Індекс сприйняття корупції; антикорупційні інституції.*

Постановка проблеми. В умовах триваючої активної фази російсько-української війни одним із пріоритетних завдань ефективного функціонування системи публічного управління є реформування механізмів забезпечення публічності і прозорості урядування на тлі зниження корупційних ризиків. Ці процеси з одного боку додатково актуалізуються вимогами реформи децентралізації влади, адже за таких умов стають дієвим інструментом розвитку територіальних громад, формою посилення політичної та соціально-економічної самостійності в цілому та поліпшення якості і доступності соціальних послуг, що зокрема може стати підґрунтям підвищення соціального благополуччя громадян нашої держави. З іншого боку нівелювання можливості корупційних проявів є однією з ключових вимог резолюції Європейського парламенту щодо невідкладного надання Україні статусу кандидата на членство в Європейському Союзі.

Сьогодні, в умовах викликів самому факту існування України як держави та необхідності переформатування майже всіх сфер життя в Україні, суспільна небезпека корупційних правопорушень, як на рівні органів державної влади і місцевого самоврядування, так і на рівні бізнес-середовища та громадянського суспільства викликають зневагу та взаємну недовіру населення і владних структур, що становить загрозу національній безпеці України та унеможлиблює розвиток діалогу щодо необхідних заходів модернізації суспільних відносин на шляху євроінтеграції України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корупція охопила всі ланки публічного управління, не просто гальмуючи сталий розвиток, а наочно загострюючи економічну, соціальну і політичну кризи. Тому, характеризуючи рівень корумпованості українського інституційного середовища, Т. Крушельницька та О. Матвеева взяли на себе сміливість визначити ступінь її поширення і глибини як сингулярний (певний стан об'єкта, щільність якого наближається до нескінченності) [1, с.39-40]. Відтак, до проблеми корупції звертаються дослідники чи не переважної більшості сфер публічного управління та

адміністрування – від концептуальних засад до галузевих аспектів, бюджету та фінансів, а також на різних рівнях влади. Попри наявність систематичних напрацювань щодо причин виникнення та шляхів подолання корупціогенних факторів оновлення потребує аналітичний супровід проблематики дослідження в Україні, у тому числі з урахуванням наслідків повномасштабного вторгнення РФ.

Актуальність. Отже, постає актуальне для публічного управління завдання аналізу перспективних напрямів реформування механізму забезпечення публічності і прозорості урядування на тлі боротьби з корупційними проявами в умовах війни та активізації євроінтеграційних процесів, враховуючи нові реалії політичного, економічного і соціального життя в Україні та базуючись на досвіді провідних країн світу щодо реалізації державної антикорупційної політики.

Мета та завдання статті. Метою статті є дослідження стану реалізації антикорупційної політики в Україні та обґрунтування шляхів боротьби з корупцією в умовах війни та в період повоєнної реконструкції. Для досягнення мети передбачено розв'язання таких завдань, як дослідження особливостей системи забезпечення публічності і прозорості публічного управління та боротьби з корупцією, останніх антикорупційних реформ, виявлення проблемних аспектів діяльності спеціалізованих антикорупційних інституцій, аналізу позицій України в міжнародному рейтингу сприйняття корупції і за показником індексу економічної свободи, на підставі чого визначити основні корупційні ризики в умовах війни та після закінчення воєнних дій і обґрунтувати шляхи боротьби з корупцією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Євроінтеграційні прагнення України та процес залучення нашої держави до євроатлантичних структур є одними із головних рушіїв досягнення транспарентності влади і активізації антикорупційних процесів. Вони уособлюються у вигляді імплементації моральних та законодавчих принципів країн-членів «антиросійського» альянсу, міжнародна, військова, фінансова, гуманітарна та інституційна допомога яких надає можливість Україні продовжувати опір російській агресії.

Новий етап розвитку системи забезпечення публічності і прозорості публічного управління та боротьби з корупцією розпочато 17.06.2022 р. з прийняттям Європейською комісією рекомендацій Європейській раді щодо надання Україні статусу кандидата на вступ до Європейського Союзу, одночасно з висуненням вимог щодо проведення інституційних реформ задля досягнення вимог відповідності статусу кандидата на членство в Європейському Союзі.

Хоча Україна і є учасником усіх ключових міжнародних антикорупційних конвенцій, включаючи Конвенцію ООН проти корупції (UNCAC), низка рекомендацій відповідних міжнародних антикорупційних моніторингових механізмів, у тому числі GRECO, залишаються невиконаними. Водночас зазначимо, що в українському законодавчому полі криміналізовано всі форми корупційних проявів, включно з незаконним збагаченням, врегульовано конфлікт інтересів, захист викривачів корупціонерів та забезпечено прозоре фінансування партійних організацій.

Потужним кроком стало прийняття Закон України «Про засади державної антикорупційної політики на 2021-2025 роки», метою якого визначено досягнення суттєвого прогресу в запобіганні та протидії корупції, а також забезпечення злагодженості і системності антикорупційної діяльності всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування, та запропоновано визначити корупцію як ключову перешкоду стабільному економічному зростанню і розбудові ефективних та інклюзивних демократичних інститутів [2], та схвалення Державної антикорупційної програми на 2023 – 2025 рр. на виконання Антикорупційної стратегії на 2021-2025 рр., якою передбачено проведення понад 1700 заходів у 15 ключових сферах задля зменшення рівня корупції і забезпечення доброчесності, зокрема, у судочинстві, обороні, правоохоронній діяльності, державному регулюванні економіки, митній справі та оподаткуванні, містобудуванні та управлінні земельними

ресурсами, корпоративному управлінні державними підприємствами, освіті, охороні здоров'я, соціальному захисті тощо.

Також в Україні успішно проведено низку реформ спрямованих на запобігання корупції та захист державного бюджету, зокрема у сферах державних закупівель, надання державних послуг, енергетики, банківської справи та охорони здоров'я. У 2016 р. введено в дію прозору та комплексну електронну систему декларування майна для державних службовців, службовців органів місцевого самоврядування та пов'язаних з ними осіб і осіб, що мають відношення транзакцій бюджетних коштів, яка дозволяла здійснювати автоматичні перевірки та надавала відкритий доступ до поданих декларацій. З метою дотримання принципу прозорості в процесах державних закупівель, які мають значну вірогідність прояву корупційних ризиків, було впроваджено електронну систему державних закупівель ProZorro.

Погоджуючись із С. Шевченком та Н. Сидоренко, у питаннях боротьби з корупцією електронний уряд має чимало переваг: забезпечення прозорості, співпраці, публічної участі, рівного доступу, розширення можливостей та економія найважливішого ресурсу – часу [3, с. 77].

За рекомендаціями міжнародного співтовариства в Україні створено спеціалізовані антикорупційні інституції для розслідування, кримінального переслідування та розгляду справ про корупцію на рівні політичних, управлінських та бізнес-еліт (Національне антикорупційне бюро, Спеціалізована антикорупційна прокуратура, Національне агентство з питань запобігання корупції, Агентство з питань повернення та управління активами та Вищий антикорупційний суд), яким відповідно до міжнародних стандартів, на дотриманні яких наполягають представники США та ЄС, було надано широкі повноваження, в результаті чого всупереч очікуванням, ці інституції почали ефективно функціонувати, а їх діяльність набуває все більш незалежного характеру.

Однак, мають місце негативні події в діяльності означених структур. Прикладом чого є призначення нового керівника САП, що стартувало ще восени 2020 р. У грудні 2021 р. члени відбіркової комісії, запропоновані Верховною Радою України, відмовилися офіційно затвердити відбір. З огляду на ситуацію посли країн G-7 заявили, що затримка з обранням керівника є не виправданою і суперечить зобов'язанням України. Як результат призначення обраного кандидата відбулося лише в липні 2022 р.

Це призначення мало велике значення для підтримки України з боку партнерів, які визначили його індикатором боротьби з корупцією та проведенням антикорупційних реформ, а також однією з умов, за яких Україна зберегла статус кандидата на вступ до ЄС, наданий авансом в червні 2022 р.

Аналогічна ситуація склалася і з конкурсом на призначення керівника НАБУ. Після завершення в червні 2022 р. терміну повноважень колишнього керівника НАБУ А. Ситника новообраного кандидата призначили лише у березні 2023 р. попри прискіпливу увагу міжнародних партнерів.

Зазначимо, що забезпечення незалежності усіх антикорупційних інституцій є головною умовою забезпечення ефективності їх діяльності. При цьому керівники органів державної влади та органів місцевого самоврядування зобов'язані забезпечити рівний доступ громадян до державної служби та служби в органах місцевого самоврядування відповідно до кваліфікації та професійної підготовки незалежно від статі претендента [4, с. 120].

На поточний момент прерогативою є інтенсифікація роботи НАБУ, оскільки з превентивної сторони діяльності до компетенції НАБУ входять такі сфери антикорупційної діяльності як конфлікти інтересів, перевірка задекларованих активів, аудит витрат політичних партій та захист викривачів. З правоохоронної сторони НАБУ є однією з інституцій, якій, як свідчать результати експертних опитувань, довіряють найбільше, і вона дедалі більше розвиває інституційні можливості та активнішу позицію для розгляду звинувачень у корупції з боку високопосадовців.

Спільними зусиллями НАБУ, САП та ВАСУ впровадили сучасну систему електронного управління справами для сприяння розслідуванню та розгляду корупційних справ про корупцію на найвищих щаблях влади, а створення ВАКС у 2019 р. шляхом прозорого найму суддів і персоналу на основі персональних компетентностей значно полегшило роботу антикорупційних інституцій і призвело до зростання рівня ефективності розгляду справ щодо корупційних правопорушень.

Що стосується списку справ про корупцію на найвищому рівні, то за 2019-2022 рр. ВАКС виніс загалом 72 вироки, з яких 39 є остаточними, у тому числі у справах проти народних депутатів, суддів, прокурорів, депутатів місцевих рад та керівництва суб'єктів господарювання державної форми власності [5].

Попри той факт, що за останнє десятиріччя Україна піднялася в рейтингу сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) Transparency International, через декларативні дії з побудови антикорупційної системи вона залишається другою найкорумпованішою країною в Європі після країни-спонсора тероризму – Російської Федерації. Динаміка індексу сприйняття корупції України з 2011 року засвідчує незначне покращення ситуації, оскільки отримані в 2022 році 33 бали зі 100 відповідають рівню дуже корумпованих країн, і це значно нижче, ніж показник таких європейських країн, які розвиваються (наприклад, Албанія – 36 балів, Боснія та Герцеговина – 34 бали, Молдова – 39 балів) [6].

Як результат за показником індексу економічної свободи, який є маркером перспектив глобальної конкурентоспроможності та соціально-економічного розвитку країн, Україна в 2023 році отримала 130 місце, що відносить нас до «переважно невірних» країн з огляду на наявність економічних свобод. Більше того – Україна знаходиться на межі попадання до групи країн, де відсутні економічні свободи, та втратила 35 позицій порівняно з рейтингом 1995 р. (перший розрахунок даного показника), коли наша країна була класифікована як країна з достатньо розвиненими економічними свободами [7].

Високий рівень корумпованості життєдіяльності українського суспільства, представників бізнес-середовища, органів публічного управління та політичному ставить під сумнів перспективи повоєнної відбудови України, адже підвищення конкурентоспроможності та утримання конкурентних переваг багато в чому залежить від ефективності застосовуваного організаційного механізму управління глобальною конкурентоспроможністю країни, який являє собою систему взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів впливу, систему організаційних, економічних та іміджевих важелів і методів управління, концентруючи зусилля усіх верств населення на постійному прагненні до підвищення конкурентних позицій України і перш за все боротьбі з корупцією [8].

Зазначимо, що результати соціологічних досліджень за інформацією НАЗК засвідчують, що частка громадян, які мають безпосередній досвід корупції, протягом останніх років суттєво зменшилася – у 2013 р. такий досвід мало близько 60%, станом на початок 2022 р. – не більше 40% громадян. Проте, якщо порівнювати з іншими європейськими країнами, які розвиваються, згідно опитувань Transparency International щодо частки населення, яка вдавалася до хабарництва, щоб отримати необхідну публічну послугу, цей показник знову показує тривожну ситуацію, оскільки відсоток людей із вищезазначених країн, які давали хабарі, був таким: Албанія – 34%, Боснія і Герцеговина – 24%, Вірменія – 27%, Грузія – 7%, Казахстан – 29%. Згідно з результатами стандартного опитування українських респондентів щодо рівня корупції найбільш пріоритетним напрямом боротьби з корупцією як для представників бізнес-середовища (57% респондентів), так і для громадян (52% респондентів) є очищення від корупції судової системи. Різні дослідження досвіду корупції свідчать про те, що найчастіше громадяни України мають його при отриманні медичних послуг, а бізнес – при взаємодії з органами правопорядку та прокуратури [2].

Зрозуміло, що в умовах активної фази російсько-української війни, коли українська нація бореться за своє виживання, боротьба з корупцією не є найпріоритетнішим напрямом, оскільки переважна частина людських та матеріальних ресурсів задіяна в обороні країни.

Ситуація в Україні характеризується небаченими в світі після Другої світової війни обсягами надходження військової, гуманітарної та фінансової допомоги від наших союзників, які фактично повністю взяли на себе тягар не лише забезпечення військових потреб, а й фінансування більшості соціальних потреб громадян України.

Із урахуванням зарубіжного досвіду Україні доцільно зосередити певну увагу на створенні надійної інфраструктури для ефективного розподілу і використання іноземної допомоги тим верствам населення та військовим силам, які найбільше цього потребують. І хоча Україна досягла деяких успіхів у превентивному аспекті боротьби з корупцією, на нашу думку, з точки зору зростання корупційних ризиків з початком активної фази російсько-української війни, про що свідчать корупційні скандали в Офісі Президента України, Міністерстві оборони України, Міністерстві розвитку громад, територій та інфраструктури України і низці облдержадміністрацій, репресивний бік антикорупційної політики має бути значно посилений, адже кількість високопосадовців, притягнутих до відповідальності за корупцію, залишається досить обмеженою. Розслідування корупції іноді не є неупередженими, а правоохоронні органи в багатьох випадках зазнають політичного втручання.

Вищенаведені приклади укотре підтвержують висновок А. Мунько, що неправильно масштабована, нездатна повноцінно вирішувати взаємопов'язані проблеми, долати транснаціональні виклики, встигати за темпами прискорення, впоратися з високими рівнями різноманітності методів, способів та інструментів, перевантажена застаріла політична технологія розвалюється. Відтак, владно-політичні структури знову доведеться фундаментально перебудувати відповідно до потреб сучасної України [9, с. 45-46].

Враховуючи вищезазначені фактори на тлі занепокоєння національною безпекою в частині ефективності використання не лише озброєння, а й фінансової, економічної та гуманітарної допомоги в Україні, в тому числі прямої підтримки державного бюджету України через Світовий банк, на найвищому рівні державного управління США визначено, що надійний незалежний нагляд за процесом надання урядом США підтримки Україні має важливе значення для забезпечення ефективності та дієвості цієї підтримки й інших заходів реагування уряду США. Такий підхід є розвитком Стратегії США з протидії корупції, затвердженої за ініціативи президента Дж. Байдена в грудні 2021 р. [10].

Тож з метою створення механізму контролю за величезною за обсягами допомогою Україні та забезпечення належного і прозорого використання грошей платників податків США створено Міжвідомчу робочу групу з нагляду в Україні, яка складається з офісів трьох генеральних інспекторів – Міністерства оборони, Державного департаменту та USAID, а також інших генеральних інспекторів наглядових організацій – Агентства США з міжнародного розвитку, Агентства аудиту оборонних контрактів, Міністерства сільського господарства, Міністерства торгівлі, Міністерства охорони здоров'я та соціальних служб, Міністерства внутрішньої безпеки, Міністерства юстиції, Міністерства фінансів, Експортно-імпортного банку США, Міжнародної фінансової корпорації розвитку, Управління звітності уряду, Агентства аудиту, Арміїського ревізійного агентства, Морської аудиторської служби та 17 розвідувальних організацій, які визначаються терміном «Розвідувальне співтовариство США», що дає можливість здійснювати комплексний і стратегічний моніторинг для забезпечення цілісності та ефективності допомоги США та притягнути до відповідальності українських посадовців, звинувачених у корупції або зловживанні життєво важливими для України програмами США.

Одним із напрямів удосконалення державного управління та подолання корупційних проявів у економічній сфері в Україні може стати розробка концепції стратегії державного управління в економічній сфері в Україні, реалізація якої сприятиме успіху започаткованих сучасних економічних реформ. Створення такої стратегії має бути спрямоване на запровадження ефективного державного механізму управління економічною сферою, який має бути інтегрованим [11, с. 6].

Не можна оминати увагою і заходи протидії корупції в органах місцевого самоврядування, які за результатами децентралізації влади отримали широкі владні повноваження і, відповідно, додаткові фінансові ресурси для їх реалізації. Тут контроль, як доцільно зазначають Л. Наливайко, В. Медяник і Є. Мінакова, може здійснюватись за реалізацією як об'єктних (політична, економічна, соціальна, культурно-духовна, екологічна, інформаційна та ін.), так і технологічних (нормотворча, виконавча, правозастосовна, правозахисна, правоохоронна, установча, контрольна, планування, облік та ін.) функцій органів місцевого самоврядування і відповідних повноважень [12, с. 8].

Внаслідок недостатньої уваги громадянського суспільства до корупції під час російсько-української війни, рівень та спектр корупційних ризиків в Україні зростає, і такі процеси несуть в собі проблеми появи додаткових корупційних ризиків після закінчення воєнних дій, які можна узагальнити в таких напрямках:

– проблема спроможності до антикорупційних дій, яка пов'язана з частковою втратою антикорупційної інфраструктури та досвідченого персоналу, що посилює свою важливість на фоні значних обсягів надходження фінансової та технічної допомоги спрямованих на прискорення відновлення країни, оскільки в даному разі можна поставити під сумнів спроможність держави ефективно використовувати дану допомогу з дотриманням принципів прозорості та підзвітності;

– проблеми ефективної реалізації програм реконструкції, оскільки відновлення зруйнованої або пошкодженої інфраструктури включає масштабні будівельні проекти, що супроводжується браком прозорості в контрактах, грошових витратах тощо, та посилює корупційні ризики, пов'язані із закупівлями для масштабних інфраструктурних проектів;

– зростання політичної ваги інститутів публічного управління та захоплення ними більшості інформаційного простору, що було необхідно для створення централізованого ланцюжку контролю усіх суспільних процесів під час війни, але є неприпустимим в повоєнних умовах та несе ризики зростання рівня політичної корупції і корумпованості представників органів публічного управління;

– непрозорий розподіл гуманітарної допомоги, адже самі процеси розподілу допомоги жертвам є сприйнятливими для зростання рівня корупції, оскільки передбачають використання різних рівнів дискреційних повноважень у процесі прийняття суб'єктивних рішень щодо розподілу допомоги;

– відсутність політичної волі, про що свідчать останні скандали в Офісі Президента України, Міністерстві оборони України, Міністерстві розвитку громад, територій та інфраструктури України і низці облдержадміністрацій;

– усталені моделі довоєнної та воєнної корупції, які довели свою ефективність та безсумнівно будуть використовуватися в повоєнному середовищі;

– слабе верховенство права та толерантне відношення українського суспільства до проявів корупції, що характеризуються низьким ризиком для злочинців бути спійманим і високою ймовірністю отримати значні прибутки.

Висновки та перспективи подальших розвідок. На підставі проведеного нами аналізу можна зробити узагальнюючий висновок, що за останнє десятиліття в Україні не відбулося помітних покращень у боротьбі з корупцією, ані на рівні сприйняття корупції, ані в житті громадянського суспільства, а зміни в антикорупційній політиці радше мали декларативний характер, оскільки між політикумом, інститутами публічного управління, громадянами та представниками бізнес-середовища існує суспільний договір щодо толерантного сприйняття проявів корупції, а в разі позитивних антикорупційних зрушень топ-політикум розпочинає злагожену кампанію, щоб зберегти ситуацію, яка була раніше непрозорою та корумпованою, забезпечуючи тим самим безкарність винних.

Проте на тлі тиску країн-представників західних демократій головним рушієм процесів досягнення транспарентності влади та активізації антикорупційних процесів є євроінтеграційні прагнення України і процес залучення нашої держави до євроатлантичних

структур, які уособлюються у вигляді імплементації моральних та законодавчих принципів країн-членів антиросійського альянсу, що дає змогу сподіватися на швидке підвищення ефективності антикорупційної політики в Україні.

Список використаних джерел

1. Крушельницька Т. А., Матвеева О. Ю. Сингулярність корупції як гальмівного чинника сталого розвитку України. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. Вип. 4(39). С. 37–44.
2. Про засади державної антикорупційної політики на 2021-2025 роки : Закон України від 20 червня 2022 р. № 2322-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2322-20#Text> (дата звернення: 27.03.2023).
3. Шевченко С., Сидоренко, Н. Електронне урядування та ІКТ як інструменти протидії корупції у контексті світового тренду прозорості публічної служби. *Аспекти публічного управління*. 2021. Вип. 8(5). С. 72–81. URL: <https://doi.org/10.15421/152095> (дата звернення: 20.03.2023).
4. Kryshchanovych S., Treshchov M., Durman M., Lopatchenko I., Kernova M. Ensuring gender parity in public administration in the context of the development of european values. *Public Policy and Administration*. 2022. № 21(2). P. 118–127. URL: <https://doi.org/10.18371/v4i39.241416> (дата звернення: 20.03.2023).
5. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council and the Council. Commission Opinion on Ukraine’s application for membership of the European Union. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10321-2022-INIT/en/pdf> (дата звернення: 27.03.2023).
6. Corruption Perceptions Index. Transparency International. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2022> (дата звернення: 22.03.2023).
7. 2023 Index of Economic Freedom. URL: <https://www.heritage.org/index/ranking> (дата звернення: 22.03.2023).
8. Трещов М. М. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств АПК. *Агросвіт*. 2010. № 19. С. 48–52.
9. Мунько А. Ю. Зміни ціннісних орієнтирів у політичній сфері в контексті постіндустріального суспільства. *Теорія та практика державного управління*. 2020. № 1(68). С. 42–47. URL: <https://doi.org/10.34213/tp.20.01.05> (дата звернення: 20.03.2023).
10. United States strategy on countering corruption. URL: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2021/12/United-States-Strategy-on-Countering-Corruption.pdf> (дата звернення: 27.03.2023).
11. Latynin M., Pastukh K., Tarasenko D., Shevchenko S., Munko A. Public administration in the economic sphere of Ukraine : strategic approach. *Studies of applied economics*. 2021. № 39(5). URL: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4967> (дата звернення: 27.03.2023).
12. Наливайко Л. Р., Медяник В. А., Мінакова Є. В. Контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування: поняття і види, об’єкт та предмет. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2021. № 2 (111). С. 8–13. URL: <https://doi.org/10.31733/2078-3566-2021-2-8-13> (дата звернення: 20.03.2023).

References

1. Krushelnytska, T.A., Matveieva, O.Iu. (2018). Synhuliarnist koruptsii yak halmivnoho chynnyka staloho rozvytku Ukrainy [The singularity of corruption as a limiting factor in the sustainable development of Ukraine]. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia State administration and local self-government*, 4(39), 37-44 [in Ukrainian].
2. Pro zasady derzhavnoi antykoruptsiinoi polityky na 2021-2025 roky: Zakon Ukrainy vid 20 chervnia 2022 r. № 2322-IX [On the principles of state anti-corruption policy for 2021-

2025: *Law of Ukraine of June 20, 2022 № 2322-IX*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2322-20#Text> [in Ukrainian].

3. Shevchenko, S., Sydorenko, N. (2021). Elektronne uriaduvannia ta IKT yak instrumenty protydii koruptsii u konteksti svitovoho trendu prozorosti publichnoi sluzhby [*E-government and ICT as instruments of corruption prevention in the context of the global trend of public service transparency*]. *Aspekty publichnoho upravlinnia Aspects of public administration*, 8(5), 72-81. Retrieved from: <https://doi.org/10.15421/152095> [in Ukrainian].

4. Kryshchanovych, S., Treshchov, M., Durman, M., Lopatchenko, I., Kernova, M. (2022). Ensuring gender parity in public administration in the context of the development of european values. *Public Policy and Administration*, 21(2), 118-127. Retrieved from: <https://doi.org/10.18371/v4i39.241416> [in English].

5. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council and the Council. Commission Opinion on Ukraine's application for membership of the European Union. Retrieved from: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10321-2022-INIT/en/pdf> [in English].

6. Corruption Perceptions Index. Transparency International. Retrieved from: <https://www.transparency.org/en/cpi/2022> [in English].

7. 2023 Index of Economic Freedom. Retrieved from: <https://www.heritage.org/index/ranking> [in English].

8. Treshchov, M.M. (2010). Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv APK [*The organizational and economic mechanism of managing the competitiveness of agro-industrial complex enterprises*]. *Ahrosvit Agroworld*, 19, 48-52 [in Ukrainian].

9. Munko, A.Yu. (2020). Zminy tsinnisnykh oriientyriv u politychnii sferi v konteksti postindustrialnogo suspilstva [*Changes in value orientations in the political sphere in the context of post-industrial society*]. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia Theory and practice of public administration*, 1(68), 42-47. Retrieved from: <https://doi.org/10.34213/tp.20.01.05> [in Ukrainian].

10. United States strategy on countering corruption. Retrieved from: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2021/12/United-States-Strategy-on-Countering-Corruption.pdf> [in English].

11. Latynin, M., Pastukh, K., Tarasenko, D., Shevchenko, S., Munko, A. (2021). Public administration in the economic sphere of Ukraine: strategic approach. *Studies of applied economics*, 39(5). Retrieved from: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4967> [in English].

12. Nalyvaiko, L.R., Medianyky, V.A., Minakova, Ye.V. (2021). Kontrol za diialnistiu orhaniv mistsevoho samovriaduvannia: poniattia i vydy, ob'ekt ta predmet [*Control over the activities of local self-government bodies: concepts and types, object and subject*]. *Naukovyi visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav Scientific Bulletin of the Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs*, 2(111), 8-13. Retrieved from: <https://doi.org/10.31733/2078-3566-2021-2-8-13> [in Ukrainian].

TRESHCHOV Myroslav, Doctor of Science in Public Administration, Docent, Professor of the Department of Management and Administration, Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs.

STATE AND PROSPECTS OF ANTI-CORRUPTION POLICY IMPLEMENTATION IN UKRAINE: COMPARATIVE ANALYSIS

Objective. *In the conditions of challenges to the existence of Ukraine as a state and the need to reform almost all spheres of life in Ukraine, the public danger of corruption offenses cause contempt and mutual distrust of people and power structures, which poses a threat to the national security of Ukraine and makes it impossible to develop a dialogue regarding the necessary*

measures to modernize social relations on the way of European integration of Ukraine. This requires a systematic analysis of the state of implementation of the anti-corruption policy in Ukraine and justification of the ways of fighting against corruption in the war conditions and in the post-war period.

Methods. *The following methods of scientific research were used: methods of analysis, synthesis and formalization; system-structural analysis; abstract-logical method for making theoretical generalizations and formulating of research conclusions.*

Results. *Despite the fact that over the last decade, Ukraine has risen in the rating of corruption perceptions (Corruption Perceptions Index), calculated by the experts of Transparency International, due to declarative actions to build an anti-corruption system, it remains the second most corrupt country in Europe after the state sponsor of terrorism – the Russian Federation. The high level of corruption in the daily life of Ukrainian society, business, public administration and politicians questions the perspectives of Ukraine's post-war reconstruction, because the increasing competitiveness and maintaining competitive advantages largely depends on the effectiveness of the used organizational mechanism for managing the country's global competitiveness.*

Scientific novelty. *As a result of insufficient attention of civil society to corruption during the Russian-Ukrainian war, the level and the spectrum of corruption risks in Ukraine is increasing, and such processes entail the problems of the appearance of additional corruption risks after the end of war, which can be summarized in the following directions: problems of effective implementation of reconstruction programs, growth of the political weight of public administration institutions and their capture of the most part of information space, non-transparent distribution of humanitarian aid, lack of political will, established models of pre-war and wartime corruption, weak rule of law and tolerant attitude of Ukrainian society to manifestations of corruption.*

Practical significance. *From the point of view of the growth of corruption risks with the beginning of the active phase of the Russian-Ukrainian war, as evidenced by corruption scandals in the Office of the President of Ukraine, the Ministry of Defense of Ukraine, the Ministry for Communities, Territories and Infrastructure Development of Ukraine and a number of regional state administrations, the repressive side of anti-corruption policy should be significantly strengthened. It is expedient for Ukraine to focus its main attention on the creation of a reliable infrastructure for the effective distribution and use of foreign aid for those layers of the population and military forces that need it most of all.*

Keywords: *public administration; local-self government; anti-corruption policy; corruption; Index of perception of corruption; anti-corruption institutions.*

*Одержано редакцією: 28.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 12.04.2023 р.*

УДК 338.1

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-57-65

ЯРМОЛЕНКО Віталіна Вікторівна,
асистент кафедри менеджменту
та інформаційних технологій,
Херсонський державний
аграрно-економічний університет
ORCID: 0000-0001-7567-0082

СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

***Анотація.** У статті розглянуто стан малого та середнього бізнесу у роки пандемії COVID-19 та після початку повномасштабного вторгнення росії на території України. Проаналізовано головні напрямки державних програм України для стабілізації та розвитку економіки під впливом пандемії COVID-19, а також державні заходи підтримки МСБ. Також нами було розглянуто нагальні потреби малого та середнього бізнесу та ключові проблеми, які стоять на шляху його ефективного функціонування в період дії військового стану. Було виокремлено низку заходів державної підтримки, які вже діють для покращення стану функціонування МСБ. Ми також запропонували ряд ініціатив, які можна впровадити на ряду з державними програмами для стабілізації господарської діяльності.*

***Ключові слова:** малий і середній бізнес, економіка, COVID-19, пандемія, військовий стан, державна підтримка, релоковані підприємства, прифронтові підприємства.*

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 на початку 2020 року, повномасштабне вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року стали несподіваною проблемою, з якою зіткнулася економіка нашої країни, і яка спричинила значний вплив на малий та середній бізнес.

Під час пандемії особливо негативними були наслідки дії так званих «карантинних обмежень», які було запроваджено навесні. Це обернулось руйнівними наслідками для бізнесу, особливо малих і середніх підприємств, що виступають найменш захищеною ланкою ринку. Підприємства МСБ були вимушені припинити свою діяльність, що спровокувало хвилю банкрутств, стрімке зростання безробіття, збільшення рівня корпоративних збитків, що, в свою чергу, призвело до зниження ВВП, зниження доходів бюджету на всіх рівнях, зниження інвестиційні процеси.

Важливим чинником для більшості підприємств малого і середнього бізнесу є географічна прив'язка до певної категорії споживачів. Саме цей чинник став вирішальним з початком війни. Збройне протистояння агресору, окупація територій України призвело до нищівних наслідків для МСБ, які ще не встигли оговтатися від пандемії COVID-19.

Активізація державної підтримки малого і середнього бізнес є досить важливим критерієм для подальшого розвитку цієї категорії підприємств, а також для підвищення макроекономічних показників регіонів та держави в цілому. Таким чином, перед органами державної влади постає відповідальне завдання, яке направлене на розробку та реалізацію ефективної політики Уряду в сфері активізації розвитку МСБ, зокрема створення стабільного і сприятливого ринкового середовища для ведення господарської діяльності..

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу на процеси в економічному середовищі в постпандемічному та воєнному періоді, в тому числі у сфері малого і середнього бізнесу, розкривали у своїх працях такі вітчизняні науковці, як Л. Прокопеч та В. Губчак [1], Д. Горюнов та О. Кравченко [2], А. Ворфоломеев [3], І. Сидорук [4], С. Бортнік [5] та інші.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження стану малого і середнього бізнесу в умовах невизначеності дасть можливість визначити основні проблеми, які стоять на шляху його розвитку і розробити ефективні програми виходу з кризовою ситуації за допомогою державної підтримки.

Мета статті та завдання статті. Мета дослідження полягає у аналізі стану та розробці можливих ефективних шляхів для нівелювання або мінімізації наслідків дії негативних чинників сьогодення. Для реалізації поставленої мети, нами було розроблено до виконання такі **завдання**: визначити стан малого та середнього бізнесу в Україні; дослідити впроваджені способи та запропонувати шляхи нівелювання або мінімізації наслідків дії негативних чинників для суб'єктів МСБ.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні роки пандемія COVID-19 негативно вплинула на стан економіки в Україні. Під час пандемії саме ніша малого та середнього бізнесу (МСБ) стала однією з найбільш постраждалих сфер економіки країни. Значна частина підприємства малого та середнього бізнесу функціонують у тих секторах економіки, де бізнес не доотримав належної підтримки з боку держави, і в результаті – значна частка таких підприємств вимушено збанкрутували. Саме на сектор малого та середнього бізнесу держава покладає надії на швидкі результативні структурні зміни в економіці, ефективне подолання економічної кризи та створення сприятливих умов для економічної стабілізації та зростання.

У 2020 році в Україні функціонувало майже 2 мільйона малих і середніх підприємств (близько 18 тисяч середніх, більше 355 тисяч малих, 1,58 млн індивідуальних підприємців (ФОП) та лише 512 великих підприємств). Як юридичні особи функціонує лише 19,8 % МСП, решта підприємств ведуть свою господарську діяльність як індивідуальні підприємці (ФОП) [6]. Карантинні заходи, які були викликані пандемією COVID-19, в тому числі й в Україні, паралізували функціонування або взагалі призвели до закриття середніх, малих та мікропідприємств.

В Україні були розроблені та впроваджені державні програми підтримки, а особливу увагу приділено саме малому та середньому. У 2020 році влада запровадила низку заходів реагування на кризу, сума яких становила близько 3 % від ВВП країни. Першими в Україні були запроваджені такі заходи: податкові пільги; розширені програми субсидованих кредитів; ефективні та доступні схеми кредитних гарантій; програми соціальної підтримки. На рис. 1 зображено ключові ініціативи, які були запропоновані урядом України для підтримки стабільної економічної ситуації в країні, поповнення державного бюджету та допомоги МСБ і фізичним особам підприємцям в період пандемії. В Україні було затверджено пакет програм для економічного стимулювання ефективного подолання фінансових наслідків COVID-19, який включає пропозиції стосовно стабілізації ситуації конкретно в сфері малого та середнього бізнесу. У 2020 році в березні Національним банком України було запропоновано комерційним банкам та іншим банківським установам запровадити певні відстрочки кредитування на період карантину для ФОП та МСБ – «кредитну відпустку» [7; 8].



Рис. 1 Головні напрямки державних програм України для стабілізації та розвитку економіки під впливом пандемії COVID-19*

*Джерело: згруповано автором за даними [7; 8; 9; 10]

Таким чином, урядом Україною було розроблено та запроваджено ряд загальносвітових способів стабілізації економіки та підтримки МСБ у часи карантинних обмежень пандемії (рис. 2).

З настанням повномасштабної війни ослаблений пандемією малий і середній бізнес в Україні знову зазнав тяжких ударів. Окрім загрози тимчасового закриття бізнесу, як це було за умов дії пандемії, постає загроза життю людей, повного знищення активів підприємств, втрати урожаю та худоби для аграріїв. Проблемою економіки країни стало те, що багато підприємств, через ці загрози, вимушені були закрити свій бізнес (22 % станом на середину квітня 2022 року), багато підприємств було окуповано й податки не надходять до бюджету країни.

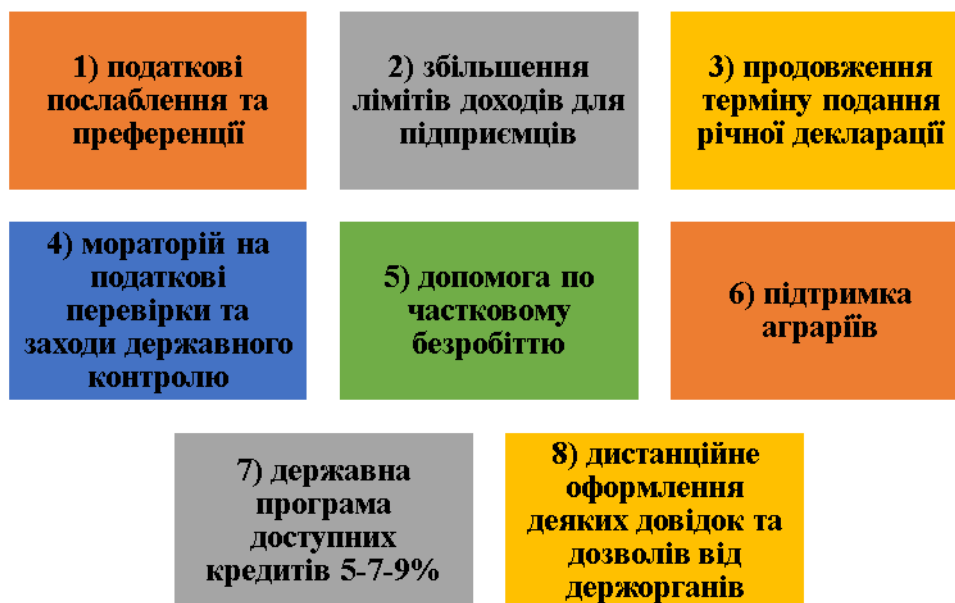


Рис. 2 Державні заходи підтримки МСБ під час пандемії COVID-19*

*Джерело: згруповано автором за даними [11]

Сьогодні суб'єкти МСБ зазнають різного впливу воєнних дій, в залежності від свого географічного розташування. Загалом, регіони України можна поділити за чотирма категоріями: «частково окуповані регіони» (зона ведення бойових дій), «прифронтові регіони» (під загрозою вторгнення), «опорні регіони» (відіграють вирішальну роль у логістиці оборонних та гуманітарних вантажів) та «безпечні регіони» (регіони, які є умовно безпечними для підприємницької діяльності та мають мінімальний ризик вторгнення) (рис. 3) [12].

За даними Держстату [10], прифронтові та частково окуповані області виробляють більш як 40 % ВВП України. На території цих регіонів офіційно зареєстровано більше 45 % компаній (за виключенням Києва).



Рис. 3 Типи регіонів України станом на 2022 рік

* Джерело [12]

Як вже зазначалося вище, бойові дії можуть бути причиною руйнування фізичних активів підприємств. Частка господарств, що мають загрозу бути знищеними, у прифронтових областях та частково окупованих становить близько 45 % для первинного

сектору (сільське господарство та видобуток), 35 % – для вторинного (заводи, фабрики, промислове виробництво) та 37 % – для третинного сектору (послуги) [12].

Не менш важливою проблемою є те, що у прифронтових регіонах попит на продукцію та послуги МСБ значно скоротився. Це відбувається за рахунок того, що споживачі, рятуючи своє життя та життя рідних, сім'ями вимушені від'їжджати закордон.

Проаналізувавши потреби МСБ, їх можна об'єднати у 3 групи:

1) Потреби, які є актуальними для всіх підприємств:

а) налагодження нових логістичних зв'язків;

б) залучення додаткового фінансування;

в) освоєння нових законодавчих та нормативно-правових аспектів ведення бізнесу під час військового стану;

г) пошук нових співробітників;

г) пристосування до нових податкових умов.

2) Потреби, які є стосуються релокованих підприємств:

а) проблеми з транспортуванням активів через високу вартість послуги перевезення;

б) пошук нових площ під виробництво та офіси;

в) перевезення працівників або пошук нових за місцем розміщення;

г) пошук фінансових ресурсів для налагодження роботи;

г) налагодження логістичних зв'язків.

3) Потреби, які є нагальними для підприємств у постраждалих областях:

а) відновлення критичної інфраструктури регіону після обстрілів;

б) розмінування територій (особливо нагальною потреба є для роботи аграріїв);

в) пошук фінансування для відновлення або повної заміни пошкоджених активів;

г) нестача робочої сили через масові виїзди з небезпечної зони людей.

Серед гострих проблем, з якими сьогодні стикаються підприємці слід визначити низьку кількість замовлень, проблеми з логістикою, нестачу сировинних ресурсів, дефіцит кадрів. Така ситуація з малим та середнім бізнесом впливає на рівень доходів населення. За різними даними, лише від 3 до 5 % бізнесу збільшили заробітну плату, до 20 % підприємств змогли утримати зарплату на рівні до повномасштабного вторгнення. Решта або зменшили заробітну плату, або взагалі перестали її виплачувати.

Прогнозовано, що більшість власників бізнесу в Україні розуміє, що поки тривають бойові дії на території України, вірогідність повернення на довоєнний рівень є досить низькою. Проте, наразі в Україні вже діє низка урядових програм:

1) Платформа, що направлена на допомогу роздрібним торговцям продуктів харчування знаходити регіональних постачальників [13];

2) Платформа для координації виробників та роздрібних торговців з військово-цивільними адміністраціями та міжнародними організаціями [14];

3) Платформа державної підтримки аграріїв [15];

4) Єдиний експортний веб-портал [16].

5) Програми пільгового кредитування. Станом на початок серпня 2022 року МСБ було видано кредитів на загальну суму 134,7 млрд грн.

Не зважаючи на вже прийняті заходи, цього не достатньо для підприємництва та повернення економіки на довоєнний стан. На нашу думку, слід вводити в дію такі ініціативи:

– введення адресної підтримки малого і середнього бізнесу на деокупованих територіях;

– бажано створювати виробничі кластери, об'єднуючи переміщені підприємства з місцевим бізнесом, що дозволить ефективно організувати роботу, зокрема, щодо використання ресурсів;

– активна підтримка МСБ при виході на ринки ЄС за допомогою ваучерів;

– надання послуг перекваліфікації внутрішньо переміщених осіб, (безоплатного підвищення кваліфікації або проходження курсів, тренінгів тощо).

Висновки та перспективи подальших розвідок. Отже, в умовах фінансової кризи, спричиненої пандемією та військовими діями, важливим є розстановка пріоритетів для окремих регіонів, секторів та видів діяльності, які мають стратегічне та різне значення для регіону чи держави в цілому. На нашу думку, найбільш вагомими для України є запровадження таких заходів:

- подовження періоду скасування жорстких умов сплати податків на певний період;
- перенесення термінів сплати податків та решти податкових платежів у разі неспроможності вчасної сплати;
- призупинення сплати комунальних платежів для суб'єктів МСБ в небезпечних зонах;
- розробити систему державного страхування майна підприємств у разі пошкодження чи втрати внаслідок ворожих обстрілів;
- зменшення на 50 % або скасування не менше ніж на 6 місяців ЄСВ із збереженням усіх робочих місць за роботодавцем;
- зменшення або скасування податку на прибуток підприємств не менше ніж на 6 місяців з повним відновленням діяльності;
- додаткові податкові пільги, які швидко відновлять та прискорять темпи економічного розвитку;
- створення сприятливих умов для підприємств, які розвивають свій бізнес у мережі Internet.

Метою подальших досліджень має стати пошуку альтернативних рішень ведення господарської діяльності для підприємств малого і середнього бізнесу, спираючись на світовий досвід.

Список використаних джерел

1. Прокопець Л. В., Губчак В. С. Особливості державної підтримки малого підприємництва в Україні та зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 24. С. 71–76.
2. Горюнов Д., Кравченко О. Огляд малого і середнього підприємництва в Україні. *Офіс розвитку малого і середнього підприємництва*. 2020. URL: https://drive.google.com/file/d/1I2ckLnFpxcbePvy_ymQIJMi5Wci5RKxP/view (дата звернення 01.05.2023).
3. Ворфоломеев А. В. Вплив COVID-19 на українські виробничі підприємства та допомога у відновленні нормальної роботи : звіт за результатами опитування Центру ресурсоефективного та чистого виробництва. Київ : Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2020. 24 с.
4. Сидорук І. С. Аналіз стану та проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 18. С. 67–72. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/441/428> (дата звернення 01.05.2023).
5. Бортнік С. М. Функціонування малого і середнього підприємництва в Україні : сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/36> (дата звернення 01.05.2023).
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 02.05.2023).
7. Ярмоленко В. В. Сучасний стан малого та середнього бізнесу в умовах коронавірусних обмежень. *Фінансовий простір*. 2021. № 4(44). С. 175–181.
8. Yarmolenko V. V. Functioning of small and medium-sized business in a pandemic. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (10). 2021. С. 92–100.
9. Офіційний сайт. European Bank for Reconstruction and Development. URL: <https://www.ebrd.com/what-we-do/coronavirus/coronavirus-policy-response> (дата звернення 02.05.2023).

10. Вплив COVID-19 та карантинних умов на економіку України / уклад. Д. Денков, А. Каракуц, Ю. Щедрін. Київ : Центр прикладних досліджень, 2020. 56 с.
11. Дякуновський О. Щодо державної підтримки суб'єктів малого та середнього підприємництва в умовах пандемії коронавірусної хвороби (COVID-19) у республіці Польща та Україні. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2020. № 3 (31), vol. 1. С. 181–189.
12. Дмитро Ливч. Нове обличчя українського підприємництва. Як війна вплинула на малий та середній бізнес у різних регіонах України? *Українська правда* 23. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/29/690937/> (дата звернення 02.05.2023).
13. Платформа пошуку виробників і постачальників по всій території України. URL: <https://pererobka.org.ua/> (дата звернення 03.05.2023).
14. Одна платформа для автоматизації робочих процесів і CRM без кодування та з максимальним ступенем свободи. URL: <https://www.creatio.com/> (дата звернення 03.05.2023).
15. Державний аграрний реєстр. URL: <https://www.dar.gov.ua/?fbclid=IwAR3hIViuK8TVGSxURt6FmWpGfcQkR1a6eX7IZIOb0l1-PKqVGAlaB0hhhMM> (дата звернення 03.05.2023).
16. Єдиний експортний веб-портал. URL: <https://export.gov.ua/> (дата звернення 03.05.2023).

References

1. Prokopets, L.V., Gubchak, V.S. (2017). Osoblyvosti derzhavnoyi pidtrymky maloho pidpryyemnytstva v Ukraini ta zarubizhnyy dosvid [*Peculiarities of state support for small businesses in Ukraine and foreign experience*]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. № 24. pp. 71-76 [in Ukrainian].
2. Goryunov, D., Kravchenko, O. (2020). Ohlyad maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini [*Overview of small and medium-sized enterprises in Ukraine*]. *Ofis rozvytku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva*. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/1I2ckLnFpxcbePvy_ymQIJMi5Wci5RKxP/view [in Ukrainian].
3. Vorfolomeyev, A.V. (2020). Vpliv COVID-19 na ukrayinski virobnychi pidpriyemstva ta dopomoga u vidnovlenni normalnoyi roboti: zvit za rezultatami opituvannya Centru resursoefektivnogo ta chistogo virobnytva [*Impact of COVID-19 on Ukrainian manufacturing enterprises and assistance in restoring normal operation: report on the results of a survey conducted by the Center for Resource Efficient and Clean Production*]. Kyiv: Centr resursoefektivnogo ta chistogo virobnytva. 24 p. [in Ukrainian].
4. Sydoruk, I.S. (2021). Analiz stanu ta problemy rozvytku maloho pidpryyemnytstva v Ukraini [*Analysis of the state and problems of small business development in Ukraine*]. *Pidpryyemnytstvo ta innovatsii*. no 18, pp. 67-72. Retrieved from: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/441/428> [in Ukrainian].
5. Bortnik, S.M. (2022). Funktsionuvannya maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku [*The functioning of small and medium-sized enterprises in Ukraine: the current state and prospects for development*]. *Ekonomika ta suspil'stvo*. Vypusk № 36. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/36> [in Ukrainian].
6. Official site of the State Statistics Service of Ukraine (2021). Retrieved from: <http://ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
7. Yarmolenko, V.V. (2021). Suchasnyy stan maloho ta seredn'oho biznesu v umovakh koronavirusnykh obmezhen' [*The current state of small and medium-sized businesses in the conditions of coronavirus restrictions*]. *Finansovyyi prostir*. № 4(44). pp. 175-181. [in Ukrainian].
8. Yarmolenko, V.V. (2021). Functioning of small and medium-sized business in a pandemic. *Tavriys'kyi naukovyy visnyk*. Seriya: Ekonomika, (10). pp. 92-100. [in English].
9. Official site of European Bank for Reconstruction and Development. Retrieved from: <https://www.ebrd.com/what-we-do/coronavirus/coronavirus-policy-response> [in English].

10. Denkov, D., Karakuts, A., Shchedrin, Yu. (ed) (2020). Vplyv COVID-19 ta karantynnykh umov na ekonomiku Ukrainy [*The impact of COVID-19 and quarantine conditions on the economy of Ukraine*]. Kyiv: Center for Applied Research, 56 p. [in Ukrainian].

11. Diakunovs'kyj, O. (2020). Shchodo derzhavnoyi pidtrymky sub'yektiv maloho ta sedn'oho pidpryyemnyutva v umovakh pandemiyi koronavirusnoyi khvoroby (COVID-19) u respublitsi Pol'shcha ta Ukraini [*On state support of small and medium-sized enterprises in the context of the coronavirus disease pandemic (COVID-19) in the Republic of Poland and Ukraine*]. *Knowledge, Education, Law, Management*, no. 3(31), vol. 1, pp. 181-189. [in Ukrainian].

12. Dmytro Lyvch (2022). Nove oblychchya ukrayins'koho pidpryyemnytstva. Yak viyna vplynula na малы та середній бізнес у різних регіонах України? [*The new face of Ukrainian entrepreneurship. How did the war affect small and medium-sized businesses in different regions of Ukraine?*] *Ukrayins'ka pravda* 23. Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/29/690937/> [in Ukrainian].

13. A platform for finding manufacturers and suppliers throughout Ukraine. Retrieved from: <https://pererobka.org.ua/> [in Ukrainian].

14. One platform for automating workflows and CRM without coding and with the maximum degree of freedom. Retrieved from: <https://www.creatio.com/> [in Ukrainian].

15. State agrarian register. Retrieved from: <https://www.dar.gov.ua/?fbclid=IwAR3hIViuK8TVGSxURt6FmWpGfcQkR1a6eX7lZIOb0l1-PKqVGA1aB0hhhMM> [in Ukrainian].

16. A single export web portal. Retrieved from: <https://export.gov.ua/> [in Ukrainian].

YARMOLENKO Vitalina, Assistant of the Department of Management and Information Technologies, Kherson State Agrarian and Economic University.

STATE AND WAYS OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Abstract. *The article examines the state of small and medium-sized businesses in the years of the COVID-19 pandemic and after the beginning of the full-scale invasion of Russia on the territory of Ukraine. The main directions of Ukraine's state programs for the stabilization and development of the economy under the influence of the COVID-19 pandemic, as well as state measures to support small and medium-sized businesses, were analyzed. In the article, we noted that today small and medium-sized businesses are affected differently by military operations, depending on their geographic location. It was found that, in general, the regions of Ukraine can be divided into four categories: "partially occupied regions" (a zone of hostilities), "front-line regions" (at risk of invasion), "support regions" (play a decisive role in the logistics of defense and humanitarian goods) and "safe regions" (regions that are conditionally safe for business activity and have a minimal risk of invasion) We also considered the urgent needs of small and medium-sized businesses and the key problems that stand in the way of their effective functioning during the period of martial law. A number of state support measures, which are already in place to improve the functioning of SMEs, were singled out. We have also proposed a number of initiatives that can be implemented alongside government programs to stabilize economic activity.*

After conducting research, we came to the conclusion that in the conditions of the financial crisis caused by the pandemic and military actions, it is important to set priorities for certain regions, sectors and types of activities that have strategic and different importance for the region or the state as a whole. In our opinion, the most significant for Ukraine are the introduction of the following measures:

– extension of the period of cancellation of strict tax payment conditions for a certain period;

- *postponement of tax payment deadlines and remaining tax payments in case of failure to pay on time;*
- *suspension of utility payments for SMEs in dangerous areas;*
- *to develop a system of state insurance of enterprise property in case of damage or loss due to enemy shelling;*
- *reduction by 50% or cancellation for at least 6 months of the EES with retention of all jobs at the employer;*
- *reduction or cancellation of the corporate income tax for at least 6 months with full resumption of activity;*
- *additional tax benefits that will quickly restore and accelerate the pace of economic development;*
- *creation of favorable conditions for enterprises developing their business on the Internet.*

Key words: *small and medium-sized business, economy, COVID-19, pandemic, martial law, state support, relocated enterprises, front-line enterprises.*

*Одержано редакцією: 05.05.2023 р.
Прийнято до публікації: 15.05.2023 р.*

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.1

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-66-71

НАШКЕРСЬКА Галина Володимирівна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Львівський національний університет
імені Івана Франка
ORCID: 0000-0003-0461-2920

ВПЛИВ МСФЗ 15 «ДОХІД ЗА ДОГОВОРАМИ З КЛІЄНТАМИ» НА ВІДОБРАЖЕННЯ ДОХОДІВ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** У статті розглянуто особливості застосування підприємствами вимог МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» для відображення доходів від продажу активів і послуг. Обґрунтовано, що використання балансового підходу забезпечить дієвий контроль виконання договорів із покупцями. Аргументована важливість використання українськими підприємствами запропонованих стандартом методологічних підходів для забезпечення зіставності фінансової звітності та правдивого подання.*

***Ключові слова:** дохід, договір, клієнти, визнання, оцінка, розкриття, подання, компенсація, дебіторська заборгованість.*

Постановка проблеми. Дохід є важливим показником ефективності діяльності підприємства після прибутку та чистого грошового потоку, оскільки містить інформацію, яка дає змогу прогнозувати майбутні результати діяльності підприємств. Можна визначити такі переваги використання показника доходу над прибутком, як постійність, вищий рівень однорідності, можливість урахування змін продуктивності (без постійних витрат) та більш точне прогнозування динаміки у майбутніх періодах. Визнання та оцінка доходів операційної діяльності залежить не тільки від умов укладених контрактів з покупцями, але й від відображення за вимогами стандартів бухгалтерського обліку. Запровадження МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» суттєво змінює порядок подання і розкриття підприємствами інформації про отримані доходи, що зумовлює актуальність дослідження впливу нових правил та обмежень на обсяг визнаних доходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми використання українськими підприємствами МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» для визнання доходів від продажу товарів і послуг розглядали у своїх працях низка вітчизняних науковців, зокрема В. О. Гузеєва, С. І. Дерев'янка, І. Ю. Тарасюк, Л. Ф. Маценко, І. В. Чалий, Є. А. Карпенко, Н. О. Лоханова, Г. А. Ямборко та ін.

Водночас, недостатньо дослідженими залишаються питання суттєвих характеристик НП(С)БО та МСФЗ, які регламентують відображення підприємствами доходів операційної діяльності, зокрема щодо оцінки доходу, відображення активів, які виникають унаслідок виконання контрактів із покупцями та розкриття інформації у примітках.

Мета дослідження. Проведення порівняльного аналізу переваг та можливості використання українськими підприємствами МСФЗ 15 «Дохід за договорами з клієнтами» порівняно з обліком доходів за національними стандартами бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу. Застосування МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» підприємствами, що ведуть облік і складають звітність за вимогами МСФЗ

суттєво змінює раніше використовувані підходи до визнання та оцінки доходів, включаючи проміжні, що зумовлює у окремих випадках необхідність перегляду умов контрактів із покупцями. Зміни у стандартах бухгалтерського обліку також можуть спонукати суб'єкти господарювання до перегляду способів їхньої діяльності та рішень керівництва щодо ефективності окремих операцій при відображенні за новими правилами, що спричиняє реальний ефект впливу бухгалтерського обліку на діяльність та її результати. Зміна способу обліку певних операцій може зробити ці операції більш або менш привабливими для підприємства та контрагентів [1]. Сукупний вплив таких реальних ефектів на всі суб'єкти господарювання може вплинути на економіку в цілому, які можна описати як «економічні наслідки» змін бухгалтерського обліку [2].

Незважаючи на заміну МСБО 18 [3] на МСФЗ 15 [4] у 2018 році Міністерством фінансів України не були внесені оновлення до національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) 15 «Дохід» [5], що зумовлює суттєві відмінності у інтерпретації, визнанні, оцінці та розкритті доходів українськими підприємствами, котрі ведуть облік та складають звітність за вимогами НП(С)БО 15 та МСФЗ 15, що призводить до неможливості зіставлення обсягу визнаних доходів різних груп підприємств у фінансовій звітності у тих самих звітних періодах (табл. 1) та впливає на структуру та обсяг доходів, визнаних підприємствами.

Таблиця 1

Суттєві характеристики НП(С)БО та МСФЗ, які регламентують відображення підприємствами доходів операційної діяльності

Характеристики	НП(С)БО 15 «Дохід»	МСБО 18 «Дохід»	МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами»
Визнання доходу	У результаті операції відбудеться збільшення економічних вигід підприємства	Надходження до суб'єкта господарювання вигід, пов'язаних з операцією	Унаслідок передачі обіцяних товарів або послуг клієнтам у сумі, що відображає компенсацію, на яку підприємство очікує мати право в обмін на ці товари або послуги
Оцінка доходу	У сумі справедливої вартості активів, що отримані або підлягають отриманню	За справедливою вартістю компенсації, яка була отримана або підлягає отриманню	У сумі компенсації, за яку суб'єкт господарювання очікує отримати право на активи в обмін на передачу клієнтові обіцяних товарів або послуг
Витрати, здійснені для отримання доходу	Повинні бути достовірно визначені	Повинні бути достовірно визначені	Очікування відшкодування витрат
Подання активів у балансі	Не визначено	Не визначено	Суб'єкт господарювання відображає будь-які безумовні права на компенсацію окремо як дебіторську заборгованість
Розкриття у примітках до річної фінансової звітності	Облікова політика щодо визнання та групування доходу	Облікові політики, прийняті для визнання доходу, суттєві групи доходів	Договори з клієнтами, суттєві судження та їхні зміни, активи, визнані внаслідок витрат на отримання або виконання договору з клієнтом

Джерело: складено автором за даними [3; 4; 5; 6; 7]

Дохід за НП(С)БО 15 визнається як збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком його збільшення за рахунок внесків учасників) [5], що засвідчує про використання балансового методу його розрахунку, підтримуваного Концептуальною основою фінансової звітності [8], який базується на пріоритеті визначення вартості капіталу (чистих активів) на дату балансу шляхом урахування змін вартості залишків статей балансу, пов'язаних із відображенням наслідків перебігу операцій за укладеними із клієнтами контрактами, що відрізняє його від раніше чинного МСБО 18. Водночас НП(С)БО 15 встановлена необхідність достовірного визначення витрат, пов'язаних із визнанням доходів [5], що засвідчує про розбіжності між визначенням цього терміну та методикою формування фінансового результату, який фактично здійснюється за принципом нарахування та відповідності. Науковці обґрунтовують відмову від використання відповідності зниженням взаємного зв'язку доходів і витрат через економічні причини, зокрема зниження частки прямих витрат у загальних витратах фірми [9].

Головні характеристики підходів до визначення та визнання доходу, наведені у МСБО 18, засвідчують про застосування відповідності доходів і витрат [3], унаслідок чого цей стандарт бухгалтерського обліку у 2014 році був замінений на МСФЗ 15, який використовується підприємствами, котрі складають фінансову звітність за МСФЗ із 2018 року.

Застосування для відображення доходів рекомендацій, визначених МСФЗ 15, показує пріоритетність використання балансового методу при визнанні та відображенні підприємством доходів. Зокрема, стандартом визначено, що дохід на підприємстві виникає унаслідок передачі обіцяних товарів або послуг клієнтам у сумі, що відображає компенсацію, на яку підприємство очікує мати право обміну на ці товари або послуги, що може бути визначений за скоригованою ціною ринку, очікуваними витратами із додаванням маржі або за залишковим підходом (табл. 2). Визначення ціни операції продажу за справедливою вартістю здійснюється за вимогою МСФЗ 15 тільки за операціями негрошового обміну [4].

Таблиця 2

Методи визначення ціни продажу активів і послуг

Ціни продажу	Інтерпретація
Скоригована ціна ринку	Ціна, яку буде готовий заплатити клієнт, виходячи із цін на ринку продажу товарів і послуг
Очікувані витрати плюс маржа	Прогнозована оцінка очікуваних витрат, пов'язаних із задоволенням зобов'язання щодо виконання з доданням відповідної маржі для окремого товару або послуги
Залишковий метод	Можлива ціна продажу, виходячи із загальної ціни операції за вирахуванням суми окремо взятих цін продажу на інші товари або послуги, обіцяні в договорі за умови, що суб'єкт господарювання у ті ж періоди продає той самий товар чи послугу різним клієнтам за цінами, що суттєво відрізняються або якщо вони ще не встановлені продавцем

Джерело: складено автором за даними [4]

Застосування балансового підходу у МСФЗ 15 підтверджується необхідністю визнання підприємством-продавцем товарів і послуг дебіторської заборгованості як безумовних прав на компенсацію та відсутністю взаємозв'язку між визнаними доходами та витратами, пов'язаними із його визнанням. Так, до витрат, пов'язаних безпосередньо з договором (або конкретним очікуваним договором), належать прямі витрати на виробництво продукції або надання послуг, які виготовляються (здійснюються) суб'єктом господарювання для реалізації покупцям та непрямі розподілені витрати, які оплачує покупець [4] без очевидного зв'язку із очікуваними доходами.

Рекомендаціями МСФЗ 15 значно розширений обсяг інформації щодо операцій, пов'язаних із розкриттям доходів, що вимагає від підприємств покращення систем бухгалтерського обліку для забезпечення можливостей відстеження операцій за кожним контрактом та формування необхідної інформації для відображення у фінансовій звітності. Емпіричне дослідження К. Дж. Нейпіра і К. Стадлера результатів упровадження МСФЗ 15 у 50 найбільших європейських компаніях фондового індексу STOXX Europe 50 за 2018 рік показало, що застосування стандарту призвело до значних витрат, пов'язаних із розробкою додаткового комп'ютерного програмного забезпечення для відстеження операцій та визначення моменту виконання зобов'язань за контрактами з клієнтами, змін окремих бізнес-операцій для більш точного використання вимог стандарту. Особливо це було актуально для галузей, де контракти передбачають одночасний продаж покупцеві за одним контрактом і товарів і послуг [1].

Розкриття підприємствами інформації за договорами з клієнтами є значно ширшим, ніж це вимагає раніше чинний МСБО 18 [10] та НП(С)БО 15. Підприємства за рекомендаціями МСФЗ 15 повинні наводити у примітках інформацію про дохід за договорами, активи і зобов'язання, що виникають унаслідок виконання умов контрактів, втрати від зменшення корисності договірних активів, витрати на отримання договорів з клієнтами, включаючи витрати до укладення договору, витрати на оформлення договору із обґрунтуванням професійних суджень бухгалтера, які приймаються ним за окремими аспектами облікового відображення наслідків виконання договорів.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Використання українськими підприємствами, що ведуть облік та складають фінансовому звітність за міжнародними стандартами МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» передбачає використання в повній мірі балансового методу, за яким дохід визначається шляхом урахування змін вартості активів і зобов'язань, котрі виникли унаслідок виконання договорів продажу товарів і послуг. Це вимагає від підприємств внесення змін до окремих бізнес-процесів, удосконалення обліку та збільшення розкриття операцій за договорами продажу товарів і послуг покупцям. Підприємства можуть відмовитись від обов'язкової оцінки визнаних доходів за справедливою вартістю (за винятком бартерних операцій), натомість оцінюючи доходи за скоригованою ціною ринку, за очікуваними витратами із додаванням маржі, залишковим методом, або комбінуючи ці підходи. Суттєві покращення обліку доходів вимагають внесення відповідних змін до НП(С)БО 15 «Дохід», які забезпечать відповідність та зіставність відображення доходів українськими підприємствами.

Список використаних джерел

1. Napier C. J., Stadler C. The real effects of a new accounting standard: the case of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers, *Accounting and Business Research*. 2020. No 50(5). pp. 474–503. DOI: 10.1080/00014788.2020.1770933.
2. Zeff S. A. The rise of «economic consequences». *Journal of Accountancy*. 1978. No 146 (6). P. 56–63. DOI: 10.4324/9780203851296-7.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 «Дохід». URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_025. (дата звернення: 10.04.2023).
4. Міжнародний стандарт фінансової звітності 15 «Дохід від договорів з клієнтами». URL: https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/IFRS%2015_ukr_2016.pdf. (дата звернення: 11.04.2023).
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>. (дата звернення: 14.04.2023).
6. Нашкерська Г. В. *Методологія і практика оцінювання у фінансовому обліку* : монографія. Львів. ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. 426 с.
7. Wagenhofer A. The role of revenue recognition in performance reporting, *Accounting and Business Research*. 2014. No 44(4). pp. 349–379. DOI: 10.1080/00014788.2014.897867.

8. Концептуальна основа фінансової звітності (2018). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009. (дата звернення: 11.04.2023).

9. Srivastava A. Why has matching declined? SSRN Electronic Journal. 2011. DOI: 10.2139/ssrn.1932272.

10. Boujelben S., Kobbi-Fakhfakh S. Compliance with IFRS 15 mandatory disclosures: an exploratory study in telecom and construction sectors. Journal of Financial Reporting and Accounting. 2020. vol. 18(4). pp. 707-728. URL: <https://www.emerald.com/insight/1985-2517.htm>. (дата звернення: 14.04.2023).

References

1. Napier, C.J., Stadler, C. (2020). The real effects of a new accounting standard: the case of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers, Accounting and Business Research. No 50(5). pp. 474-503. DOI: 10.1080/00014788.2020.1770933. [in English].

2. Zeff, S.A. (1978). The rise of "economic consequences". Journal of Accountancy. No 146 (6). pp. 56-63. DOI: 10.4324/9780203851296-7. [in English].

3. IAS 18 "Revenue". Retrieved from: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_025. [in Ukrainian].

4. IFRS 15 "Revenue from contracts with customers". Retrieved from: https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/IFRS%2015_ukr_2016.pdf. [in Ukrainian].

5. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 15 "Dokhid". Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>. [in Ukrainian].

6. Nashkerska, H.V. (2009). Methodology and practice of measurement in financial accounting: monograph. Lviv. 426 p. [in Ukrainian].

7. Wagenhofer, A. (2014). The role of revenue recognition in performance reporting, Accounting and Business Research. No 44(4) pp. 349-379. DOI: 10.1080/00014788.2014.897867.

8. Conceptual Framework for Financial Reporting (2018). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009. [in Ukrainian].

9. Srivastava, A. (2011). Why has matching declined? SSRN Electronic Journal. DOI: 10.2139/ssrn.1932272. [in English].

10. Boujelben, S., Kobbi-Fakhfakh, S. (2020). Compliance with IFRS 15 mandatory disclosures: an exploratory study in telecom and construction sectors. Journal of Financial Reporting and Accounting. vol. 18(4). pp. 707-728. Retrieved from: <https://www.emerald.com/insight/1985-2517.htm>. [in English].

NASHKERSKA Halyna, PHD in Economics, Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing, Ivan Franko National University of Lviv.

THE EFFECTS OF IFRS 15 "REVENUE FROM CONTRACTS WITH CUSTOMERS" ON REFLECTING THE REVENUES OF ENTERPRISES FROM OPERATIONAL ACTIVITIES

Abstract.

Objective. The purpose of this research is to carry out a comparative analysis of the advantages and possibility of using IFRS 15 "Revenue from Contracts with Customers" in comparison with the accounting of revenues according to national accounting standards at Ukrainian enterprises.

Methods. The main research methods were general and special scientific approaches to theoretical generalization and grouping, systematization, comparative analysis, logical generalization.

Results. The application IFRS 15 "Revenue from contracts with customers" has the potential to increase the efficiency of the process of accounting of revenues compared to as a traditional

system. IFRS 15 is based on the balance sheet approach. Revenue, expenses, and income are recognized as a result of changes in the values of these assets and liabilities. The article analyzes the main characteristics of which are directly relevant for revenue recognition. They include recognition and measurement revenue, presentation and disclosure of items related to customer's contracts. IFRS 15 has greatly extended the scope of disclosure. To achieve that an entity shall disclose qualitative and quantitative information about all of the following: its contracts with customers, the significant judgements, and changes in the judgements, any assets recognized from the costs to obtain or fulfil a contract with a customer.

Scientific novelty. The author substantiates that the use of IFRS 15 "Revenue from contracts with customers" for revenue accounting will make accounting more efficient and transparent, will ensure increases usefulness and faithfully represent information in financial statements.

Practical significance. Revenue from customer's contracts purports to be a highly reliable outcome from the company's activities. As such it carries important confirmatory information about actual performance and useful information to forecast future revenues.

Key words: revenue, contract, customers, recognition, measurement, disclosure, submission, compensation, receivables.

Одержано редакцією: 14.04.2023 р.
Прийнято до публікації: 28.04.2023 р.

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

УДК 330.3

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-72-79

БОГАШКО Олександр Леонідович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та
управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
ORCID: 0000-0003-2665-6772

АДМІНІСТРАТИВНІ ПЕРЕДУМОВИ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

***Анотація.** Економічний розвиток є рушійною силою процесів та змін, забезпечує суспільний прогрес. Цей рух створює системні перетворення як у рамках світового, національного, так і регіонального господарства. Виявлено, що підприємництво є джерелом сталого економічного зростання, стабільності суспільства та забезпечення зайнятості в країні, що безпосередньо впливає на підвищення рівня та якості життя населення. Світова та вітчизняна практика свідчать, що необхідною умовою успішного функціонування підприємницьких структур є державна та регіональна підтримка. У дослідженні проведено аналіз визначення підприємництва та розглянуто сутність адміністративної підтримки підприємництва. Обґрунтовано комплекс підтримки підприємницького сектору. Також визначено роль механізму інфраструктурної підтримки підприємницької діяльності.*

***Ключові слова:** адміністративна діяльність; підприємництво; економічний розвиток; лідерство; управління; механізм підтримки підприємницької діяльності; регіональний рівень; конкурентоспроможність економіки.*

Постановка проблеми. Особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства є зростання взаємозалежності економік різних країн та інтенсифікації господарських зв'язків між ними, стрімкий розвиток інтеграційних процесів, зростання ринку знань та інтенсивний перехід розвинених країн до економіки інноваційного типу, що вимагає обліку впливу зовнішніх факторів та відповідних тенденцій при формуванні національного потенціалу конкурентоспроможного розвитку.

Ключовим пріоритетом економічного розвитку країни є ефективне та раціональне використання наявного потенціалу ресурсів та поступове входження до зони міжнародного ринку. Сучасний міжнародний простір у період активного розвитку глобалізаційних процесів визнає лідерство в конкурентній боротьбі не по країнах, що мають великий обсяг природних ресурсів, а по країнах, які ставлять у пріоритет бізнес та процеси його відтворення, ринкові механізми підтримки підприємницької діяльності, ефективного використання науки, системи знань та інформаційних технологій.

Підприємництво є джерелом сталого економічного зростання, стабільності суспільства та забезпечення зайнятості в країні, що безпосередньо впливає на підвищення рівня та якості життя населення. Стабілізація та зростання економіки неможливі без розвитку бізнесу, що потребує розробки та застосування ефективних механізмів підтримки підприємництва в країні.

Головною метою державної політики в даному напрямку є координація дій усіх суб'єктів, зацікавлених у розвитку підприємництва, зокрема органів влади на всіх рівнях, суб'єктів підприємництва, об'єднань та спілок підприємців, науки, установ ринкової інфраструктури, а також формування та впровадження ефективної державно-громадської системи його обслуговування, підтримки та захисту.

У разі, коли відбувається розширення економічної самостійності регіонів, по-новому визначається роль бізнесу для регіонального розвитку. Але відсутність належної підтримки підприємницьких структур із боку зацікавлених учасників економічних відносин породжує низку проблем щодо ефективного їх функціонування. Вирішення існуючих проблем визначає необхідність розробки системи підтримки підприємницької діяльності, яка дозволить сформулювати стратегічні засади та розробити технології стимулювання його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні глобальні перетворення у світі та трансформаційні зрушення в економічних системах країн формують необхідність наукового визначення та дослідження сутності та основних умов економічного розвитку, особливостей економічного зростання.

Економічний розвиток стає рушійною силою активних та пасивних процесів та змін, що забезпечує суспільний прогрес. Конкурентоспроможність країни визначається конкурентоспроможністю підприємств, галузей, кластерів, муніципальних утворень, регіонів. Одночасно, на конкурентоспроможність підприємства впливає конкурентоспроможність країни, де воно функціонує.

Сучасний розвиток економіки ґрунтується на активному розвитку підприємницького середовища. Світова та вітчизняна практика свідчать, що необхідною умовою успішного функціонування підприємницьких структур є державна та регіональна підтримка. Пріоритетність участі держави у розвитку підприємницького сектору полягає у тому, щоб створювати сприятливі правові та соціально-економічні умови для ефективного розвитку та розширеного відтворення.

Існує багато точок зору щодо сутності понять «підприємництво», «підприємницька діяльність» та «підприємець». Вперше поняття «підприємництво» було введено ірландським економістом Р. Кантільйоном у XVIII ст., який розглядав підприємництво як особливу економічну функцію, а ризик вважав основною його характеристикою [1].

Еволюцію підприємницької думки як економічної категорії надали такі відомі економісти: А. Сміт – розглядав підприємця як власника, метою діяльності якого є отримання прибутку; Ж. Сей – виділив основні функції підприємця та розмежував поняття «підприємець», «капіталіст» та «менеджер»; А. Маршалл – виділив організаторську функцію підприємця, як окремий фактор виробництва [2].

Великий внесок у теорію підприємництва зробив Й. Шумпетер, який розглядав підприємця як центральний елемент механізму економічного розвитку та особистість з яскраво вираженими новаторськими діловими здібностями, що реалізуються в оригінальних, нетрадиційних, відмінних від наявних комерційних проєктів [3; 4].

Ф. Хайек пов'язував підприємництво насамперед з особистою свободою, яка дає людині можливість раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією та доходами [2].

Американські вчені Р. Хізрич та М. Пітерс характеризують підприємництво, як процес створення чогось нового, що має вартість, а підприємця, як людину, яка витрачає на це весь необхідний час та зусилля, бере на себе весь фінансовий, психологічний та соціальний ризик, отримуючи в нагороду гроші та задоволення досягнутим [3].

Що ж до підтримки підприємців, вона зародилася ще XV в. у вигляді протекціоністських тарифів держав на імпортовані промислові товари, а також заохочення експорту, особливо готової продукції. Надалі підтримка підприємництва стала розширюватись заходами податкового стимулювання для дрібних підприємців. Підтримка здійснювалася переважно шляхом непрямих заходів та створенням сприятливих умов

розвитку. А цілеспрямована державна політика підтримки підприємництва з'явилася лише у 1932 р. в США у вигляді заходів для подолання наслідків Великої депресії [1].

Підтримка підприємництва – це процес послідовних заходів із боку учасників економічних відносин, об'єднаних мережею зв'язків із задоволення їхніх потреб. Підтримка підприємництва в розвинутих країнах здійснюється через спеціальні програми, які реалізуються за допомогою комплексної підтримки на регіональному, державному та наддержавному рівні.

У економічно розвинених країн світу існує різноманітність форм державної підтримки приватних власників. Крім того, сектор малого та середнього підприємництва відрізняється високою динамічністю, гнучкістю, інноваційною активністю, здатністю до прискореного створення нових виробництв та генерації нових робочих місць.

Також окремо слід виділити інфраструктуру підтримки підприємницьких структур, під нею слід розуміти сукупність державних та громадських інститутів (організацій, установ та об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності.

Актуальність. У науковій літературі значної ролі набувають теоретичні дослідження, що стосуються адміністративних методів та інструментів сприяння інноваційному розвитку підприємництва. Поряд з теоретичними дослідженнями, що проводяться, практичні розвідки цього питання займають окрему нішу в економічній літературі, які також привертають увагу вчених. Особливої актуальності набуває питання розробки механізмів підтримки підприємницьких систем в економічному середовищі.

Мета статті – визначення адміністративних передумов підтримки підприємницької діяльності на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексна підтримка підприємницького сектора має здійснюватися на основі системи, складові якої регулюють, відновлюють, розвивають та підтримують його. Система складається з джерел підтримки, які встановлюють наявність та кількість суб'єктів, які безпосередньо беруть участь у підтримці; механізмів підтримки, що розкривають можливі типи підтримки; інструменти підтримки; адміністративні технології – розкривають управлінські методи чи способи, з допомогою яких здійснюється керівний вплив на підприємницький сектор.

Взаємозв'язок між суб'єктами підприємницької діяльності у кожному регіоні відбувається через систему ринкових відносин. За допомогою ринкового механізму враховуються, підсумовуються та взаємно врівноважуються рішення, прийняті вільними економічними суб'єктами. Чим ефективніший цей механізм, тим більш повно розкриваються потенційні можливості підприємців. Однак ринкова економіка не здатна автоматично регулювати всі економічні та соціальні процеси у суспільстві. Необхідність здійснення інвестицій у малі, з погляду приватного капіталу, галузі та сфери, нерентабельні. Розв'язання проблем зайнятості населення, подолання кризових явищ в економіці, підтримка зовнішньоекономічної рівноваги вимагають здійснення загальнодержавного та регіонального регулювання. Представимо суб'єктів підтримки підприємницького сектора (табл. 1).

Таблиця 1

Суб'єкти підтримки підприємницької діяльності

Суб'єкт підтримки	Прямий вплив	Непрямий вплив	Функціональне
Держава	Виділення бюджетних коштів на пільгове фінансування, надання у безоплатну оренду державного майна.	Субсидії, субвенції, дотації.	Організаційно-маркетингові заходи: спрощена процедура реєстрації підприємств; проведення консалтингу. Фінансові податкові заходи: стимулювання банків та страхових компаній до кредитування та страхування підприємницьких структур. Майнові заходи: проведення лізингових операцій.

Продовження таблиці 1

Регіон	Розвиток інфраструктури: інноваційних регіональних фондів сприяння розвитку підприємництва, розвиток фінансової та науково-освітньої інфраструктури.	Створення в регіоні стабільної та гнучкої системи фінансово-кредитної підтримки, включаючи спрощення доступу підприємств до кредитних та інвестиційних ресурсів.	Створення інформаційних центрів підтримки підприємництва, інформування про можливість участі в держзамовленнях, компенсацію витрат на інформаційне обслуговування.
Місцевий рівень	Здійснення нормативного регулювання, еквівалентного рівню ринкових відносин	Формування сприятливого підприємницького середовища; розвитку мережі міських громадських та професійних об'єднань підприємців (спілок, асоціацій, агентств та ін.), діяльність яких спрямована на захист інтересів малого бізнесу.	Організаційно-маркетингові заходи: формування у місті мережі установ, які будуть надавати підтримку великим та малим підприємствам у пошуку потенційних партнерів для співробітництва та загалом сприяти підвищенню його конкурентоспроможності; розробка та реалізація програм молодіжного підприємництва; сприяння діалогу між бізнесом, державою та наукою.

Джерело: складено автором на основі [5; 6]

Наступним, не менш важливим джерелом підтримки є ринок, на якому здійснюються операції купівлі-продажу, саме регіональний ринок забезпечує мале та середнє підприємництво необхідною кількістю робочих місць, створює попит та пропозицію, надає необхідні банківські структури для виконання необхідних операцій, створює регіональні фонди підтримки підприємництва. і тому подібне.

Інфраструктурна підтримка ефективно здійснюється за наявності регіональної чи ринкової підтримки, створюючи при цьому бізнес-інкубатори, технопарки, кластери, які допомагають створити бізнес початківцю, розвивати його та утримувати на належному рівні.

Також необхідно окремо виділити міжнародну підтримку, вона є особливо цікавою та перспективною для стартапів та підприємців, оскільки через брак коштів вони не мають можливості самостійно відкрити власну справу, а завдяки міжнародним інвесторам підприємці можуть брати участь у різних тендерах, грантах та в результаті отримати необхідні фінансові кошти.

Оскільки ефективна підтримка підприємницьких систем не може здійснюватися без формування відповідних механізмів, виникає потреба задіяти соціально-економічний потенціал суб'єктів підприємництва, і тим самим ефективно витратити бюджетні ресурси. В табл. 2 наведено механізми підтримки підприємницьких систем в економічному середовищі.

Механізми підтримки підприємницької діяльності

Назва механізму	Характеристика
Економічний механізм	– пряма та непряма фінансова підтримка; – вирівнювання регіональної кон'юнктури; – пільги при формуванні та становленні бізнесу; – стимулювання попиту населення; – модернізація регіонального господарського комплексу; – забезпечення сумлінної конкуренції.
Соціальний механізм	– створення ефективної системи підготовки та перекваліфікації підприємців; – сприяння формуванню середнього класу; – збільшення кількості робочих місць; – створення позитивного іміджу підприємця в суспільстві; – підвищення ролі інтелектуального капіталу населення.
Інформаційний механізм	– своєчасне забезпечення оперативною, об'єктивною інформацією та володіння нею; – створення інформаційно-консультаційної компанії на загальнодержавному та місцевому рівні; – створення баз даних інтернет-ресурсів; – створення онлайн-систем бізнес-діагностики.
Інноваційний механізм	– ефективне впровадження сучасних науково-технічних інновацій; – створення технопарків, кластерів, бізнес інкубаторів, технологічних, інноваційних центрів; – створення при університетах та наукових закладах науково-дослідних центрів.
Правовий механізм	– формування законодавчої бази, що передбачає встановлення правових гарантій для забезпечення свободи та захисту приватної власності; – усунення правових протиріч та колізій, скасування положень, що гальмують розвиток приватної ініціативи; – ефективна взаємодія органів державної влади різних рівнів із спілками та об'єднаннями підприємців.
Культурний механізм	– формування етичних норм, відповідної культури поведінки; – формування позитивної громадської думки до підприємництва; – тиражування найкращих стандартів корпоративної культури.
Мотиваційний механізм	– створення інститутів підтримки та стимулювання підприємницьких систем; – спрощення дозвільної системи ліцензування, ліквідації підприємств; – допомога в налагодженні міжнародних зв'язків.

Джерело: складено автором на основі [7; 8]

Наведені механізми дають змогу сформувати комплексне бачення напрямів підтримки; виділити проблемні зони розвитку підприємницької діяльності; виділяти специфічні процеси; визначити інституції, забезпечити реалізацію певних напрямів управлінської діяльності. Аналіз досвіду розвинених країн показує, що ефективний розвиток підприємницьких систем та реалізація наявного підприємницького потенціалу можливі за наявності систематичної державної підтримки цього сектору економіки, а також за наявності дієвих інструментів підтримки підприємництва [9; 10].

Також необхідно зупинитися на питанні створення інфраструктури підтримки розвитку підприємництва, метою якої є забезпечення як комплексної інноваційної діяльності, так і збереження та розвитку науково-технічного потенціалу регіону та країни на користь суспільства, включаючи подолання спаду виробництва, його структурну перебудову, диверсифікацію товарів та послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підприємництво є важливим сектором економіки, який виступає локомотивом функціонування всієї системи соціально-економічних відносин. Місце та роль держави за таких обставин сумніву не викликає, адже

державна політика у сфері бізнесу має спрямовуватись на створення належної платформи для підвищення її конкурентоспроможності та динамічного зростання. У зв'язку з цим виникає потреба в основі пріоритетних напрямів та підходів до формування такої політики, фокус дієвості якої локалізується на забезпеченні конкурентного статусу підприємницьких формувань усіх організаційно-правових форм.

Державні програми підтримки розвитку суб'єктів підприємництва слід узгоджувати з ресурсною основою їхнього функціонування, а також мають бути встановлені терміни реалізації та безпосередні виконавці.

Головною метою державної адміністративної політики є координація дій усіх суб'єктів, зацікавлених у розвитку підприємництва. Зокрема з боку держави, та органів регіональної та місцевої влади: підвищення прозорості державних видатків, бюджетного процесу на всіх рівнях; запровадження прозорих механізмів державного нагляду та контролю, послідовність політики на основі довгострокових стратегій; створення спільних робочих груп із проблемних питань із обов'язковим залученням авторитетних представників бізнесу; запровадження культури доброзичливого та уважного ставлення до підприємців у державних установах, просвітництво представників держави щодо ролі підприємництва; програми державно-приватного партнерства. З боку бізнесу: активізація діалогу з державою, активна участь в існуючих інститутах партнерства з державою; налагодження взаємодії з експертним середовищем, у тому числі забезпечення фінансової підтримки аналітичної роботи та розробок, які потрібні бізнесу. З боку експертної спільноти: сприяння діалогу між бізнесом та державою у різних вимірах – від суто організаційного до напрацювань аналітичних продуктів; просвітницька діяльність.

При цьому повинні використовуватися механізми, здатні забезпечити покращення економічних, соціальних та екологічних показників господарської діяльності підприємницьких формувань, збільшити їхній внесок у вирішення проблем зайнятості населення та наповнення бюджетів територій та сприяти підвищенню активності та впливу цього сектора економіки на процес становлення громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Мазур К. В. Стан бізнес-середовища малих та середніх підприємств в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 5 (57). С. 726–729.
2. Холоменюк І. М. Джерела та проблеми фінансування розвитку малого та середнього бізнесу: вітчизняний та закордонний досвід. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : «Економіка і менеджмент». 2016. Вип. 18. С. 113–116.
3. Шацька З. Я. Сутність дефініції поняття «підприємницька структура» та підходи до її трактування. *Вісник КНУТД*. Серія : «Економічні науки». 2018. № 6 (129). С. 111–124.
4. Богашко О. Л. Перспективи впровадження принципів розумної спеціалізації ЄС в українську практику державного регулювання інноваційного розвитку. *Економічні горизонти*. 2018. № 3(6). С. 4–17. DOI: 10.31499/2616-5236.3(6).2018.156311.
5. Ільченко В. М. Вплив краундфандингу на ефективний розвиток соціального підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 64. С. 36–41.
6. Єфремова О. С. Кредитування малого підприємництва в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 82–85.
7. Bohashko O. L. «The «Knowledge Triangle» Is A Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation». *Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 5964–5971. URL: <https://ibima.org/accepted-paper/the-knowledge-triangle-is-a-modern-concept-for-managing-the-development-of-education-science-and-innovation/> (дата звернення: 26.02.2023).

8. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17> (дата звернення: 26.02.2023).

9. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ : ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

10. Ільченко В. М. Кисельов В. Р. Фінансове забезпечення розвитку та інструментарій фінансової підтримки соціального підприємництва. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. Серія «Економіка та менеджмент». 2022. Вип. № 28. С. 8–11.

References

1. Mazur, K.V. (2018). Stan biznes-seredovyshcha malykh ta serednikh pidpryyemstv v Ukraini [*The state of the business environment of small and medium-sized enterprises in Ukraine*]. *Molodyy vchenyy Young Scientist*, 57, pp. 726-729. [in Ukrainian].

2. Kholomenyuk, I.M. (2016). Dzherela ta problemy finansuvannya rozvytku maloho ta seredn'oho biznesu: vitchyznyanyy ta zakordonnyy dosvid [*Sources and problems of financing the development of small and medium-sized businesses: domestic and foreign experience*]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu Scientific Bulletin of the International Humanitarian University*, 18, pp. 113-116. [in Ukrainian].

3. Hats'ka, Z.Ya. (2018). Sutnist' definitysi ponyattya "pidpryyemnyts'ka struktura" ta pidkhody do yiyi traktuvannya [*The essence of the definition of the concept of "entrepreneurial structure" and approaches to its interpretation*]. *Visnyk KNUTD Bulletin of KNUTD*, 6 (129), pp. 111-124. [in Ukrainian].

4. Bohashko, O.L. (2018). Perspektyvy vprovadzhennya pryntsyypiv rozumnoyi spetsializatsiyi YES v ukrayins'ku praktyku derzhavnoho rehulyuvannya innovatsiynoho rozvytku [*Prospects for the implementation of the principles of intelligent specialization of the EU in the Ukrainian practice of state regulation of innovative development*]. *Ekonomichni horyzonty Economic horizons*, 3 (6), pp. 4-17. DOI: 10.31499/2616-5236.3(6).2018.156311 [in Ukrainian].

5. Il'chenko, V.M. (2022). Vplyv kraundfandynhu na efektyvnyy rozvytok sotsial'noho pidpryyemstva [*The impact of crowdfunding on the effective development of a social enterprise*]. *Infrastruktura rynku Market infrastructure*, 64, pp. 36-41. [in Ukrainian].

6. Yefremova, O.S. (2018). Kredytuvannya maloho pidpryyemnytstva v Ukraini [*Lending to small businesses in Ukraine*]. *Ekonomika ta derzhava Economy and the state*, 7, pp. 82-85. [in Ukrainian].

7. Bohashko, O.L. (2020). "The "Knowledge Triangle" Is A Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation". *Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 1-2 April 2020, Seville, Spain, 5964-5971. Retrieved from: <https://ibima.org/accepted-paper/the-knowledge-triangle-is-a-modern-concept-for-managing-the-development-of-education-science-and-innovation/> [in English].

8. Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini: Zakon Ukrainy [*On development and state support of small and medium-sized enterprises in Ukraine: The Law of Ukraine*]. (2013). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. [in Ukrainian].

9. Doluda, L., Nazaruk, V., & Kirsanova, YU. (2017). Sotsial'ne pidpryyemnytstvo. Biznes-model'. Reyestratsiya. Opodatkuvannya [*Social entrepreneurship. Business model. Registration. Taxation*]. Kyiv: TOV "Ahentstvo "Ukrayina". [in Ukrainian].

10. Il'chenko, V.M., & Kysel'ov, V.R. (2022). Finansove zabezpechennya rozvytku ta instrumentariy finansovoyi pidtrymky sotsial'noho pidpryyemnytstva [*Financial support for development and tools for financial support of social entrepreneurship*]. *Problemy innovatsiyno-investytsiynoho rozvytku Problems of innovation and investment development*. 2022, 28. pp. 8-11. [in Ukrainian].

BOHASHKO Oleksandr, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Business Management, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.

ADMINISTRATIVE REQUIREMENTS FOR SUPPORTING BUSINESS ACTIVITIES AT THE REGIONAL LEVEL

***Abstract.** The key priority of the country's economic development is the effective and rational use of the available resource potential and gradual entry into the international market zone. The modern international space during the period of active development of globalization processes recognizes the leadership in the competition not for countries that have a large amount of natural resources, but for countries that prioritize business and the processes of its reproduction, market mechanisms for supporting entrepreneurial activity, effective use of science, systems knowledge and information technologies.*

Entrepreneurship is a source of sustainable economic growth, social stability and ensuring employment in the country, which directly affects the improvement of the level and quality of life of the population. Stabilization and growth of the economy is impossible without business development, which requires the development and application of effective mechanisms for supporting entrepreneurship in the country.

The main goal of state policy in this direction is the coordination of the actions of all subjects interested in the development of entrepreneurship, in particular, authorities at all levels, subjects of entrepreneurship, associations and unions of entrepreneurs, science, institutions of market infrastructure, as well as the formation and implementation effective state-public system of its maintenance, support and protection.

In the case when the economic independence of regions is expanding, the role of business for regional development is defined in a new way. But the lack of proper support of entrepreneurial structures from the interested participants of economic relations creates a number of problems regarding their effective functioning.

Entrepreneurship is an important sector of the economy, which acts as a locomotive for the functioning of the entire system of socio-economic relations. The place and role of the state in such circumstances is not in doubt, because the state policy in the field of business should be aimed at creating an appropriate platform for increasing its competitiveness and dynamic growth. In connection with this, there is a need for the basis of priority directions and approaches to the formation of such a policy, the focus of effectiveness of which is localized on ensuring the competitive status of entrepreneurial formations of all organizational and legal forms.

***Key words:** administrative activity; entrepreneurship; economic development; leadership; management; a mechanism for supporting entrepreneurial activities; regional level; competitiveness of the economy.*

*Одержано редакцією: 14.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 28.03.2023 р.*

УДК 338.124:355.1:658.155.2

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-80-91

ЖОСАН Ганна Володимирівна,
кандидат економічних наук, доцент,
кафедра менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний
аграрно-економічний університет
ORCID: 0000-0002-3577-6701

ХОРОШКО Анна Федорівна,
здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти,
Спеціальності 073 Менеджмент,
Херсонський державний
аграрно-економічний університет
ORCID: 0009-0002-7995-4298

ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПІСЛЯВОЄННОГО СТАНУ

***Анотація.** В статті досліджуються інвестиційні можливості, доступні для підприємців, які хочуть розпочати бізнес в Україні, незважаючи на триваючий конфлікт у країні. Авторами розглянуто виклики, з якими стикаються стартапи та інвестори в умовах воєнного стану та не стабільності економічного сектору, такі як доступ до фінансування, інфраструктури та талантів тощо. Досліджено сектори потенційних інвестиційних можливостей в Україні та ключові правові аспекти, які можуть бути доречними при інвестуванні в Україну.*

***Ключові слова:** менеджмент, бізнес, інвестиції, можливості, воєнний стан, післявоєнний стан.*

Постановка проблеми. З сучасною міжнародною політичною ситуацією, громадянськими конфліктами та воєнними діями, багато регіонів світу перебувають у стані нестабільності та перетворень. Це створює як виклики, так і можливості для підприємців та інвесторів.

Дослідження інвестиційних можливостей в умовах воєнного та післявоєнного стану є актуальним з кількох причин. По-перше, це сприяє розвитку стратегій та підходів до інвестування в ризикові та нестабільні регіони. Бізнес-підприємці та інвестори повинні аналізувати ризики та переваги інвестування в таких умовах, а також розробляти методики зменшення ризиків та максимізації прибутковості.

По-друге, дослідження інвестиційних можливостей в цих умовах може виявитися важливим для відновлення економіки та соціального розвитку постраждалих регіонів після завершення конфлікту. Інвестиції можуть стати одним із інструментів відновлення економіки, створення нових робочих місць та підтримки зміцнення соціального благополуччя.

По-третє, інвестиційні можливості в умовах воєнного та післявоєнного стану можуть мати значний вплив на глобальну економіку та геополітичну ситуацію. Успішне інвестування в цих регіонах може стимулювати економічне відновлення, створити нові торговельні можливості та сприяти зростанню міжнародного співробітництва. Однак, недостатня увага до цієї теми може призвести до пропуску потенційних можливостей або неправильного розуміння ризиків і викликів, пов'язаних з інвестуванням в умовах воєнного та післявоєнного стану.

Наукова стаття на дану тематику може стати цінним джерелом знань та інформації для дослідників, бізнес-лідерів, інвесторів та політичних розробників, які зацікавлені у розумінні та використанні інвестиційних можливостей в умовах воєнного та післявоєнного стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку інвестиційних можливостей для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану розкривали у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як І. Грищенко, Л. Євчук, Т. Ковтун, О. Корніяка, Т. Лівощко, В. Небрат [1], Т. Мельник, О. Панухник, І. Стояненко та інші.

І. Грищенко [2] досліджував питання сталого розвитку бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану. Науковець наголошував на важливості пошуку нових ринків та секторів для інвестицій, а також розвитку інноваційних підходів і технологій для відновлення економіки. Л. Євчук спеціалізується на дослідженні ризиків інвестування в умовах конфліктів. Роботи науковця включають аналіз ризиків і підходів до управління ними, зокрема в контексті воєнного та післявоєнного стану, розглядає питання захисту інвестицій та пошуку можливостей з метою зменшення ризиків. Т. Ковтун [2] фокусується на дослідженні роль інвестицій у відновленні соціально-економічних систем в умовах конфліктів, висвітлює важливість врахування соціальних аспектів інвестиційних проєктів, таких як зайнятість, доступ до освіти та охорони здоров'я, у процесі планування інвестиційних стратегій. О. Корніяка досліджує можливості інвестицій у регіональний розвиток під час конфліктів та після них, акцентує увагу на залученні інвестицій до регіонів, що постраждали внаслідок війни, і розробці стратегій розвитку для відновлення економіки та зміцнення бізнес-середовища. Т. Лівощко досліджує питання інвестиційного клімату в умовах конфліктів та після них, вивчає вплив політичних конфліктів на інвестиційний клімат та розглядає рекомендації для покращення інвестиційної привабливості після воєнного стану. Це включає зміцнення правової системи, забезпечення стабільності політичного середовища, захист прав власності, сприяння підприємництву та створенню сприятливих умов для іноземних інвестицій. В. Небрат фокусується на вивченні впливу воєнного та післявоєнного стану на фінансові ринки та інвестиційну діяльність, досліджує ризики та можливості для інвесторів у таких умовах і розробляє стратегії управління ризиками та оптимального використання інвестиційних ресурсів. Т. Мельник [3] в своїх дослідженнях зосереджується на вивченні інвестиційного потенціалу післявоєнних регіонів та пошуку нових можливостей для бізнесу, розглядає питання розвитку туризму, рекреації, аграрного сектору та інших галузей, що можуть сприяти економічному відновленню. О. Панухник досліджує роль інфраструктурних інвестицій у відновленні економіки в умовах конфліктів, розглядає питання інвестування у будівництво та реконструкцію доріг, мостів, енергетичних систем, комунікаційних мереж та іншої інфраструктури для стимулювання економічного зростання та покращення бізнес-середовища. І. Стояненко спеціалізується на вивченні ризиків та можливостей для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану, досліджує вплив політичної нестабільності та економічних зрушень на інвестиційну активність підприємств. Роботи вченого фокусуються на розробці стратегій ризик-менеджменту та визначенні пріоритетних напрямків інвестицій в умовах кризових ситуацій.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Хоча вітчизняні та зарубіжні вчені внесли значний внесок у дослідження розвитку інвестиційних можливостей для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану, можуть бути деякі питання, які не були повністю розкриті в їх працях. Аналіз позиції діючих та потенційних підприємців щодо досліджуваної тематики, виявлення джерел інвестиційних коштів та роль держави в даному процесі. Наукова новизна дослідження полягає в аналізі намірів сучасних українських підприємців щодо інвестування та розвитку стартапів, виявлення їх зацікавленості у підтримці економіки держави під час ведення активних бойових дій та її відновленні у післявоєнний період.

Мета статті та завдання статті. Мета дослідження полягає у висвітленні та розумінні особливостей, викликів та можливостей, що виникають для бізнесу під час воєнного конфлікту та періоду після його завершення. Для реалізації поставленої мети, авторами було сформульовано такі **завдання**: вивчити особливості воєнного та післявоєнного стану та їх вплив на бізнес-середовище, ринки та інвестиційний клімат; визначити потенційні інвестиційні можливості для бізнесу в контексті воєнного та післявоєнного стану, включаючи відновлення інфраструктури, відновлення економіки, розвиток нових ринків та ін.; виділити основні ризики та перешкоди, які впливають на інвестиційний процес та бізнес-розвиток в умовах воєнного та післявоєнного стану.

Під час проведення наукового дослідження було використано наступні методи та методики: аналіз літератури та вивчення історичного контексту; емпіричні дослідження (збір та аналіз первинних даних шляхом проведення опитувань, інтерв'ю з підприємцями, інвесторами, експертами); моделювання та прогнозування (використання економетричних моделей, методів прогнозування та сценарного аналізу для оцінки можливих впливів воєнного та післявоєнного стану на бізнес та інвестиційні можливості); системний аналіз (використання підходів системного аналізу для вивчення взаємозв'язків між різними аспектами бізнесу, економіки, політики та соціального середовища в умовах воєнного та післявоєнного стану).

Виклад основного матеріалу дослідження. Прогнозування щодо інвестиційного простору в Україні досить складний процес. За останні роки Україна досягла прогресу у здійсненні економічних реформ та залученні іноземних інвестицій. Країна має стратегічне розташування між Європою та Азією, велику робочу силу з технічними знаннями та багаті природні ресурси, які пропонують потенційні інвестиційні можливості. Крім того, уряд запровадив заходи для підтримки іноземних інвесторів, такі як спрощення процесу відкриття бізнесу та зменшення регуляторного тягаря. Але завжди присутні зовнішні чинники, які дестабілізують економічне середовище в країні.

Однак інвестування в будь-яку країну пов'язане з ризиками, і Україна не є винятком. Країна стикається з такими викликами, як корупція, політична нестабільність і проблеми безпеки в деяких регіонах. Ці фактори можуть впливати на ефективність бізнес-середовища загалом та інвестицій зокрема.

Щоб визначити потенційний успіх інвестицій в Україні, важливо провести ретельне дослідження, оцінити ризики та отримати професійну консультацію. Серед факторів, які можуть вплинути на даний напрям дослідження доцільно виділити: галузь, ринковий попит, конкуренція, правова та нормативна база, а також загальне економічне та політичне середовище.

Україна пропонує широкий спектр інвестиційних можливостей у різних секторах, включаючи сільське господарство, ІТ, енергетику, виробництво, нерухомість і туризм (табл. 1).

Таблиця 1

Сектори потенційних інвестиційних можливостей в Україні

№	Сектор	Характеристика
1	Сільське господарство	Україна відома своїми родючими землями та має потужний сільськогосподарський сектор. Можливості існують у таких сферах, як вирощування сільськогосподарських культур, розведення худоби та харчова промисловість
2	ІТ	В Україні розвивається ІТ-сектор із великим набором кваліфікованих розробників і відносно низькою вартістю робочої сили. Можливості існують у таких сферах, як розробка програмного забезпечення, кібербезпека та електронна комерція

Продовження таблиці 1

3	Енергетика	Україна має значний потенціал у відновлюваній енергетиці, зокрема сонячній та вітровій. Є також можливості в розвідці та видобутку нафти і газу
4	Виробництво	Україна має добре розвинений виробничий сектор, зокрема в таких сферах, як металургія, хімічна промисловість і машинобудування. Можливості існують у таких сферах, як промислова автоматизація та робототехніка
5	Нерухомість	Український ринок нерухомості стабільно зростає в останні роки, особливо у таких великих містах, як Київ, Львів та Одеса. Можливості існують у таких сферах, як комерційна та житлова забудова, управління нерухомістю та будівництво
6	Туризм	Україна має багату культурну спадщину та пам'ятки, включаючи історичні міста, природні ландшафти та культурні події. Можливості існують у таких сферах, як гостинність, туроператори та транспорт

Інвесторам, які розглядають можливість інвестувати в Україну, важливо провести належну перевірку та отримати професійну консультацію, щоб переконатися, що вони усвідомлюють будь-які ризики та дотримуються всіх відповідних законів і нормативних актів.

Як і в будь якій іншій країні інвестування в Україну вимагає дотримання законодавчої та нормативної бази країни (табл. 2).

Юридична підтримка є важливою під час інвестування в Україну, щоб забезпечити дотримання правової та нормативної бази країни. Звернення за порадою до місцевої юридичної фірми чи юридичного експерта може допомогти переконатися, що інвестиції є юридично надійними та мінімізувати ризик судових спорів.

*Таблиця 2***Ключові правові аспекти, які можуть бути доречними при інвестуванні в Україну**

№	Правовий аспект	Характеристика
1	Реєстрація компанії	Важливо зареєструвати юридичну особу в Україні, наприклад товариство з обмеженою відповідальністю або акціонерне товариство. Процес реєстрації передбачає отримання необхідних дозволів і ліцензій, визначення організаційно-правової форми компанії та реєстрацію в податкових органах.
2	Контракти та угоди	Інвестування в Україні зазвичай передбачає укладення контрактів та угод з різними сторонами, такими як постачальники, клієнти та партнери. Ці договори мають бути складені відповідно до законодавства України та можуть потребувати юридичного супроводу для забезпечення захисту ваших інтересів
3	Відповідність нормативним вимогам	Українське законодавство регулює різні аспекти інвестування в країні, включаючи оподаткування, трудове законодавство та інтелектуальну власність. Важливо отримати юридичну консультацію, щоб забезпечити дотримання відповідних законів і нормативних актів
4	Вирішення суперечок	У разі суперечки важливо мати чіткий механізм вирішення проблеми. Українське законодавство передбачає кілька варіантів вирішення суперечок, включаючи медіацію, арбітраж і судовий розгляд
5	Юридична експертиза	Перш ніж інвестувати в Україну, важливо провести належну перевірку, щоб оцінити правові та регуляторні ризики, пов'язані з інвестиціями. Це може включати перевірку контрактів, дозволів, ліцензій та інших правових документів

Поглиблюючись в це питання, авторами було проведене опитування в рамках наукового дослідження «Інвестиційні можливості для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану» серед представників бізнес середовища. В опитуванні взяли участі більше 100 підприємців з різних регіонів України, в тому числі зі статусом ВПО [5; 6].

Перше питання було пов'язане з інтересами опитуваних. Серед представлених варіантів, автори отримали 25% зацікавлених в інвестуванні. В залежності від обраного напрямку інтересів респондентам пропонувалось два напрями питань.

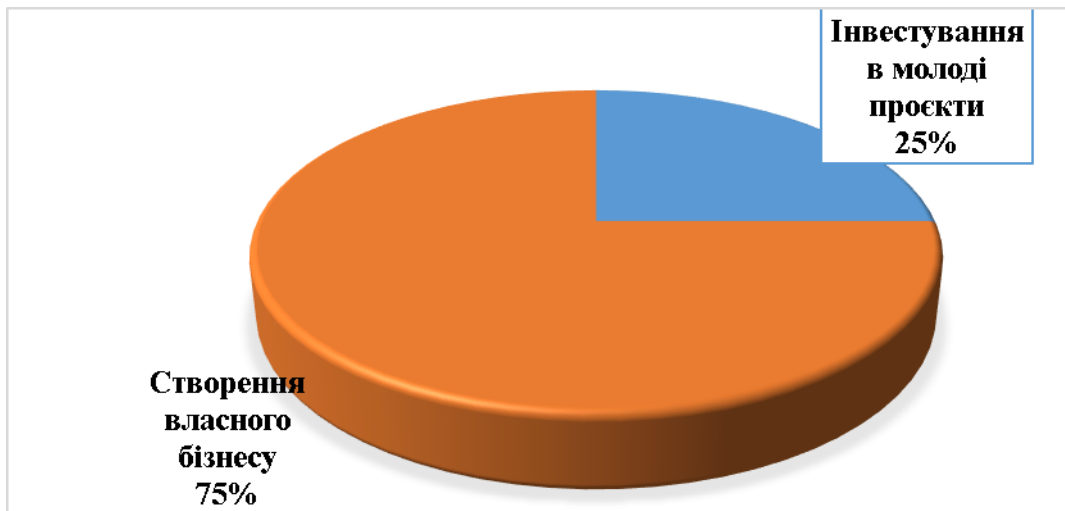


Рис. 1 Розподіл інтересів респондентів

При обранні респондентом напрямку «Інвестування в молоді проекти» відкривався перелік наступних питань:

1. Чи цікавитеся Ви інвестуванням?
2. Маєте активні інвестиції?
3. Чи відомі Вам українські платформи для інвестування?
4. Яку перспективу розглядаєте в інвестуванні?
5. В якому напрямку Вас цікавить інвестування?
6. Чи згодні Ви з твердженням, що інвестування доступне тільки «корпоративним монстрам»?
7. Розмір інвестицій, який Ви готові здійснити?
8. Чи достатньо Вам правової чи фінансової освіченості для здійснення інвестування?

Якщо ж респондент обирає напрям «Створення власного бізнесу» питання були наступними:

1. Чи маєте професійну/вищу освіту?
2. Плануєте працювати за освітою?
3. Чи відомі Вам українські платформи для освітлення бізнес-ідей під фінансування?
4. Чи маєте ідею для створення власного бізнесу?
5. Які бачите бар'єри для запуску свого стартапу?
6. Чи достатньо Вам правової та фінансової освіченості для створення власної справи?
7. В даний час Ви працюєте над створенням стартапу?

Дані напрями було обрано авторами для визначення, що більше цікавить сучасних підприємців в умовах воєнного стану: інвестування в ідеї інших чи все ж таки реалізація власних ідей. Далі детально розписано результати даного дослідження. Ознайомитись з анкетною формою можна за посиланням у відкритому доступі [4].

Також, варто зазначити що в опитуванні брали участь декілька вікових категорій. Переважаючою стала категорія віком 18-25 років (53,1%). На другому місці вікова категорія 26-35 років (25%), не менш активно приймали участь люди віком 46+ (12,5%), та найменшою

часткою були респонденти віком 36-45 років (9,4%). Серед них 81,3% були жінки та 18,8% чоловіків.

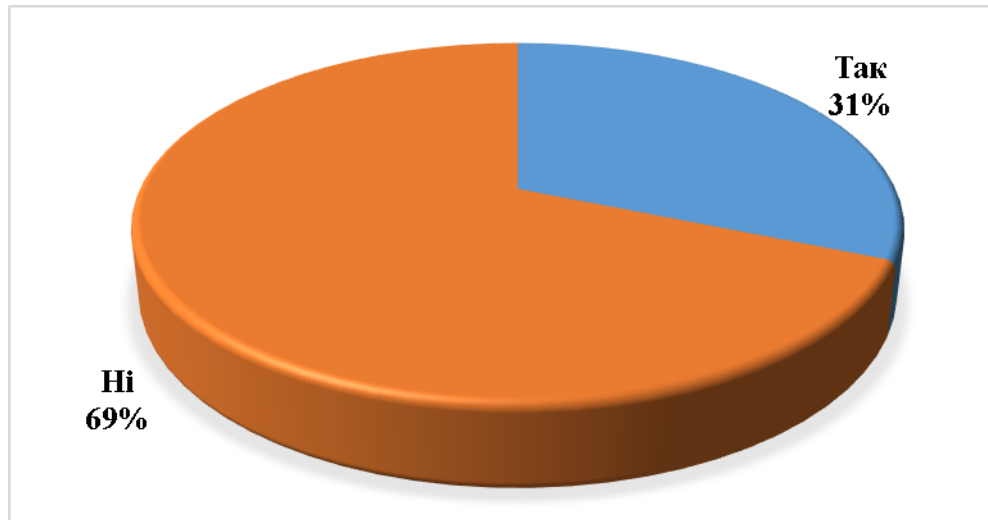


Рис. 2 Розподіл відповідей на питання: «Маєте активні інвестиції?»

Отже розглянемо більш детально кожен з напрямів проведеного авторами опитування.

Переходячи до розділу інвестування учасники опитування зазначили, що не просто цікавляться інвестуванням (81,3%), а мають активні інвестиції на момент опитування.

Ринок інвестування є дуже привабливим для створення пасивного доходу, але важливо враховувати великі ризики та нестабільність його становища. На сьогодні пропонується багато ресурсів, курсів та освітніх програм, створених на власному досвіді в цій галузі чи з наукової точки зору. Через великий асортимент, стає проблема вибору якісного та діючого механізму, хоча не один з них не дає 100% гарантії. Найпопулярніші платформи для інвестування було озвучено респондентам, та встановлено, що половині з них жодна була невідома. Серед опитованих, які цікавились онлайн ресурсами, переможцем став STARTUP.UA (37.5%) та на другому місці АСОЦІАЦІЯ ІНВЕТОРІВ УКРАЇНИ (12.5%).

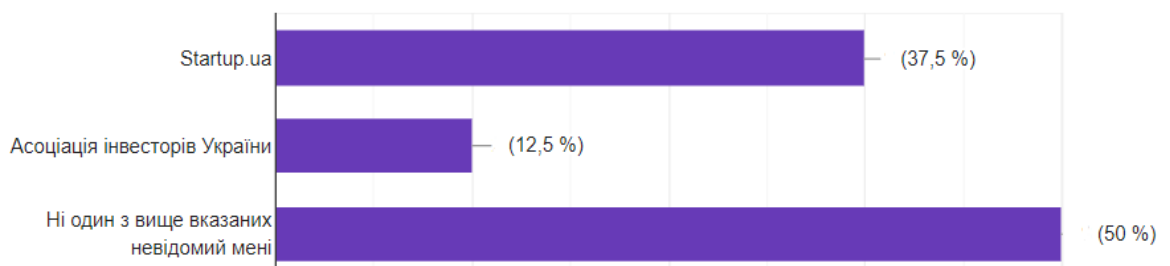


Рис. 3 Українські платформи для інвестування

Не розглядаючи біржи криптовалют та блокчейн, що також користуються популярністю серед інвесторів, респонденти виділи наступний перелік сфер для інвестицій. Перше місце посідає фінансова та страхова діяльність, отримала 50% прихильності серед опитованих, також, не менш зацікавлені в операціях з нерухомим майном (43,8%). Третє місце майже порівну поділили між собою промисловість (25%) та гуртова і роздрібна торгівля (18,8%), що теж складає достатньо вагомий відсоток.

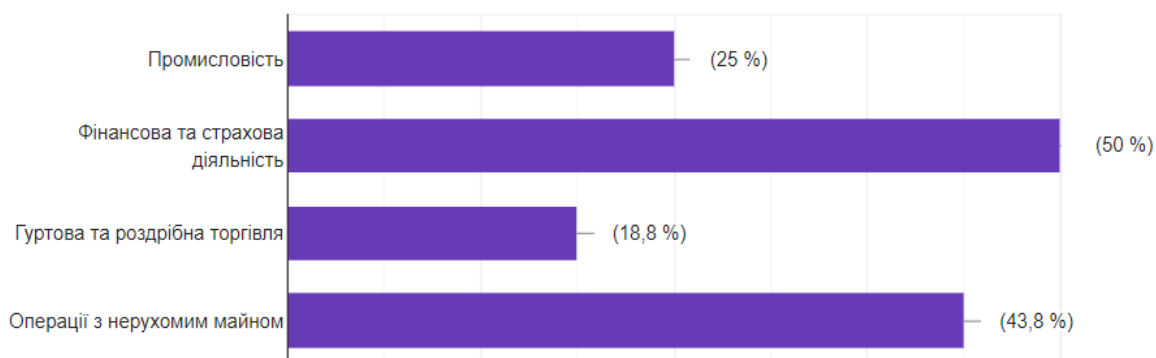


Рис. 4 Напрями інвестування

Незважаючи на важливість розвинення інвестиційного простору в середині країни, поки що питання залучення іноземних інвестицій залишається актуальним. Український уряд пропонує кілька стимулів для залучення іноземних інвестицій, включаючи податкові пільги, інвестиційні субсидії, спеціальні економічні зони, спрощені процедури та захист іноземних інвестицій. Ці стимули спрямовані на створення сприятливого інвестиційного клімату та сприяння залучення іноземних інвестицій у країну.

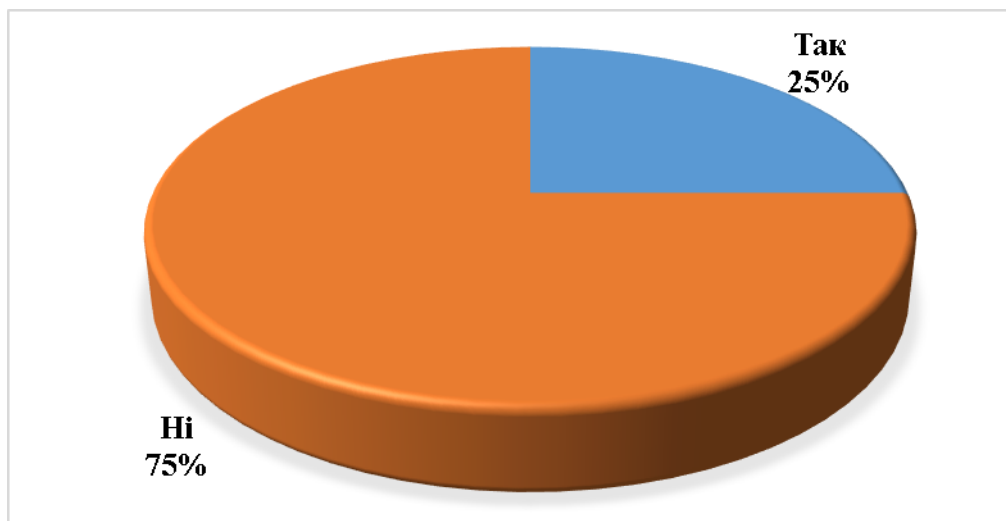


Рис. 5 Розподіл відповідей на питання: «Чи достатньо вам правової чи фінансової освіти для здійснення інвестування?»

Назвавши всі позитивні моменти та описавши можливості, на шляху до розвитку інвестування в країні маємо масштабну проблему, а саме, відсутність правової та фінансової освіти в сфері інвестування, що може призвести до негативного досвіду та втрати фінансів.

Сфера інвестування є перспективною, та необхідно більше приділяти увагу доступним освітнім процесам та поглибленням населення в даний напрям.

Відступивши від теми інвестування, в авторському опитуванні також була досліджена проблема створення та розвитку стартапу.

Україна є країною з екосистемою стартапів, що розвивається, та безумовно, є можливості та перспективи для їх створення. Ось кілька факторів, які слід враховувати:

1. Зростаюча ІТ-галузь: ІТ-галузь України швидко розвивається, і вона стає відомою своїми талановитими інженерами та розробниками програмного забезпечення. Це створює хорошу основу для технологічних стартапів.

2. Нижчі витрати: порівняно з багатьма іншими країнами вартість життя та ведення бізнесу в Україні відносно низька. Це може бути вигідно для стартапів, які прагнуть знизити витрати.

3. Державна підтримка: Уряд України вжив заходів для заохочення підприємництва та підтримки стартапів. Наприклад, існують податкові пільги для малого бізнесу та стартапів.

4. Доступ до ринків: Україна має великий і зростаючий внутрішній ринок, а також стратегічне розташування для доступу до ринків Європи та Азії.

5. Збільшення інвестицій: Кількість інвестицій венчурного капіталу в українські стартапи постійно зростає. Згідно зі звітом AVentures Capital, у 2021 році українські стартапи залучили \$510 млн інвестицій, що більш ніж удвічі перевищує суму, залучену в 2020 році.

6. Інкубатори та акселератори: В Україні є низка інкубаторів та акселераторів, які підтримують стартапи, таких як Startup Depot, GrowthUp та UNIT.City.

7. Fintech лідирує: Fintech є однією з провідних галузей для інвестицій в українські стартапи, такі компанії, як Monobank, Paytomat і Paysera, залучають значні обсяги фінансування.

8. Виклики: Як і будь-яка інша країна, Україна має свої виклики, коли справа доходить до створення стартапу. Наприклад, корупція може бути проблемою, а законодавча та нормативна база не завжди може бути чіткою чи послідовною. Інфраструктура, наприклад підключення до Інтернету та транспорт, також може бути менш розвинутою в деяких регіонах.

В Україні правова база для створення стартапу залежить від форми бізнесу, як структурований стартап. Ось кілька ключових юридичних правил щодо створення стартапу в Україні:

1. Вибір організаційно-правової форми: Стартапи в Україні можуть мати структуру товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерного товариства (АТ) або приватного підприємця. Найбільш поширеною формою для стартапів є ТОВ, яке забезпечує гнучку правову структуру та обмежує відповідальність засновників.

2. Реєстрація: Стартапи в Україні повинні бути зареєстровані державним реєстратором юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Процес реєстрації передбачає подання заяви, надання підтверджуючих документів та сплату реєстраційного збору.

3. Інтелектуальна власність: захист інтелектуальної власності є важливим для стартапів, і в Україні діють закони, які захищають патенти, торгові марки та авторські права. Стартапи повинні проконсультуватися з юристом, щоб переконатися, що їхня інтелектуальна власність належним чином захищена.

4. Оподаткування. Стартапи в Україні підлягають єдиній ставці податку на прибуток у розмірі 5%, а для малих підприємств і стартапів діють податкові пільги.

5. Трудове законодавство. Стартапи в Україні повинні дотримуватися трудового законодавства, зокрема вимог щодо мінімальної заробітної плати, норм робочого часу та правил безпеки на робочому місці.

Загалом, незважаючи на проблеми, є й потенціал для створення успішного стартапу в Україні. Може бути корисним спілкуватися з іншими підприємцями, шукати наставництва та поради, а також ретельно досліджувати ринок і юридичні вимоги перед тим, як запускати стартап. Не менш важливим є обізнаність в своїй діяльності.

Повертаючись до опитування, на питання стосовно вищої та професійної освіти, було отримано наступну статистику: 66,7% отримали освіту, 33,3% не продовжували навчання після закінчення загальної середньої освіти. Також 33% з них відповіли, що навіть не зважаючи на присутню вищу/професійну освіту, не мають намірів працювати за спеціальністю.

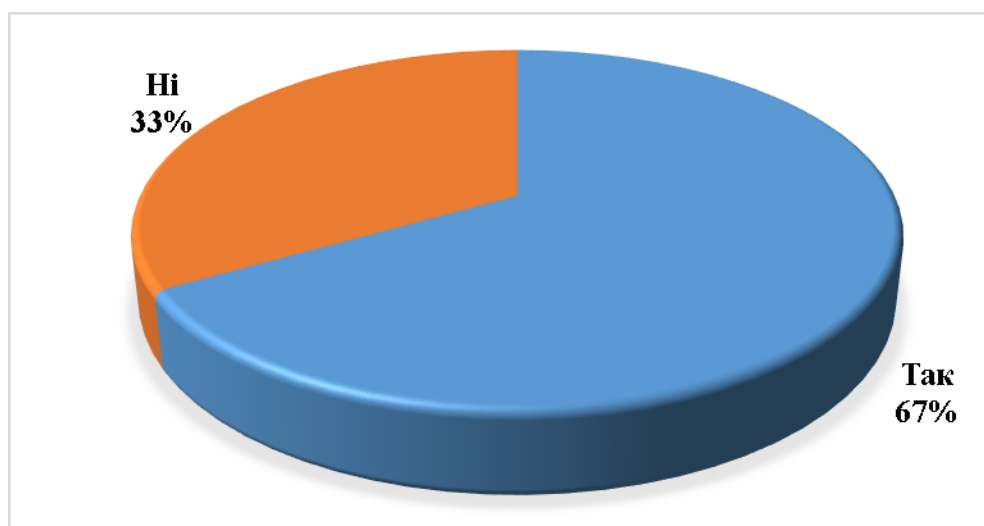


Рис. 6 Розподіл відповідей на питання: «Чи маєте ви професійну/вищу освіту?»

Відсутність залученості до навчального процесу чи збереження інтересу під час навчання існує вже кілька десятиліть. Другим головним фактором такої невтішної статистики є недосконала профорієнтаційна робота зі школярами. Тому після закінчення школи майбутній абітурієнт вагається у виборі «популярних» професій або тих, до яких має інтерес. Сучасна молодь навчилася комбінувати і отримує ідеальну формулу своєї діяльності, яка називаємо стартапом. Доказом є наступні відповіді із авторського опитування: 50% респондентів в активному пошуку ідеї для бізнесу, 45,8% вже мають готовий варіант, та всього 2,1% поки ще не визначились з ідеєю.

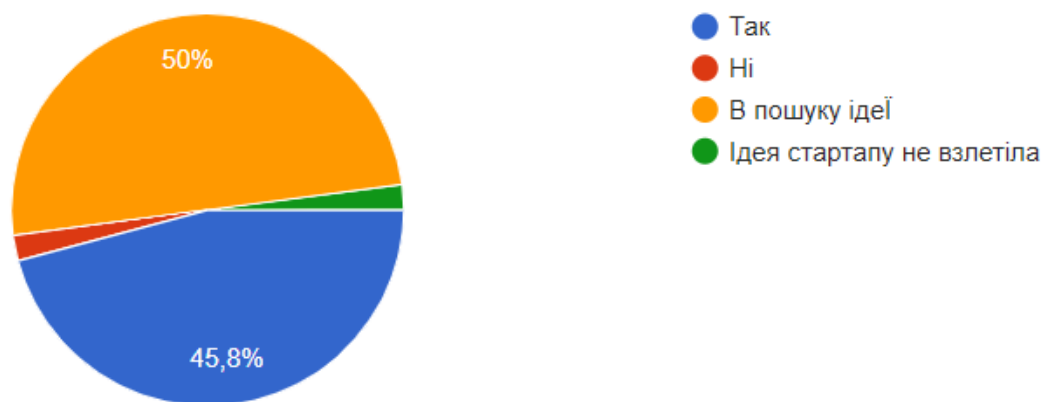


Рис. 7 Розподіл відповідей на питання: «Чи маєте ідею для створення власного бізнесу/підприємства?»

Виходячи із життєвого циклу стартапу переходимо до другого його етапу, а саме залучення фінансування. Незважаючи на збільшення інвестицій, українські стартапи все ще стикаються з проблемами залучення фінансування. Екосистема все ще відносно молода, і деякі інвестори можуть вагатися щодо інвестування в компанії, які ще не перевірені. В формі авторського опитування ця проблема посідає перше місце з відзначкою 75%.



Рис. 8 Бар'єри для запуску стартапу

Загалом інвестиції в українські стартапи зростають, і є потенціал для подальшого розвитку. Однак для них важливо мати надійний бізнес-план і чіткий шлях до прибутковості, щоб залучити інвестиції.

Тим не менш для стартапів в Україні також важливо отримати юридичну консультацію та вказівки, щоб переконатися, що вони дотримуються всіх відповідних законів і нормативних актів. В Україні є багато юридичних фірм, які спеціалізуються на консультуванні стартапів і можуть надати рекомендації з юридичних питань, таких як створення компанії, захист інтелектуальної власності та трудове право. Чого наразі не вистачає 70,8% опитуваним при створенні та запуску стартапу.

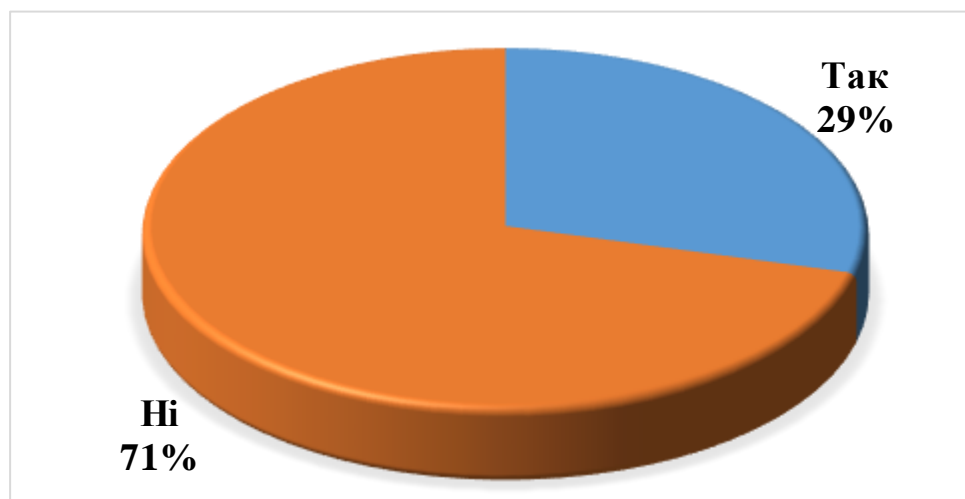


Рис. 9 Розподіл відповідей на питання: «Чи достатньо вам правової та фінансової освіти для створення власної справи?»

Розвиток стартапів в Україні є перспективним, їх кількість та інвестиції зростають. Проте все ще є можливості для вдосконалення та вирішення проблем, з якими стикається екосистема.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Україна представляє низку інвестиційних можливостей як для місцевих, так і для міжнародних інвесторів. Важливим фактором є стратегічне розташування між Європою та Азією, наповнений ринок пропозицій, багаті природні ресурси, що є дуже привабливим для інвестиційного простору. Країна також має потужний IT-сектор, висококваліфіковану робочу силу з технічними та інноваційними знаннями для створення та розвитку сприятливого економічного середовища. Українська екосистема стартапів готова до вирішення проблем та удосконалення набутих можливостей.

Список використаних джерел

1. Небрат В. В., Корніяка О. В. Особливості механізмів капіталоутворення в Україні як чинник фінансових ризиків в умовах війни та післявоєнного періоду. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2022. № 16. С. 31–34.
2. Грищенко І. М., Ковтун Т. Ю. Державна підтримка бізнесу у воєнний час. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування. 2022. Том 33 (72), № 2. С. 29–36.
3. Мельник Т. Ю. Державна підтримка та стимулювання розвитку бізнесу в Україні під час дії воєнного стану. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 2 (100). С. 3–11.
4. Наукове дослідження «Інвестиційні можливості для бізнесу в умовах воєнного та післявоєнного стану». Авторське опитування URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScWfS2uxXGG-ТуPuiOwj0nfGHEhcdLmKKxC6UdagrDYDVirHg/formResponse> (дата звернення: 17.01.2023).
5. Жосан Г. В., Хірса І. М. Особливості підприємницької діяльності в умовах воєнного стану в Україні. Таврійський науковий вісник: Серія Економіка. 2022. Вип. 14. С. 26–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.3> (дата звернення: 19.01.2023).
6. Гарафонова О. І., Жосан Г. В. Діджиталізація та автоматизація бізнес-процесів: відмінність дефініцій та місце в менеджменті підприємства. Таврійський науковий вісник: Серія Економіка. 2023. Вип. 15. С. 161–166. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.19> (дата звернення: 20.01.2023).
7. Проблеми розвитку суспільства та держави : сучасні наукові виклики [Problems of Society and State Development: Contemporary Scientific Challenges.] : матеріали всеукр. наук. конф. молодих вчених (м. Одеса, 2 грудня 2022 р.) [Електронне видання] / укл. : В. С. Кучерявенко, А. С. Давтян ; за ред. : Н. Д. Маслій, К. І. Спасової ; Рада молодих вчених при Одес. обл. держ. адмін. Одеса, 2022. 136 с. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/24138> (дата звернення: 20.01.2023).

References

1. Nebrat, V.V., Kornijaka, O.V. (2022). Osoblyvosti mekhanizmiv kapitaloutvorennja v Ukrajinі jak chynnyk finansovykh ryzykiv v umovakh vijny ta pisljavojennoho periodu [*Peculiarities of capital formation mechanisms in Ukraine as a factor of financial risks in the conditions of the war and the post-war period*]. Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal "Ghraalj nauky" – International scientific journal "Grail of Science", 16, pp. 31-34. [in Ukrainian].
2. Ghryshhenko, I.M., Kovtun, T.Ju. (2022). Derzhavna pidtrymka biznesu u vojennyj chas [*State support for business during wartime*]. Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadsjkogho. Serija: Publichne upravlinnja ta administruvannja – Academic notes of TNU named after V.I. Vernadskyi. Series: Public management and administration, 33 (72), 2, pp. 29-36. [in Ukrainian].
3. Meljnyk, T.Ju. (2022). Derzhavna pidtrymka ta stymuljuvannja rozvytku biznesu v Ukrajinі pid chas diji vojennoho stanu [*State support and stimulation of business development in Ukraine during martial law*]. Ekonomika, upravlinnja ta administruvannja – Economy, management and administration, 2 (100), pp. 3-11. [in Ukrainian].

4. Naukovoho doslidzhennia "Investytsiini mozhlyvosti dlia biznesu v umovakh voiennoho ta pisliavoiennoho stanu" [*Scientific research: "Investment Opportunities for Business in Times of War and Post-War State"*]. Avtorske opytuvannia. Retrieved from: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScWfS2uxXGG-TyPuiOwj0nfGHEhcdLmKKxC6UdagrDYDVirHg/formResponse> [in Ukrainian].

5. Zhosan, H.V., Khirsa, I.M. (2022). Osoblyvosti pidpriemnytskoi diialnosti v umovakh voiennoho stanu v Ukraini [*Features of Entrepreneurial Activity in Times of War in Ukraine*]. Tavriiskyi naukovyi visnyk: Seriiia Ekonomika. Vyp. 14. S. 26-32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.3> [in Ukrainian].

6. Harafonova, O.I., Zhosan, H.V. (2023). Didzhitalizatsiia ta avtomatyzatsiia biznes-protseviv: vidminnist definitsii ta mistse v menedzhmenti pidpriemstva [*Digitalization and Automation of Business Processes: Definition Differences and Place in Enterprise Management*]. Tavriiskyi naukovyi visnyk: Seriiia Ekonomika. Vyp. 15. S. 161-166. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.19> [in Ukrainian].

7. Problemy rozvytku suspilstva ta derzhavy: suchasni naukovi vyklyky: materialy vseukr. nauk. konf. molodykh vchenykh (m. Odesa, 2 hrudnia 2022 r.) [Elektronne vydannia] / ukl.: V.S.Kucheriavenko, A.S. Davtian; za red.: N.D. Maslii, K.I. Spasovoi; Rada molodykh vchenykh pry Odes. obl. derzh. admin. Odesa, 136 s. Retrieved from: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/24138> [in Ukrainian].

ZHOSAN Hanna, PhD, Associate Professor, Department of Management and Information Technology, Kherson State Agrarian and Economic University;

KHOROSHO Anna, Bachelor's Degree Student, Major: Management (Specialty 073), Kherson State Agrarian and Economic University.

INVESTMENT OPPORTUNITIES FOR BUSINESS IN THE CONTEXT OF WAR AND POST-WAR CONDITIONS

Abstract. *The article explores investment opportunities available for entrepreneurs who wish to start a business in Ukraine despite the ongoing conflict in the country. The authors discuss the challenges faced by startups and investors in the context of war and the instability of the economic sector, such as access to financing, infrastructure, and talent. The study examines potential investment sectors in Ukraine and key legal aspects relevant to investing in the country.*

The aim of the research is to highlight and understand the peculiarities, challenges, and opportunities that arise for businesses during a military conflict and in the post-conflict period. To achieve this goal, the authors have formulated the following objectives: to study the characteristics of the war and post-war state and their impact on the business environment, markets, and investment climate; to identify potential investment opportunities for businesses in the context of the war and post-war state, including infrastructure restoration, economic recovery, development of new markets, etc.; to identify key risks and obstacles that affect the investment process and business development in the conditions of war and post-war state.

Ukraine offers a range of investment opportunities for both local and international investors. An important factor is its strategic location between Europe and Asia, a market full of potential, and abundant natural resources, which makes it highly attractive for investment. The country also has a robust IT sector and a highly skilled workforce with technical and innovative knowledge to create and develop a favorable economic environment. The Ukrainian startup ecosystem is prepared to address challenges and enhance the opportunities that have been gained.

A scientific article on this topic can become a valuable source of knowledge and information for researchers, business leaders, investors, and policymakers who are interested in understanding and utilizing investment opportunities in times of war and post-war conditions.

Key words: *management, business, investments, opportunities, war state, post-war state.*

*Одержано редакцією: 14.02.2023 р.
Прийнято до публікації: 27.02.2023 р.*

УДК 658.8:004]:659.4

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-92-100

ЗАЙЦЕВА Олена Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент,

професор кафедри маркетингу,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID: 0000-0002-7250-6292

ШУКЛІНА Вікторія Вікторівна,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму,

Херсонський національний технічний університет

ORCID: 0000-0002-2284-092X

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ УСВІДОМЛЕНОГО ЦИФРОВОГО СПОЖИВАННЯ

У статті наголошено на необхідності формування культури усвідомленого цифрового споживання. Зазначено, що на теперішній час категоріальний апарат забезпечення однозначності основних понять цифрового споживання ще знаходиться на стадії становлення. Досліджено еволюцію понятійно-категоріального апарату цифрового споживання і цифрової культури. Узагальнено теоретико-методологічні підходи закордонних та вітчизняних вчених щодо дослідження низки дефініцій «цифрова грамотність», «цифрові компетенції», «цифрове споживання» та «цифрова безпека», «цифрова нерівність», «усвідомлена цифрова культура».

Виявлено передумови цифрової трансформації, зазначено тренди цифрового споживання і можливості е-бізнесу. Наголошено, що означені тренди мають великий вплив на особисте і суспільне життя та бізнес-середовище і цифрова трансформація буде продовжуватися прискореними темпами в майбутньому.

Визначено переваги і недоліки цифрового споживання. Зазначено, що важливим завданням сьогодення є формування культури усвідомленого цифрового споживання, щоб допомогти громадянам стати більш свідомими та обізнаними щодо використання цифрових технологій і послуг, знизити ризики виникнення проблем та збільшити користь від їх використання. Наголошено на важливості дотримання правил кібербезпеки, забезпечення захисту авторських прав і персональних даних та відповідального використання цифрових ресурсів. Запропоновано напрямки імплементації культури усвідомленого та відповідального цифрового споживання.

Ключові слова: *цифрове споживання, цифрова грамотність, цифрові компетенції, цифрова безпека, цифрова відповідальність, культура усвідомленого цифрового споживання.*

Постановка проблеми. Сучасне суспільство вже зробило важливий крок до принципово нової реальності зі зміною глобального технологічного укладу, наслідком якого стало повне переформатування звичних нам соціально-економічних систем. Змінилася інноваційна парадигма, моделі управління, суспільні норми, відбулися масштабні демографічні зрушення. І ці трансформації здійснилися надшвидкими темпами – не за тисячоліття, як аграрний, не за століття, як індустріальний періоди, а всього за кілька десятків років. Цифровий цивілізаційний етап передбачає перехід на «високі» прогресивні технології: штучний інтелект, нано- і адитивні технології, нові матеріали, робототехніку та кіберсистеми, відновлювальну енергетику, хмарні обчислення великих даних, квантові, безпілотні, біометричні та мобільні технології, штучний інтелект, блокчейн. Тому зазначені

умови актуалізують необхідність формування нової усвідомленої діджитал-культури з метою зменшення негативних впливів та можливих ризиків і збільшення суспільно-економічної корисності від цифрового споживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Споживачами цифрових технологій виступають усі – держава, бізнес, суспільство, громадяни. Однак, на теперішній час понятійний апарат забезпечення однозначності основних дефініцій цифрового споживання ще знаходиться на стадії становлення.

Початкові моделі дослідження базувалися на поняттях «комп'ютерна грамотність» (computer literacy) та «цифрова грамотність» (digital fluency) в контексті можливостей вільного володіння цифровими даними. Також науковцями визначалися «цифрові компетенції», «цифрове споживання» та «цифрова безпека», якими необхідно володіти, щоб бути у «русі» стрімкого розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Подальше наукове осмислення та трактування цієї низки дефініцій здійснили зарубіжні автори Д. Белшоу, Б. Гірш, Г. Крибер, Р. Мартін, Л. Манович, Дж. Стоммел та вітчизняні вчені М. Лещенко, П. Матюшко, О. Овчарук, В. Ребрина [1, с. 2-3].

Проміжні моделі дослідження висвітлювали проблеми світової, регіональної і локальної цифрової нерівності в галузі інформатизації споживання та застосування ПК [2, с. 92-95]. Сучасні моделі узагальнюють поняття «цифрової культури», яке було введено до наукового обігу Т. О'Рейлі у зв'язку з виникненням технологій Web 2.0 – другого покоління мережевих сервісів Інтернет. З подальшою глобальною діджиталізацією, соціалізацією інформації та комунікацій у суспільстві об'єм цифрового перенасичення зростає [3, с. 181-182] та відбувається стохастичний розвиток інформаційного соціуму у метасторі (Web 3.0) і вже на державному рівні формуються національні програми розвитку інформаційного суспільства та безпечного цифрового споживання, яке в подальшому трансформується в усвідомлене і відповідальне [4-8]. І тут важливі аспекти планетарної синергії, щоб кожна держава не втратила власної ідентичності, але і не була антагоністичною до світових тенденцій і сформувала свій тип (парадигму або концепцію) цифрової культури, яка б визначалася науковими, технологічними, соціально-економічними і освітніми програмами розвитку [3, с. 179-180].

Мета та завдання статті. Основною метою статті є обґрунтування необхідності формування культури усвідомленого цифрового споживання. Завданнями статті є: дослідити еволюцію понятійно-категоріального апарату цифрового споживання і цифрової культури; виявити передумови цифрової трансформації і можливості е-бізнесу; оцінити переваги і недоліки цифрового споживання; запропонувати напрямки імплементації культури усвідомленого цифрового споживання.

Виклад основного матеріалу. Останні роки стали вирішальними для впровадження цифрових технологій в багатьох галузях і видах економічної діяльності. Значно зросла швидкість Інтернет-з'єднань (4G та 5G), що дозволило більшій кількості людей використовувати якісний зв'язок у режимі реального часу, стрімінгове відео та інші ресурсоємні застосунки. Все більш популярними стали хмарні технології, що дозволило компаніям зберігати дані та ПЗ в «хмарі», забезпечуючи зручний доступ до неї з будь-якого місця та пристрою. Збільшилася кількість клієнтської інформації, що дозволяє компаніям збирати великі дані (Big Data), формувати відповідні моделі і навчати їх, використовуючи штучний інтелект та машинне навчання, з подальшим аналізуванням і прогнозуванням цифрової споживчої поведінки для вдосконалення своїх продуктів та послуг з подальшою клієнтською персоналізацією – головним ефективним інструментом на теперішній час. Криптовалюти, не зважаючи на хвилеподібний попит, стали більш популярними, що дозволяє їх використання для здійснення різноманітних транзакцій та зберігання грошей. Соціальні медіа стали не лише інструментом для селфі і спілкування з друзями, а й інструментом онлайн-бізнесу і маркетингових комунікацій з аудиторією. Електронна комерція стала більш популярною, що дозволило здійснювати покупки онлайн та

отримувати адресну доставку до дому. Технології віртуальної та доповненої реальності розвиваються дедалі швидше, що дозволяє людям занурюватися в інтерактивні середовища та взаємодіяти з ними, використовувати їх в С2С, В2С і В2В бізнесах та побуті. Цифрові технології зробили більш доступною споживчу інформацію, розширилися можливості мати доступ до нових знань, онлайн-курсів, вебінарів та інших ресурсів з різних куточків світу, що дозволило отримувати нові навички та знання без необхідності фізичної присутності на заняттях. Цифрові зміни суттєво вплинули і на спосіб споживання товарів та послуг, розвиток електронної комерції та діджитал-взаємодіємо. Ці зміни відкрили нові можливості як для споживачів, так і бізнесу, що змусило їх адаптуватися до нових реалій та швидкого темпу технологічного розвитку. Тренди цифрового споживання і можливостей для е-бізнесу представлені в (табл. 1).

Таблиця 1

Тренди цифрового споживання і можливостей для е-бізнесу

№	Тренд	Опис
1	2	3
1	Зростання онлайн-шопінгу	Зростання популярності електронної комерції, зокрема, електронної торгівлі дозволило споживачам здійснювати покупки в будь-який час, з будь-якої країни, місця чи пристрою на будь-які суми, використовуючи різні системи електронних платежів, що спрощує сам процес купівлі та доставки і дозволяє економити час, зусилля та інші ресурси
2	Поява цифрових ринків	Цифрові технології створили нові можливості для бізнесу, що дозволило компаніям розширювати свої ринки та залучати нових клієнтів. З'явилися нові категорії цифрових торговельних платформ: інтернет-магазини, прайс-агрегатори, маркетплейси і класифайди, які працюють у цілодобовій доступності, мають широкий асортимент, зручну навігацію і простоту у використанні і оплаті, мають розширені можливості маркетингу, налаштовану аналітику та відстеження результативності
3	Посилення конкуренції	З появою нових цифрових торговельних платформ відбувається загострення конкуренції, але не конкурентної боротьби, а відточення клієнтоорієнтованості і щирого сервісу. Як результат конкуренція між компаніями призводить до зниження цін та підвищення якості товарів та послуг і, навіть, конкурентних колаборацій та компаньйонські рухи
4	Цифрова оплата	З поширенням електронних грошей, е-банкінгу та інших цифрових способів оплати, споживачі мають більше можливостей для здійснення платежів без необхідності відвідувати банки або використовувати готівку
5	Вплив соціальних медіа	Соціальні медіа стали потужним інструментом для впливу на споживачів, формування їхньої поведінки та способу прийняття рішень. Рекламодавці використовують соціальні мережі для просування своїх товарів та послуг, в той час як споживачі діляться своїми відгуками та рекомендаціями з іншими користувачами, демонструючи переваги продуктів
6	Багатоканальність	Online шлях споживача не виглядає як цілеспрямований звичайний похід в offline магазин і вихід з нього з покупкою. Цифровий шлях споживача може бути гейметизованим і містити багато зупинок: сайт бренду, його соціальні мережі, мобільний додаток, відгуки на маркетплейсі, відеоогляд від інфлюенсера тощо. Кожен з цих етапів впливає на його вибір, лояльність і подальший рух, тому важливо фахово скеровувати споживача цим цифровим шляхом

Таким чином особливості споживання в цифрову епоху і нові можливості для е-бізнесу можна описати наступними трендами.

По-перше, збільшується швидкість, зручність та кількість придбань завдяки інтернет-платформам, споживачі можуть швидко та зручно здійснювати покупки в будь-який час доби, в будь-якій точці світу, з будь-якого пристрою без особливих зусиль, – технології все зроблять за них. Активізується персоналізований підбір товару: інформація про товар та запити збирається на одному ресурсі з різних джерел, тут же оформлюється замовлення та доставка, все це супроводжується подарунками, акціями, знижками на наступні придбання тощо.

По-друге, вдосконалюється індивідуалізація підходу до споживача завдяки CRM-системам та хмарним сховищам, де створюються персоналізовані пропозиції та послуги, що відповідають потребам та бажанням конкретного споживача. Це актуалізується в умовах високої конкуренції та різноманітності товарів і послуг.

По-третє, зростають обсяги використання безготівкових платежів. З поширенням електронних грошей, е-банкінгу, криптовалют та інших цифрових способів оплати, споживачі мають більше операційних можливостей і розрахунок готівкою використовують вкрай рідко.

В четвертих, посилюється вплив соціальних медіа на рішення споживачів. Основним ресурсом довіри та лояльності для споживачів стають соціальні медіа та відгуки на форумах і сторінках бренду, це визначає їх репутацію, транслює ідеї, досвід замовлення. Треба відзначити, що рейтинг популярності соцмереж постійно змінюється. Якщо раніше основними комерційними платформами були Instagram та Facebook, то на теперішній момент спостерігається зростання рекламних бюджетів на digital-рекламу в Tiktok та YouTube. Зсув у бік цифрової реклами відбувається тому, що вона оперативна, маневрена і надає можливості для використання інфоприводів і ситуативних креативів.

По-п'яте, спостерігається стрімке зростання вимог споживачів та їх вибагливості. Через величезну пропозицію, міжбрендову конкуренцію, багатоканальність просування споживачі стали набагато більш вимогливими. Для того, щоб схилити їх до вибору певного бренду потрібно докласти чимало зусиль і креативних впливів, бо завжди знайдеться той, хто продає дешевше/ближче/цікавіше. Зараз шлях споживача не виглядає як звичайний похід в реальний магазин і вихід з нього з покупкою. Цифровий шлях споживача може гейметизованим і включати в собі багато зупинок: сайт, соціальні мережі бренду, мобільний додаток, відгуки на іншому сайті, відеоогляд від інфлюенсера тощо. Кожен з цих етапів впливає на його вибір, лояльність і подальший рух, в будь-який момент він може відволіктися, побачити не те, що потрібно, змінити сторінку і лишити кошик з обраними товарами несплаченим. Тому важливо фахово вести споживача цим цифровим шляхом, збільшувати performance-активності в нетипових нішах і соціальних проектах, прирошувати black-box кампанії та data-driven креативи (креативи, що змінюються залежно від вподобань аудиторії або інших факторів), що дозволить більш акцентовано, фокусовано і таргетовано доносити меседжі користувачам.

Зазначені тренди мають великий вплив на особисте і суспільне життя та бізнес-середовище, і можна очікувати, що цифрова трансформація буде продовжуватися прискореними темпами в майбутньому. Тому важливим завданням сьогодення є формування культури усвідомленого цифрового споживання, щоб допомогти громадянам стати більш свідомими та обізнаними щодо використання цифрових технологій і послуг, знизити ризики виникнення проблем та збільшити користь від їх використання. Це означає, що люди повинні усвідомлювати, як працює Інтернет, як шукати та оцінювати інформацію, розуміти, як уникати шахрайства, яку інформацію збирають про них та яким чином вона використовується. Крім того, важливо дотримуватися правил кібербезпеки, забезпечувати захист авторських прав і персональних даних та відповідально використовувати цифрові ресурси, тому що цифрове споживання має як переваги, так і певні недоліки.

Переваги і недоліки цифрового споживання представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Переваги і недоліки цифрового споживання

№	Переваги цифрового споживання	Недоліки цифрового споживання
1	2	3
1	Зручність та доступність придбань і способів оплати, широкий вибір товарів та послуг відповідно до власних споживчих потреб та вподобань	Безпека: ризик витоку особистих даних, крадіжки кредитної інформації та інших кіберзагроз (наприклад цифровий булінг)
2	Можливість порівнювати різні товари та послуги, переглядати відгуки від інших споживачів, що допомагає зробити більш об'єктивний вибір	Неможливість фізично оглянути товар, що впливає на споживчий вибір та рішення про купівлю дорогих товарів класу люкс і складного асортименту
3	Різноманітні знижки, акції та спеціальні пропозиції для цифрових споживачів, що може допомогти економити кошти і заощадити інші ресурси (наприклад час)	Залежність від технологій: вимагає наявності стабільного енергопостачання та Інтернет-з'єднання і використання різноманітних цифрових технологій
4	Взаємодія і залученість: можливість споживачів взаємодіяти з виробниками, продавцями та іншими споживачами, ділитися своїми враженнями, думками, відгуками та рекомендаціями	Соціально-психологічні впливи: може мати психологічну і фізичну залежність, а також вплив на соціальні відносини та особисте здоров'я, працездатність, життєву енергію

Треба зазначити, що світові соціально-відповідальні компанії активно використовують переваги цифрового споживання і одночасно намагаються нівелювати його негативні наслідки. Так, компанія Apple забезпечує безпеку та приватність своїх споживачів через процес шифрування даних на власних пристроях для захисту клієнтської інформації. Одночасно, компанія запустила функцію Screen Time, що встановлює обмеження на час використання додатків та веб-сайтів.

Компанія Microsoft розробляє різноманітні навчальні програми, з метою підвищення цифрової грамотності користувачів та безпечного використання цифрових продуктів. Їх програма Digital Skills надає безкоштовний доступ до онлайн-курсів з опанування цифрових навичок для всіх бажаючих.

Компанія Google запустила проект Digital Garage, допомагаючи людям набути цифрові навички та запланувати шляхи розвитку власних бізнесів. Цей проект включає в себе безкоштовні онлайн-курси з SMM-просування та Інтернет-реклами, які допомагають зрозуміти користувачам, як можна використовувати цифрові технології в бізнесі.

Найрозгалуженіша соціальна мережа Facebook також пропонує своїм користувачам інструменти для контролю за часом в online середовищі та керування приватністю. Компанія запустила програму Digital Literacy, яка допомагає використовувати соціальні мережі та інші цифрові продукти безпечно та ефективно.

Таким чином, відомі компанії грають важливу роль у формуванні культури цифрового споживання і паралельно ведуть цілеспрямовану позитивну власну іміджеву кампанію, показуючи, як важливо бути усвідомленим в цифровому світі, які переваги це може мати і як можна використовувати технології відповідально та безпечно. Такі компанії створюють дослідницькі лабораторії, активно співпрацюють з експертами та фахівцями, які допомагають розуміти та вирішувати проблеми, пов'язані із цифровим споживанням. Також вони надають користувачам можливість бути більш усвідомленими та контролювати своє цифрове споживання через встановлення обмежень на певні види контенту.

Відтак, усі перелічені фактори дозволяють зробити наступні висновки і зацентувати увагу на наступних аспектах:

1. Всебічний розвиток цифрових навичок та підвищення рівня цифрової грамотності є важливим елементом культури усвідомленого цифрового споживання. Цього можна досягти

шляхом поширення інформації (на державному, регіональному, галузевому, суспільному рівнях) про цифрові технології, навички роботи з різними цифровими інструментами та платформами, а також надання інструкцій з безпечного використання цифрових продуктів та послуг.

2. Закріплення принципів цифрової етики і правил поведінки в онлайн-середовищі, які забезпечують взаємодію з іншими користувачами та безпеку в інтернеті у різних сферах життя: наукових дослідженнях, освіті, бізнесі, культурі та громадському житті. Споживачам варто бути уважними стосовно захисту своїх особистих даних в онлайн-середовищі. Варто використовувати надійні паролі, увімкнути двоетапну аутентифікацію, обережати свою кредитну інформацію та бути обережними з відкриттям особистих даних в онлайн-формах.

3. Підвищення обізнаності про проблеми кібербезпеки, бо цифрові технології можуть стати об'єктом кібератак і кібербулінгу та інших видів злочинної діяльності. Для формування культури усвідомленого цифрового споживання необхідно надавати інформацію про ризики кібербезпеки та заходи, які можна приймати для їх уникнення. Користувачам важливо критично оцінювати джерела інформації і їх достовірність. Варто розглядати декілька джерел, перевіряти відгуки та рейтинги, а також звертати увагу на репутацію джерела і політику конфіденційності.

4. Формування культури усвідомленого цифрового споживання повинно сприяти вихованню відповідального споживача, який розуміє вплив своїх дій на інших та на навколишнє середовище і готовий відповідати за свої дії, бути обачним при підписанні угод та обміні особистою інформацією, а також брати участь у створенні етичних стандартів цифрової сфери. В цифровому середовищі споживачам важливо здійснювати свідомий вибір товарів та послуг. Варто враховувати якість, ціну, репутацію продавця, які ресурсозберігаючі технології використовує виробник, які гарантії та умови повернення товару чи послуги.

5. Цифрові технології повинні активно використовуватися в освіті для поліпшення технологій і якості навчання та набуття цифрових навичок широкого кола людей і подолання цифрової нерівності. Відкриття цифрових платформ для навчання, електронних книг та ресурсів для самостійного опанування, безкоштовних відеоуроків та вебінарів може допомогти вихованню усвідомлених та грамотних користувачів цифрових технологій.

6. Цифрові технології забезпечують швидку та зручну взаємодію між користувачами та компаніями, але, на жаль, можуть призвести до фатальної залежності від них та втрати особистого контролю. Для формування культури усвідомленого цифрового споживання важливо розвивати навички здорового балансу між онлайн та офлайн життям, а також підтримувати ком'юніті в реальному світі.

Не слід також замовчувати тему digital-токсичності, на яку вже є багато актуальних публікацій і на зараз лави прибічників цифрової аскези поповнюються. В науковому середовищі виникають дискусії щодо понять digital detox і digital minimalism, які і досі часто ототожнюють та вживають як синоніми. І якщо digital detox – це про тимчасове і короткострокове явище, то digital minimalism – то вже про спосіб життя. Отже, Digital detox – це виклик, зміна паттернів поведінки, тимчасовий відпочинок від технологій, перемикання на живе спілкування та аналогові інструменти для мозкового відпочинку і відновлення. А Digital minimalism – це перебудова щоденних звичок і системи цінностей, свідома відмова від додатків і сайтів, що спамлять час, видалення інформаційних шумів і перехід в офлайн усіх процесів, які цьому піддаються. Digital minimalism – порівняно новий і доволі крайній напрямок культури усвідомленого цифрового споживання, для нього потрібен час на переналаштування смартфона, ПК та робочого столу, але вивільнюється час на здатність фокусуватися на задачі, помічати деталі та знаходити сенси. Для цього можна використовувати корисні інструменти замість тих, що авторитарно керують увагою, опиратися алгоритмам соцмереж, прибрати метрики впливу в хром-розширенні, заблокувати рекомендації в YouTube та Facebook, вимкнути персоналізацію реклами та геотеги у гугл-акаунті, об'єднати поштові скриньки та рейтингувати важливі мейли, повернути у життя

практики: усамітнення, живі розмови, нецифрові заняття та відновити цінності і повернути offline технології, які їх підтримують і, головне, сформулювати цілі поза діджиталом, які є дійсно важливими. Дослідники стверджують, що досвід digital-обмежень – це лише старт для усвідомленого споживання. За епохою цифрових дієт, як правило, настає епоха «правильного цифрового харчування» (Digital nutrition) – це управління цифровим досвідом, цифровою поведінкою та відповідальне споживання цифрового контенту на користь, а не на шкоду [9].

Висновки та перспективи подальших розвідок. В результаті проведеного дослідження авторами обґрунтовано необхідність формування культури усвідомленого цифрового споживання. Зазначено, що категоріальний апарат основних понять цифрового споживання не є однозначним і знаходиться на стадії становлення. Досліджено еволюцію низки дефініцій «цифрова грамотність», «цифрові компетенції», «цифрове споживання», «цифрова безпека», «цифрова нерівність», «усвідомлена цифрова культура» в контексті вітчизняних та закордонних досліджень.

Виявлено передумови цифрової трансформації, зазначено тренди цифрового споживання і можливості для е-бізнесу. Наголошено, що означені тренди мають великий вплив на особисте і суспільне життя та бізнес-середовище і цифрова трансформація буде продовжуватися прискореними темпами в майбутньому.

Визначено переваги і недоліки цифрового споживання. Зазначено, що важливим завданням сьогодення є формування культури усвідомленого цифрового споживання, щоб допомогти громадянам стати більш свідомими та обізнаними щодо використання цифрових технологій і послуг, знизити ризики виникнення проблем та збільшити користь від їх використання. Наголошено на важливості дотримання правил кібербезпеки, забезпечення захисту авторських прав і персональних даних та відповідального використання цифрових ресурсів. Подальші дослідження будуть спрямовані на формування механізму імплементації у суспільне життя та бізнес-практику культури усвідомленого та відповідального цифрового споживання.

Список використаних джерел

1. Гаврілова Л. Г., Топольник Я. В. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2017. Т. 61. №5. С. 1–14.
2. Радзівська О. Г. Інформаційна грамотність та цифрова нерівність в сучасному інформаційному просторі. *Інформація і право*. 2017. № 1 (20). С. 92–103.
3. Кириченко М. О. Цифрова культура як результат розвитку культури інформаційного суспільства. *Гілея: науковий вісник*. 2017. Вип. 124. С. 179–182.
4. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 13.03.2023).
5. Національна онлайн платформа цифрової з грамотності. URL: <https://osvita-omr.gov.ua/onlajn-platforma-z-tsyfrovoi-hramotnosti-diiia-tsyfrova-osvita/> (дата звернення: 15.03.2023).
6. Цифрова економіка: глобальні бізнес-тренди. Рейтинг. Бізнес в офіційних цифрах. URL: <https://rating.zone/tsyfrova-ekonomika-hlobalni-biznes-trendy/> (дата звернення: 13.03.2023).
7. Промислова революція 4.0. На порозі нової епохи. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/web/3802445-promyslova-revoluitsiia-40-na-porozi-novoi-epokhy> (дата звернення: 13.03.2023).
8. Цифрова економіка – це реально. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/tsifrova-ekonomika-tse-realno-1001102.html> (дата звернення: 14.03.2023).
9. Анна Сидельнікова. Online на мінімалках : прості принципи цифрового мінімалізму. URL: <https://skvot.io/uk/blog/online-na-minimalkah> (дата звернення: 15.03.2023).

References

1. Gavrilova, L.G., Topolnik, Ya.V. (2017). Cifrova kultura, cifrova gramotnist, cifrova kompetentnist yak suchasni osviti fenomeni [*Digital culture, digital literacy, digital competence as the modern educational phenomena*]. *Informacijni tehnologiyi i zasobi navchannya*. Т. 61. № 5. pp. 1-14. [in Ukrainian].
2. Radziyevska, O.G. (2017). Informacijna gramotnist ta cifrova nerivnist v suchasnomu informacijnomu prostori [*Information literacy and digital in equality: safeguarding the child the modern in formation space*]. *Informaciya i pravo*. № 1 (20). pp. 92-103. [in Ukrainian].
3. Kirichenko, M.O. (2017). Cifrova kultura yak rezultat rozvitku kulturi informacijnogo suspilstva [*Digital culture as a result of information society culture development*]. *Gileya: naukovij visnik*. V. 124. pp. 179-182. [in Ukrainian].
4. Ukrayina 2030E – krayina z rozvnutoyu cifrovoyu ekonomikoyu [*Ukraine 2030E – the country with a developed digital economy*]. *Strategy.uifuture.org*. Retrieved from: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> [in Ukrainian].
5. Nacionalna onlajn platforma cifrovoyi z gramotnosti [*National online platform in digital literacy*]. *Osvita-omr.gov.ua*. Retrieved from: <https://osvita-omr.gov.ua/onlajn-platforma-z-tsifrovoyi-gramotnosti-diia-tsifrova-osvita/> [in Ukrainian].
6. Cifrova ekonomika: globalni biznes-trendi. Rejting. Biznes v oficijnih cifrah. Rating.zone [*Digital economy: global business trends. Rating. Business in official numbers*]. Retrieved from: <https://rating.zone/tsifrova-ekonomika-hlobalni-biznes-trendy/> [in Ukrainian].
7. Promislova revolyuciya 4.0. Na porozi novoyi epohi [*Industrial revolution 4.0. At the threshold of new era*]. *Ua.korrespondent.net*. Retrieved from: <https://ua.korrespondent.net/business/web/3802445-promyslova-revoluitsiia-40-na-porozi-novoi-epokhy> [in Ukrainian].
8. Cifrova ekonomika – ce realno [*Digital economy is real*]. *Biz.nv.ua*. Retrieved from: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/tsifrova-ekonomika-tse-realno-1001102.html> [in Ukrainian].
9. Anna Sidelnikova. Online na minimalkah: prosti principi cifrovogo minimalizmu [*Online at the minimum: simple principles of digital minimalism*]. *Skvot.io*. Retrieved from: <https://skvot.io/uk/blog/online-na-minimalkah> [in Ukrainian].

ZAITSEVA Olena, the Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Marketing Department of the State University of Trade and Economics;

SHUKLINA Victoria, the Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Tourism of the Kherson National Technical University.

FORMATION OF A CULTURE OF CONSCIOUS DIGITAL CONSUMPTION

Abstract. *The article substantiates the necessity of forming a culture of conscious digital consumption. It is noted that the categorical apparatus of the main concepts of digital consumption is not unambiguous and is at the stage of formation. The evolution of a number of definitions from the initial research models of "digital literacy", "digital competence", "digital consumption" to the intermediate models of "digital security", "digital inequality" and the modern model of "aware digital culture" in the context of domestic and foreign researchers is studied. The importance of taking into account the aspects of planetary synergy is emphasized so that each state does not lose its own identity, but is also not antagonistic to world trends and forms its own type of digital culture, which would be determined by scientific, technological, socio-economic and educational development programs.*

The prerequisites of digital transformation, opportunities for e-business and the trends of digital consumption are identified, among which the main ones are: the growth of online shopping, the emergence of new digital markets, the use of digital payments, increased competition, the influence of social media and multi-channel promotion. It was emphasized that these trends have a

great impact on personal and social life and the business environment, and digital transformation will continue at an accelerated pace in the future.

The advantages and disadvantages of digital consumption are determined. It is noted that an important task today is the formation of a culture of conscious digital consumption to help citizens become more conscious and aware of the use of digital technologies and services, reduce the risks of problems and increase the benefits of their use. The importance of compliance with cyber security rules, ensuring protection of copyright and personal data and responsible use of digital resources was emphasized.

Attention is focused on Digital minimalism as a process of restructuring daily habits and value system, consciously rejecting applications and sites that spam time, removing information noise and going offline of all processes that are susceptible to it. The authors claim that the experience of digital limitations is only the beginning for conscious consumption, management of digital experience, digital behavior and responsible consumption of digital content for benefit, not harm. Further research will be aimed at forming a mechanism for implementing the culture of conscious digital consumption into social life and business practice

Key words: *digital consumption, digital literacy, digital competences, digital security, digital responsibility, culture of conscious digital consumption.*

*Одержано редакцією: 09.04.2023 р.
Прийнято до публікації: 30.04.2023 р.*

УДК 338.48:355.4/.7(045)
DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-101-109

НІКІТЕНКО Катерина Сергіївна,
кандидат економічних наук, доцент,
кафедра готельно-ресторанного та туристичного
бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний
аграрно-економічний університет
ORCID: 0000-0001-8423-5605

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

***Анотація.** Статтю присвячено вивченню проблеми управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Вона розглядає значення ефективного управління ризиками для забезпечення безпеки туристів та стабільності туристичного бізнесу під час конфліктних ситуацій.*

Стаття розпочинається оглядом сучасної політичної та геополітичної ситуації у світі, яка може призвести до виникнення воєнного стану та потенційного впливу цього стану на туристичну індустрію. Далі вона аналізує основні ризики, з якими зіштовхуються туристичні підприємства та туристи під час воєнних конфліктів, такі як насильство, терористичні загрози, економічна нестабільність та інші.

У статті розглядаються стратегії та практичні підходи до управління ризиками в таких умовах. Надаються поради та рекомендації щодо розробки ефективних планів надзвичайних ситуацій, забезпечення безпеки туристів, комунікації з клієнтами та співробітниками, а також резервування та перерозподіл ресурсів.

***Ключові слова:** туризм, менеджмент, ризик, конфлікт, стратегія, воєнний стан.*

Постановка проблеми. Управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану є актуальною та складною задачею, яка потребує серйозного дослідження та аналізу. Воєнний стан створює непередбачувані та небезпечні умови для туристичних підприємств, подорожуючих та інших учасників галузі. Конфлікти та військові дії призводять до значного зростання ризиків, які можуть вплинути на безпеку, фінансову стабільність та репутацію туристичного бізнесу.

Однак, на сьогоднішній день недостатньо досліджено проблематику управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Необхідно визначити основні ризики, з якими стикаються туристичні підприємства та туристи під час конфліктів, а також розробити ефективні стратегії та методи управління цими ризиками.

Одна з ключових проблем полягає в тому, що туристичні підприємства мають обмежені ресурси та залежать від зовнішніх факторів, що ускладнює їх здатність до адаптації та впровадження ефективних стратегій управління ризиками. Важливо також зрозуміти, як воєнний стан впливає на мотивацію туристів та їх сприйняття ризику, оскільки це може вплинути на туристичні потоки та діяльність підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану розкривали у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Н. Барвінок [3], А. Зарубіна [1], В. Кифяк [10], А. Моца, О. Носирев [4], О. Роїк [5], С. Баженова [6], Л. Корчевська, В. Гуменюк, А. Вдовічен, Н. Михайлова, С. Шевчук [2] та ін.

В. Ф. Кифяк [10] зосереджувався на аналізі ризиків та шляхів їх управління в туристичній індустрії в умовах війни та тероризму. А. Зарубіна присвятила свої праці

визначенню особливостей функціонування туристичної галузі в умовах війни на основі трансформаційних перетворень туризму в Україні під час війни 2022 року. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні вивчалися в працях Моца А. [2]. Проблематику удосконалення векторів стратегічного розвитку індустрії туризму та гостинності в умовах збройних конфліктів і пост конфліктного відновлення та оптимізація можливих заходів координації діяльності основних учасників індустрії туризму та гостинності з обґрунтуванням тенденцій розвитку галузі в умовах подальшого післявоєнного відновлення доводжував Носирєв О. [4].

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Воєнний стан створює унікальну небезпеку для туристичної індустрії, але ще потребує більш глибокого аналізу і розуміння. Дослідження мають зосередитись на визначенні особливих аспектів ризиків, які стикаються туристичні підприємства, а також впливу цих ризиків на безпеку туристів та прибутковість галузі. Серед таких аспектів варто виділити:

1. **Захист та безпека туристів:** В умовах воєнного стану, туристи стикаються зі значними ризиками, пов'язаними зі здоров'ям і безпекою. Стаття може досліджувати методи та практики управління ризиками, що дозволяють забезпечити захист та безпеку туристів, включаючи планування маршрутів, комунікацію в надзвичайних ситуаціях, розробку евакуаційних планів та інші аспекти [7].

2. **Збереження туристичної інфраструктури:** Воєнний стан може призвести до пошкодження та зруйнування туристичної інфраструктури, такої як готелі, аеропорти, пам'ятки та інші об'єкти. Стаття може розглядати методи управління ризиками, спрямовані на збереження та відновлення туристичної інфраструктури, що дозволяє зберегти туристичний потенціал регіону та сприяє економічному відновленню.

3. **Вплив на репутацію туристичної індустрії:** Конфлікти та воєнний стан можуть негативно вплинути на репутацію туристичної індустрії країни або регіону. Стаття може розглядати стратегії управління ризиками, спрямовані на збереження та покращення репутації туристичного напрямку в умовах воєнного стану, включаючи кризову комунікацію, розвиток альтернативних туристичних пропозицій та підтримку стабільного туристичного ринку.

4. **Важливість міжнародного співробітництва:** В умовах воєнного стану, міжнародне співробітництво та координація стають особливо важливими. Стаття може досліджувати практики та механізми міжнародного співробітництва в галузі управління ризиками в туристичній індустрії, такі як обмін інформацією, спільні розробки планів та програм, координація екстрених заходів та інші аспекти, що сприяють забезпеченню безпеки та захисту туристів.

Всі перераховані аспекти обумовлюють актуальність даного дослідження.

Мета статті та завдання статті. Ця наукова стаття має на меті дослідити та проаналізувати проблему управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Вона спрямована на розуміння особливостей ризиків, зумовлених воєнним станом, та визначення ефективних стратегій управління цими ризиками з метою забезпечення безпеки туристів і збереження прибутковості галузі. Завдання наукової статті: Провести огляд наявних досліджень і публікацій з проблеми управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Виявити особливості та характеристики ризиків, що виникають в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Проаналізувати вплив цих ризиків на безпеку туристів та економічну стійкість туристичної індустрії. Визначити ключові стратегії та підходи до управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Розглянути роль комунікації, технологій та взаємодії зі стейкхолдерами у процесі управління ризиками. Провести аналіз практичних прикладів та кейс-стадів, що ілюструють ефективність застосування стратегій управління ризиками в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. У туристичній індустрії в умовах воєнного стану виникають особливі ризики, які мають свої характеристики. Ось деякі з них:

1. Безпека та особиста безпека: Воєнний стан часто супроводжується збройними конфліктами, терористичними актами, бойовими діями та загостренням насильства. Це створює загрозу для безпеки туристів, які можуть стати жертвами нападів або потрапити в небезпечні ситуації [7].

2. Погроза здоров'ю: Умови воєнного стану можуть призвести до загрози здоров'ю туристів, таких як незабезпеченість медичного обслуговування, поширення захворювань, погіршення санітарних умов і т.д.

3. Порушення прав людини: Воєнний стан може супроводжуватися порушеннями прав людини, включаючи обмеження свободи переміщення, обмеження доступу до основних послуг і визнання туристів як потенційних загроз.

4. Економічна нестабільність: Воєнний стан може призвести до економічної нестабільності, зменшення туристичного попиту, зрушення прибутків туристичної індустрії, збитків для малого та середнього бізнесу та втрати робочих місць.

5. Інфраструктурні проблеми: Воєнний стан може спричинити пошкодження та знищення туристичної інфраструктури, такої як готелі, аеропорти, транспортні маршрути тощо. Це може вплинути на доступність туристичних послуг і обмежити можливості для подорожей.

6. Негативний вплив на імідж: Воєнний стан і пов'язані з ним ризики суб'єктивний вплив на імідж країни як туристичного напрямку. Негативна публічність, медійна критика та сприйняття країни як небезпечної можуть відлякувати потенційних туристів і призвести до зниження туристичного попиту.

7. Непередбачуваність: Воєнний стан є непередбачуваним, і в ньому можуть виникати неочікувані ситуації, наприклад, зміни в правилах та обмеженнях, надзвичайні події або швидкі зміни безпекової ситуації. Це створює небезпеку для туристів і вимагає постійного моніторингу та адаптації стратегій управління ризиками.

8. Втрати фінансових інвестицій: Воєнний стан може призвести до збитків туристичним підприємствам та інвесторам, які вклали кошти у розвиток туристичної інфраструктури. Скасування турів, закриття готелів і ресторанів та втрата довіри можуть мати серйозні наслідки для фінансових показників галузі.

Ці характеристики та особливості ризиків в туристичній індустрії в умовах воєнного стану підкреслюють необхідність ефективного управління ризиками та розробки стратегій для забезпечення безпеки туристів, захисту інфраструктури та збереження репутації країни як туристичного напрямку.

Ризики, пов'язані з управлінням ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану, мають значний вплив на безпеку туристів та економічну стійкість галузі. Ось детальніший аналіз цього впливу:

1. Безпека туристів: Ризики, такі як терористичні акти, збройні конфлікти та загострення насильства, створюють загрозу для безпеки туристів. Це може призвести до пошкодження життя, травмування або втрати майна. Небезпечні ситуації можуть виникати несподівано, що підкреслює важливість ефективних стратегій безпеки та надання інформації туристам.

2. Зниження туристичного попиту: Негативні події, пов'язані з воєнним станом, можуть вплинути на психологічний стан туристів і викликати страх або небажання подорожувати до таких регіонів. Це може спричинити зниження туристичного попиту і втрату доходів для туристичних підприємств.

3. Зрушення в туристичному популярності: Умови воєнного стану можуть спричинити негативні зміни в іміджі країни або регіону як туристичного напрямку. Медійне висвітлення конфлікту та безпекові попередження можуть створити негативне сприйняття і вплинути на привабливість туристичної індустрії.

4. Втрати для туристичної індустрії: Ризики, пов'язані з воєнним станом, можуть призвести до збитків для туристичних підприємств, популяції туристів і зменшення

прибутків туристичної індустрії – все це може мати серйозні наслідки для економічної стійкості галузі. Туристичні підприємства можуть зазнати фінансових втрат, збити інвестиції, а також знехтування з боку іноземних інвесторів, які можуть утримуватися від розміщення своїх коштів у нестабільних регіонах.

5. Втрати робочих місць: Зменшення туристичного попиту та фінансові труднощі, пов'язані з воєнним станом, можуть призвести до скорочення робочих місць у туристичній індустрії. Це може мати негативний соціальний вплив, збільшуючи безробіття та зменшуючи економічну активність у відповідних регіонах.

6. Порушення інфраструктури: Воєнний стан може призвести до пошкодження та знищення туристичної інфраструктури, включаючи готелі, аеропорти, транспортні маршрути тощо. Це може призвести до обмеженого доступу туристів до послуг та об'єктів, затримок у подорожах та загрози безпеки.

Загалом, ризики в туристичній індустрії в умовах воєнного стану мають серйозний вплив на безпеку туристів та економічну стійкість галузі. Ефективне управління ризиками, включаючи розробку безпечних стратегій подорожей, сприяння стабільності іміджу країни та інфраструктурних відновлювальних заходів, є ключовим для забезпечення безпеки туристів і стабільності туристичної індустрії в умовах воєнного стану. Деякі можливі заходи, які можуть бути вжиті для зменшення впливу цих ризиків, включають:

1. Постійний моніторинг: Ретельне спостереження за безпековою ситуацією в регіоні і своєчасне отримання актуальної інформації про можливі загрози дозволить приймати обґрунтовані рішення щодо безпеки туристів.

2. Розробка планів надзвичайних ситуацій: Підготовка і впровадження планів дій у разі виникнення надзвичайних ситуацій, включаючи евакуацію туристів, надання медичної допомоги та забезпечення безпеки, допомагає зменшити наслідки негативних подій.

3. Вдосконалення комунікаційних засобів: Ефективна комунікація з туристами є ключовою у випадку воєнного стану. Забезпечення швидкого та точного інформування туристів про поточну ситуацію, включаючи відомості про безпеку, інструкції щодо поведінки та можливі зміни в планах допоможе знизити ризик для їхньої безпеки.

4. Співпраця з військовими та правоохоронними органами: Встановлення тісного співробітництва з військовими та правоохоронними органами дозволяє отримувати професійну допомогу та захист у випадку загрози безпеці туристів. Це включає обмін інформацією, спільне планування та координацію дій.

5. Диверсифікація туристичного продукту: Розробка і просування різноманітних туристичних пропозицій може допомогти зменшити залежність від конкретних регіонів чи напрямків, що потенційно піддаються ризикам в умовах воєнного стану. Розширення географії туристичних пропозицій і привертання уваги до менш ризикованих або безпечних регіонів можуть допомогти розподілити туристичний потік і зменшити негативний вплив конфліктів

6. Розвиток кризових планів: Підготовка до кризових ситуацій є необхідною для забезпечення стійкості туристичної індустрії в умовах воєнного стану. Розробка кризових планів, які включають управління комунікаціями, реагування на надзвичайні ситуації та відновлення після конфлікту, допоможе забезпечити ефективну реакцію на ризики і зберегти економічну стійкість.

7. Залучення страхування: Один із способів зменшення ризиків у туристичній індустрії в умовах воєнного стану – це використання страхових полісів. Туристичні підприємства можуть укладати страхові угоди, що покривають ризики від воєнного стану, що дозволяє їм зменшити фінансові втрати у разі негативних подій.

Враховуючи особливості та характеристики ризиків, які виникають в туристичній індустрії в умовах воєнного стану, важливо вживати комплексних заходів для забезпечення безпеки туристів та збереження економічної стійкості галузі. Постійний моніторинг, розвиток кризових планів, співпраця зі структурами безпеки та правоохоронними органами,

комунікаційні стратегії та розробка страхових полісів – всі ці заходи мають на меті забезпечити захист туристів і збереження економічної стійкості туристичної індустрії. Однак, важливо пам'ятати, що в умовах воєнного стану ризики можуть бути непередбачуваними і змінюватися швидко, тому активне відстеження ситуації та гнучкість у прийнятті рішень є ключовими компонентами успішного управління ризиками.

Крім того, важливо пам'ятати, що безпека туристів завжди повинна бути на першому місці. Якщо ризик для життя та безпеки туристів є надто великим, розгляд можливості евакуації або призупинення туристичних активностей може бути необхідним. Забезпечення безпеки та добробуту туристів є відповідальністю туристичних підприємств, урядових органів та всієї галузі в цілому.

Важливо також зауважити, що вирішення політичних, соціальних та конфліктологічних проблем, які лежать в основі воєнного стану, є ключовим фактором для досягнення стабільності та безпеки в туристичній індустрії. Зусилля щодо врегулювання конфлікту, налагодження дипломатичних відносин та покращення політичної ситуації в регіоні в довгостроковій перспективі сприятимуть стійкому розвитку туристичної галузі.

У підсумку, ризики, пов'язані з воєнним станом, мають значний вплив на безпеку туристів та економічну стійкість туристичної індустрії. Ці ризики можуть призвести до зменшення потоку туристів, втрати прибутків туристичних підприємств, скорочення робочих місць і пошкодження туристичної інфраструктури.

Наслідки цих ризиків можуть бути значними. Зменшення потоку туристів призводить до зниження доходів туристичної індустрії, що може мати негативний вплив на місцеві господарські сектори, які залежать від туризму, такі як готельний бізнес, ресторани, магазини та місцеві послуги. Це може призвести до зменшення замовлень у постачальників, скорочення робочих місць і підвищення безробіття.

Крім економічних втрат, безпека туристів також стає питанням першочергового значення. Воєнний стан може створювати загрозу безпеці туристів, зокрема через можливість збройних конфліктів, терористичних актів, розпорошення зброї тощо. Це може спричинити зменшення довіри туристів до безпеки конкретного регіону і вплинути на їх рішення щодо подорожей.

Для забезпечення безпеки туристів і підтримки економічної стійкості туристичної галузі необхідно вживати надзвичайні заходи. Це може включати вдосконалення систем моніторингу і оцінки ризиків, впровадження ефективних комунікаційних стратегій для інформування туристів про безпеку, розробку кризових планів та співпрацю з військовими та правоохоронними органами. Крім того, необхідне розширення туристичної пропозиції та диверсифікація напрямків можуть допомогти зменшити залежність від конкретних регіонів, які піддаються ризикам в умовах воєнного стану. Також важливо сприяти врегулюванню конфліктів та політичному стабілізації регіонів, щоб знизити загрозу виникнення воєнного стану і підвищити безпеку для туристів.

Прийняття цих заходів допоможе зберегти безпеку туристів і знизити негативний вплив ризиків воєнного стану на економічну стійкість туристичної індустрії. Важливо також пам'ятати, що успіх у запобіганні та управлінні ризиками вимагає співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи туристичні підприємства, урядові органи, місцеві влади та міжнародні організації.

Вкрай важливо наголосити, що воєнний стан є складною та небезпечною ситуацією, і розробка ефективних стратегій управління ризиками вимагає професійного підходу, постійного моніторингу та готовності до невизначеності. Тільки шляхом поєднання зусиль можна забезпечити безпеку туристів і зберегти економічну стійкість туристичної галузі в умовах воєнного стану.

Управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану вимагає розробки ключових стратегій та підходів, які забезпечать безпеку туристів і збережуть

економічну стійкість галузі. Основні складові включають ефективну комунікацію, використання технологій та взаємодію зі стейкхолдерами.

Комунікаційна стратегія: Важливо розробити ефективну систему комунікації для інформування туристів про потенційні ризики, безпекові заходи та інструкції щодо поведінки в умовах воєнного стану. Це може включати створення спеціальних порталів, додатків для мобільних пристроїв, веб-сайтів та систем миттєвих повідомлень, які забезпечать швидкий та достовірний обмін інформацією між туристами, туристичними операторами, готелями та органами безпеки.

Використання технологій: Сучасні технології, такі як глобальні позиційні системи (GPS), моніторинг за допомогою дронів, системи відеоспостереження та розпізнавання обличчя, можуть використовуватися для посилення безпеки туристів. Вони дозволяють в реальному часі відстежувати рух туристів, контролювати доступ до небезпечних зон та вчасно реагувати на можливі загрози.

Взаємодія зі стейкхолдерами: Важлива роль управління ризиками належить співпраці зі стейкхолдерами, такими як урядові органи, військові структури, місцеві влади та представники туристичної галузі. Спільні зусилля допомагають координувати заходи безпеки, обмінюватись інформацією та досвідом, а також розробляти спільні плани невідкладних дій у разі виникнення конфліктних ситуацій. Це створює сприятливі умови для швидкого та ефективного реагування на ризики воєнного стану і забезпечення безпеки туристів.

Аналіз практичних прикладів та кейс-стадів демонструє ефективність застосування стратегій управління ризиками в умовах воєнного стану. Наприклад, країни, які постійно стикаються з ризиком воєнного конфлікту, розробляють комплексні плани евакуації туристів, встановлюють системи швидкого сповіщення та надають посильну допомогу туристам у разі потреби.

Також можна зазначити позитивний вплив використання соціальних медіа та мереж зв'язку на управління ризиками. Завдяки цим інструментам можна швидко поширювати інформацію про потенційні загрози, рекомендації щодо безпеки та актуальну ситуацію в конкретному регіоні. Такі комунікаційні канали дозволяють забезпечити широкий охоплення туристів та забезпечити їх своєчасну інформованість [8].

Крім того, співпраця з місцевими жителями та громадами також має важливе значення. Їх активна участь у процесі управління ризиками, спільне розроблення планів дій та взаємна підтримка можуть позитивно впливати на безпеку туристів та відновлення туристичної індустрії після кризових ситуацій.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану є надзвичайно важливим завданням, оскільки воєнні конфлікти створюють серйозні загрози для безпеки туристів і можуть значно вплинути на економічну стійкість галузі. Наявність детального аналізу та дослідження ризиків, що виникають в таких умовах, дозволяє розробити ефективні стратегії управління цими ризиками.

Важливо визначити особливості та характеристики ризиків, які виникають в туристичній індустрії в умовах воєнного стану. Це включає загрозу безпеці туристів, зниження попиту на туристичні послуги, зупинення роботи туристичних підприємств, пошкодження інфраструктури та зміни в репутації туристичного напрямку.

Також виявлено, що ризики впливають на безпеку туристів та економічну стійкість туристичної індустрії. Безпека туристів порушується через загрозу фізичного насильства, терористичні акти, розповсюдження зброї та небезпеку ушкодження внаслідок конфлікту. Економічна стійкість туристичної індустрії страждає через зниження попиту на послуги, втрату доходів, руйнування інфраструктури та погіршення іміджу країни як безпечного туристичного напрямку.

Для ефективного управління ризиками в умовах воєнного стану рекомендується використовувати ключові стратегії, такі як розробка ефективної комунікаційної стратегії, використання сучасних технологій та активна взаємодія зі стейкхолдерами.

Ефективна комунікаційна стратегія дозволяє інформувати туристів про потенційні ризики, безпекові заходи та надавати їм необхідні інструкції щодо поведінки в умовах воєнного стану. Це може бути досягнуто шляхом створення спеціальних порталів, додатків для мобільних пристроїв та веб-сайтів, а також систем миттєвих повідомлень. Такий обмін інформацією сприяє швидкому та достовірному передачі важливих повідомлень між туристами, туристичними операторами, готелями та органами безпеки.

Використання сучасних технологій, таких як глобальні позиційні системи (GPS), моніторинг за допомогою дронів та системи відеоспостереження, сприяє покращенню безпеки туристів. Вони дозволяють в реальному часі відстежувати рух туристів, контролювати доступ до небезпечних зон та швидко реагувати на можливі загрози.

Співпраця зі стейкхолдерами, включаючи урядові органи, військові структури, місцеві влади та представників туристичної галузі, є ключовим елементом управління ризиками. Спільні зусилля дозволяють координувати заходи безпеки, обмінюватись інформацією та досвідом, а також розробляти спільні плани невідкладних дій у разі виникнення кризових ситуацій.

Подальші дослідження будуть зосереджені на розробці більш ефективних стратегій та методів управління ризиками в туристичній індустрії в умовах воєнного стану, що включатиме розробку планів надзвичайних ситуацій, вдосконалення систем попередження, підвищення готовності до реагування та інші превентивні заходи.

Список використаних джерел

1. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (41). Електронний ресурс. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>. (дата звернення: 02.01.2023).
2. Моца, А., Шевчук, С., & Серєда, Н. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (41). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення: 07.01.2023).
3. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. 2022. No 4 (11). С. 139–151. Електронний ресурс. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4\(11\)-139-151](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4(11)-139-151) (дата звернення: 09.01.2023).
4. Носирєв О., Дєділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. Електронний ресурс. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення: 09.01.2023).
5. Роїк О. Р., Недзведька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
6. Бажєнова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. No 5(23). С. 168–180.
7. Корчєвська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції*, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.
8. Нікітенко К. (2023). Розвиток екотуризму в Україні: потенціал та проблеми. *Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка*, (15), 259–263. URL: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.32> (дата звернення: 10.01.2023).
9. Гуменюк В. В. Державне регулювання курортно-рекреаційної сфери. Монографія. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2016. 372 с.

10. А. Вдовічен, В. Кифяк Сфера гостинності України: відновлення у повоєнний період. ВІСНИК Київського національного торговельно-економічного університету. Том 143, Випуск 3. 2022. С. 68–77.

11. Михайлова Н., Карцева В. Класифікація ризиків туристичного підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. No 3 (75).

References

1. Zarubina, A., Sira, E., & Demchuk, L. (2022). Osoblyvosti turyzmu v umovakh voiennoho stanu [*Features of tourism in times of war*]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (41). Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>. [in Ukrainian].

2. Motsa, A., Shevchuk, S., & Sereda, N. (2022). Perspektyvy pisliavoiennoho vidnovlennia sfery turyzmu v Ukraini [*Prospects for post-war recovery in the tourism sector in Ukraine*]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (41). Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> [in Ukrainian].

3. Barvinok, N. (2022). Vplyv hlobalnykh bezpekovykh faktoriv na rozvytok mizhnarodnoho turyzmu v Ukraini [*Impact of global security factors on the development of international tourism in Ukraine*]. *Věda a perspektivy*. No 4 (11). s. 139-151. Retrieved from: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4\(11\)-139-151](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4(11)-139-151) [in Ukrainian].

4. Nosyriev, O., Dedilova, T., Tokar, I. (2022). Rozvytok turyzmu ta industrii hostynnosti v stratehii postkonfliktnoho vidnovlennia ekonomiky Ukrainy. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava [*Development of tourism and hospitality industry in the strategy of post-conflict economic recovery in Ukraine*]. Vyp. 1(26). S. 55-68. Retrieved from: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> [in Ukrainian].

5. Roik, O.R., Nedzvetska, O.V. (2022). Shliakhy rozvytku turystychnoi sfery Ukrainy u voiennyi period. Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu [*Ways of developing the tourism sector in Ukraine during the war period*]. *Seriia : ekonomichni nauky*. Vypusk 46. S. 11-15. [in Ukrainian].

6. Bazhenova, S., Polohovska, Yu., Bykova, M. (2022). Realii rozvytku turyzmu v Ukraini na suchasnomu etapi [*Realities of tourism development in Ukraine at the present stage*]. *Naukovi perspektyvy*. No 5(23). S. 168-180. [in Ukrainian].

7. Korchevska, L. (2022). Stan, osoblyvosti ta perspektyvy turyzmu u voiennyi ta postvoiennyi periody [*State, features, and prospects of tourism in the wartime and post-war periods*]. *Upravlinnia rozvytkom sfery hostynnosti: rehionalnyi aspekt: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi onlain-konferentsii*, m. Chernivtsi, 5 travnia 2022 r. Chernivtsi: Tekhnodruk, 2022. S. 337-341. [in Ukrainian].

8. Nikitenko, K. (2023). Rozvytok ekoturizmu v Ukraini: potentsial ta problemy [*Development of ecotourism in Ukraine: potential and challenges*]. *Tavriiskyi naukovi visnyk*. *Seriia: Ekonomika*, (15), 259-263. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.32> [in Ukrainian].

9. Humeniuk, V.V. (2016). Derzhavne rehuliuвання kurortno-rekreatsiinoi sfery [*State regulation of the resort and recreational sphere*]. Monohrafiia. K.: Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 372 s. [in Ukrainian].

10. А. Вдовічен, В. Кифяк (2022). Сфера гостинності України: відновлення у повоєнний період [*Hospitality industry of Ukraine: recovery during the post-war period*]. *VISNYK Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*. Том 143, Випуск 3. С. 68-77. [in Ukrainian].

11. Mykhailova, N., Kartseva, V. (2016). Klyasifikatsiia ryzykiv turystychnoho pidpriemstva [*Classification of risks in a tourist enterprise*]. *Naukovi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*. No 3 (75). [in Ukrainian].

NIKITENKO Kateryna, PhD in Economics, Associate Professor at the Department of Hotel, Restaurant, and Tourism Business and Foreign Languages, Kherson State Agrarian and Economic University.

RISK MANAGEMENT IN THE TOURISM INDUSTRY IN TIMES OF WAR

***Abstract.** The article is dedicated to studying the problem of risk management in the tourism industry in times of war. It examines the significance of effective risk management for ensuring the safety of tourists and the stability of the tourism business during conflict situations. The state of war creates a unique danger for the tourism industry, yet it requires further analysis and understanding. Research should focus on identifying specific aspects of risks faced by tourism enterprises and the impact of these risks on tourist safety and industry profitability.*

This scientific article aims to investigate and analyze the problem of risk management in the tourism industry in times of war. It aims to understand the peculiarities of risks arising from the state of war and determine effective strategies for managing these risks to ensure tourist safety and preserve industry profitability. The objectives of the scientific article are as follows:

- Conduct a review of existing research and publications on the problem of risk management in the tourism industry in times of war.*
- Identify the characteristics and features of risks that arise in the tourism industry during a state of war.*
- Analyze the impact of these risks on tourist safety and the economic resilience of the tourism industry.*
- Determine key strategies and approaches for risk management in the tourism industry in times of war.*
- Examine the role of communication, technology, and stakeholder interaction in the process of risk management.*
- Analyze practical examples and case studies illustrating the effectiveness of risk management strategies in times of war.*

The article begins with an overview of the current political and geopolitical situation worldwide, which may lead to the emergence of a state of war and the potential impact of this state on the tourism industry. It then analyzes the main risks faced by tourism enterprises and tourists during wartime conflicts, such as violence, terrorist threats, economic instability, and others.

The article discusses strategies and practical approaches to risk management in such conditions. It provides advice and recommendations on developing effective emergency plans, ensuring tourist safety, communicating with clients and employees, as well as resource backup and redistribution.

Key words: Management, Risks, Tourism, Strategy, State of war.

*Одержано редакцією: 20.01.2023 р.
Прийнято до публікації: 03.02.2023 р.*

УДК 339.138:004.89

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-110-115

ОЛІЙНИК Ігор Вікторович,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та інформаційних
технологій,

Херсонський державний
аграрно-економічного університету

ORCID: 0000-0003-3823-7532

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ Й ТОРГІВЛІ

***Анотація.** У статті досліджуються перспективи використання генеративного штучного інтелекту у сфері маркетингу й торгівлі. Зазначається, що генеративний штучний інтелект відіграє все більш важливу роль у розвитку технологій, а його застосування в цих галузях може мати значний вплив на підвищення ефективності маркетингових стратегій та процесів у торгівлі. Наводиться характеристика концептуальних підходів щодо управління маркетинговою діяльністю підприємства на основі впровадження генеративного штучного інтелекту та його інтеграції в структуру управління організації. Також оцінюються можливості використання генеративних моделей для створення унікального та привабливого контенту, аналізу поведінки споживачів та прогнозування їхніх потреб.*

***Ключові слова:** генеративний штучний інтелект, машинне навчання, гіперперсоналізація, клієнтський досвід, життєвий цикл клієнта, сегментування цільової аудиторії, маркетингові стратегії, SEO-стратегії, персоналізація, чат-бот, ефективність маркетингу.*

Постановка проблеми. Шалена швидкість впровадження генеративного штучного інтелекту, яку ми спостерігаємо зараз, є лише початком. Згідно з прогнозами провідної консалтингової компанії Gartner, до 2025 року генеративний штучний інтелект становитиме 10% усіх вироблених даних. Для порівняння, сьогодні ця цифра складає менше 1%. До 2026 року понад 10 мільярдів доларів буде інвестовано в стартапи зі штучним інтелектом, які спираються на базові моделі – великі моделі штучного інтелекту, які навчаються на величезних обсягах даних. Саме тому різноманітні компанії звертаються до технології штучного інтелекту, щоб зменшити витрати, підвищити ефективність та покращити якість обслуговування клієнтів [10].

Враховуючи, що генеративний штучний інтелект сьогодні вже став реальність, перед більшістю компаній сьогодні постала проблема взаємодії та адаптації до цих вражаючих змін. Але, оскільки вказані тенденції тільки набирають обертів, значний масив проблем, з якими стикаються учасники ринку, все ще залишається на рівні теоретичних розробок без їхнього практичного осмислення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми впровадження генеративного штучного інтелекту в сфері маркетингу й торгівлі знайшли своє відображення в роботах таких дослідників як Н. І. Гражевська, А. М. Чигиринський [1], Н. М. Краус, О. П. Голобородько [2], Ю. Б. Поповський [3], Н. В. Проскурніна [4], Н. Ф. Стеблюк, Є. В. Копейкіна [5], С. Є. Хрупович, Т. М. Борисова [6] та ін. Зокрема, Проскурніна Н. В. досліджує ключові етапи впровадження штучного інтелекту в маркетингову діяльність підприємств роздрібною торгівлі та аналізує трансформаційні процеси, що відбуваються у маркетинговій діяльності під впливом машинного навчання. Поповський Ю. Б. деталізує

поняття гіперперсоналізації, яке використовуються в процесі автоматизації процесів дистрибуції та підвищення їх ефективності. Стеблюк Н. Ф., Копейкіна Є. В., у ході свого дослідження, виділяють найефективніші інструменти штучного інтелекту в маркетингу, за допомогою яких можна підвищувати конкурентоспроможність та ефективність діяльності компанії. В дослідженнях Н. І. Гражевської, А. М. Чигиринського [1], Н. М. Краус, О. П. Голобородько [2], С. Є. Хрупович, Т. М. Борисова [6] акцентують увага на тому, що цифровому розвитку притаманні революційні зміни, а найважливішим результатом цифровізації, в сучасних умовах, є автоматизація послуг.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність значної кількості публікацій на вказану тематику, у більшості з них генеративний штучний інтелект розглядається з відривом від практичних аспектів його застосування у виробничо-комерційних системах підприємства. Зокрема, недостатньо уваги приділяється дослідженню перспектив використання генеративного штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях та аналізі даних, що стосуються поведінки споживачів. Залишається відкритим також аналіз перспектив використання генеративних моделей для прогнозування й задоволення індивідуальних потреб споживачів. В цьому, на наш погляд, і полягає актуальність перспектив впровадження генеративного штучного інтелекту в маркетингу й торгівлі.

Мета та завдання статті. Мета цієї статті полягає в дослідженні потенційних переваг, викликів та можливостей використання генеративного штучного інтелекту в сфері маркетингу й торгівлі. Також важливою проблемою залишається визначення того, як генеративний штучний інтелект може сприяти підвищенню ефективності маркетингових стратегій, удосконаленню процесів торгівлі та поліпшенню взаємодії з клієнтами. Для досягнення поставленої мети необхідно, в першу чергу, проаналізувати сучасні тенденції у сфері маркетингу й торгівлі, а також провести ідентифікацію сфер, де застосування генеративного штучного інтелекту може мати найбільший вплив з урахуванням викликів та обмежень, пов'язаних з впровадженням систем комп'ютерної лінгвістики та інформатики в маркетингу та торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Штучний інтелект та машинне навчання продовжують сьогодні розширювати межі можливого у сфері маркетингу та продажів. Тому зараз, у зв'язку з перманентною еволюцією генеративного штучного інтелекту, ми спостерігаємо, як платформи з відкритим кодом проникають у сферу продажів, стимулюючи зростання інвестиційних потоків в інноваційні технології штучного інтелекту. Враховуючи складність і швидкість ведення бізнесу в цифровому світі, ці технології дедалі стають важливими інструментами конкурентної боротьби [2].

Зауважимо, що генеративний штучний інтелект – це тип системи штучного інтелекту, що здатний генерувати тексти, зображення чи інші медіа у відповідь на підказки користувачів. Генеративні моделі штучного інтелекту вивчають шаблони та структуру своїх вхідних навчальних даних, а потім генерують нові дані зі схожими характеристиками. Ця технологія революціонує не лише розробку програм і послуг, але й спосіб, яким компанії взаємодіють зі своїми клієнтами [4].

Компанії-лідери – ті, що збільшують свою частку ринку принаймні на 10 відсотків щорічно, – сьогодні мають стійку тенденцію щодо використання передових технологій продажів та забезпечують гіперперсоналізацію, створюючи унікальні повідомлення для окремих осіб, які приймають рішення, на основі їхніх потреб, профілю, поведінки та взаємодії – як у минулому, так і в прогнозованому періоді. До 2027 року організації, що активно підтримують розвиток цифрової майстерності як для керівників, так і для співробітників, зазнають значного щорічного зростання прибутку порівняно з тими, які не займаються цим взагалі [9].

Технології штучного інтелекту розвивається швидкими темпами. Вони стають все більш доступними і економічно вигідними у практичному втіленні, одночасно забезпечуючи

все більшу складність і швидкість, що значно перевершує людські можливості. Аналітика свідчить, що п'яту частину поточних функцій відділу продажу можна автоматизувати. Крім того, з появою нових поколінь штучного інтелекту відкриваються нові можливості для взаємодії у різних професійних та галузевих вимірах [1].

Розвиток штучного інтелекту, і особливо генеративного штучного інтелекту, має потенціал для впливу на три сфери маркетингу і продажів: клієнтський досвід, зростання і продуктивність.

Наприклад, клієнтський досвід, гіперперсоналізований контент та пропозиції можуть ґрунтуватися на індивідуальній поведінці клієнта, його особистості та історії закупівель. Використання штучного інтелекту дозволяє прискорити зростання, надаючи відділам продажів точну аналітику та інформацію про клієнтів для ефективного виявлення попиту. Крім того, штучний інтелект може підвищити ефективність і продуктивність самих продажів, розвантаживши й автоматизувавши багато рутинних операцій з реалізації кінцевого продукту та звільнивши час для спілкування з існуючими та потенційними клієнтами. До того ж, за таких умов знижуються витрати на обслуговування та технічну підтримку [7].

У всіх цих діях персоналізація є ключовим фактором. Штучний інтелект у поєднанні з конкретними даними та контекстом компанії уможливив розуміння споживачів на найдетальнішому рівні, що дозволяє B2C ринку використовувати важелі персоналізації через цільові маркетингові та торгові пропозиції. Компанії-лідери на ринку B2B виходять за межі власне маркетингу на основі облікових записів і непропорційно використовують гіперперсоналізацію у своєму охопленні.

Сегментування цільової аудиторії є одним з ключових елементів персоналізації маркетингової кампанії, але існує багато інших способів, за допомогою яких штучний інтелект може допомогти компаніям персоналізувати досвід для своїх аудиторій та клієнтів. За даними Harvard Business Review, 76 % клієнтів хочуть, щоб компанії чітко розуміли їхні особисті очікування [8].

Існує багато специфічних прикладів використання штучного інтелекту на всіх етапах життєвого циклу клієнта, які можуть підвищити його ефективність. Так, зокрема, на вершині воронки продажів генеративний штучний інтелект значно перевершує традиційну ідентифікацію й таргетинг лідів на основі штучного інтелекту, яка використовує веб-скрепінг і просту розстановку пріоритетів. Вдосконалені алгоритми генеративного штучного інтелекту можуть використовувати закономірності в даних про клієнтів та ринок з метою сегментування й таргетування релевантної аудиторії.

Крім того, генеративний штучний інтелект сприяє оптимізації маркетингових стратегій за допомогою A/B-тестування різних елементів, таких як макети сторінок, тексти оголошень та SEO-стратегії, використовуючи предикативну аналітику і рекомендації, засновані на даних, які забезпечують максимальну віддачу від інвестицій. Ці дії можуть продовжуватися протягом всього життєвого циклу клієнта, ба більше, штучний інтелект автоматизує кампанії щодо залучення потенційних клієнтів на основі еволюції шаблонів клієнт-серверних архітектурних рішень (клієнтських патернів) [6].

Однак більшість методів персоналізації на основі штучного інтелекту, зазвичай, розробляються та персоналізуються під конкретного користувача, а не під загальну групу споживачів. Чим більше система може зрозуміти окремого користувача, тим більшою є ймовірність конверсії. Кожен користувач має відмінності, які відрізняють його від великої групи, тому жодна групова маркетингова кампанія ніколи не буде такою ж ефективною, як кампанія, націлена на конкретних людей та їхні власні інтереси.

У процесі продажу генеративний штучний інтелект виходить за межі початкової взаємодії з командою продажів, надаючи постійну критично важливу підтримку протягом усього процесу реалізації продукції, – від пропозиції до закриття угоди. З самого початку він

може допомагати у забезпеченні гіперперсоналізованого електронного листування та контекстної підтримки чат-ботів.

Досвід роботи багатьох компаній свідчить, що більш доступною та надійною можливістю для штучного інтелекту є надання інтелектуальних пропозицій авторам-людям. Підказки для авторів, керовані штучним інтелектом, лежать в основі функцій таких програм, як Grammarly, Microsoft Editor, Google Docs, Microsoft Word, Yoast, SEMRush та інших [3].

У міру просування реалізації угод штучний інтелект також може надавати рекомендації щодо ведення переговорів у режимі реального часу та прогнозувати їх динаміку на основі всебічного аналізу історичних даних про транзакції, поведінку клієнтів й конкурентні ціни. Після того, як клієнт підписує угоду, існує безліч варіантів використання штучного інтелекту. Коли, наприклад, приєднується новий користувач, генеративний штучний інтелект може забезпечити теплий прийом з персоналізованим навчальним контентом, висвітлюючи відповідні найкращі практики. Функціонал чат-бота може надавати негайні відповіді на запитання клієнтів та вдосконалювати навчальні матеріали для майбутніх споживачів [5].

Висновки та перспективи подальших розвідок. Підсумовуючи наведені вище міркування, відзначимо, що штучний інтелект і генеративні моделі надають безліч можливостей для сучасного маркетингу. Вони допомагають автоматизувати і персоналізувати контент, поліпшити якість взаємодії з клієнтами і скоротити час на виконання рутинних завдань. Однак використання штучного інтелекту також тягне за собою певні ризики.

Так, більшість комерційних лідерів вказують на значні перешкоди, які обмежують впровадження технологій штучного інтелекту в їх організаціях. Серед них, на першому місці, були внутрішні та зовнішні ризики. Від порушення прав інтелектуальної власності до проблеми конфіденційності й безпеки даних, – існує низка питань, що потребують обдуманих стратегій мінімізації та управління. Необхідність контролю та відповідальності людини є очевидною, а це, в свою чергу, може вимагати створення нових ролей та компетенцій з метою забезпечення повної реалізації наявних можливостей штучного інтелекту.

Зрештою, майбутнє ролі штучного інтелекту в маркетингових технологіях визначатиметься уявою самої людини та інноваціями у цій сфері. Поєднання різних технологій може призвести до того, що конкретний бізнес зможе випередити інших провідних гравців на ринку на декілька років. Як мінімум, розуміння того, що вже використовується, є важливим для того, щоб будь-яка компанія не відставала, а залишалася ефективною та конкурентоспроможною на ринку.

Список використаних джерел

1. Гражевська Н. І., Чигиринський А. М. Цифрова трансформація економіки в умовах посилення глобальних ризиків і загроз. *Економіка та держава*. 2021. № 8. С. 53–57. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.8.53> (дата звернення: 23.03.2023).
2. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення: 23.03.2023).
3. Поповський Ю. Б. Інструменти діджиталізації дистрибуції. *Економіка і організація управління*. 2021. № 1. С. 199–205.
4. Проскурніна Н. В. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 4. С. 129–140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2020_4_11 (дата звернення: 22.03.2023).
5. Стеблюк Н. Ф., Копейкіна Є. В. Технології штучного інтелекту в маркетингу. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 3(14), С. 462–466.

6. Хрупович С. Є., Борисова Т. М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Том 5, № 1, С. 17–26.

7. Bedianashvili, G., Zhosan, H., Lavrenko, S. (2022). Modern digitalization trends of Georgia and Ukraine. *Published in Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development"*. Vol. 22 ISSUE 3, 2022 URL: <https://managementjournal.usamv.ro/index.php/scientific-papers/current> (Web of Science), pp. 57-74 (дата звернення: 23.03.2023).

8. Narayandas, D., Sengupta, A.. Using AI to Adjust Your Marketing and Sales in a Volatile World. URL: <https://hbr.org/2023/04/using-ai-to-adjust-your-marketing-and-sales-in-a-volatile-world> (дата звернення: 22.03.2023).

9. Ramyalg, J.. Artificial Intelligence in Marketing: Boost the Growth in 2023, Dec 19, 2022. URL: [http:// https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases](http://https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases) (дата звернення: 22.03.2023).

10. Ten Strategic Data and Analytics Predictions Through 2028, May 22, 2023. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/> дата звернення: 23.03.2023).

References

1. Hrazhevskaya, N.I., Chyhyrskyi, A.M. (2021). Tsyfrova transformatsiia ekonomiky v umovakh posylennia hlobalnykh ryzykiv i zahroz [*Digital transformation of the economy under conditions of amplification global risks and threats*]. *Ekonomika ta derzhava [Economy and the state]*, 8, pp. 53-57. Retrieved from: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.8.53> [in Ukrainian].

2. Kraus, N.M., Holoborodko, O.P. and Kraus, K.M. (2018). Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanharnoho kharakteru rozvytku [*Digital economy: trends and prospects of avant-garde development*], *Efektivna ekonomika [Efficient economy]*, vol. 1. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf [in Ukrainian].

3. Popovskiy, Y.B. (2021). Instrumenty didzhitalizatsiyi dystributsiyi [*Digitalization tools distribution*]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya [Economics and management organization]*, 1, pp. 199-205. [in Ukrainian].

4. Proskurina, N. (2020). Shtuchnyi intelekt u marketyngoviy diyalnosti. [*Artificial intelligence in marketing activities*]. *Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finansy, parvo [Foreign trade: economy, finance, law]*. № 4, pp. 129-140. [in Ukrainian].

5. Stebliuk, N., Kopeikina, Y. (2019). Tehnologii shtuchnogo intelektu v marketyngu [*Technologies of Artificial Intelligence in Marketing*]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk [Pryazovsky Economic Bulletin]*. Vol. 3(14), pp. 462-466 [in Ukrainian].

6. Hrupovich, C.E., Borysova, T.M. (2021). Vikorystannya shtuchnogo intelektu pri marketyngovomu analizi nestrukturnykh dannykh [*Use of artificial intelligence in marketing analysis of unstructured data*]. *Marketing i cyfrovii tehnologii [Marketing and digital technologies]*. 2021. vol 5, № 1, pp. pp. 17-26. [in Ukrainian].

7. Bedianashvili, G., Zhosan, H., Lavrenko, S. (2022). Modern digitalization trends of Georgia and Ukraine. *Published in Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development"*. Vol. 22 ISSUE 3, 2022. Retrieved from: <https://managementjournal.usamv.ro/index.php/scientific-papers/current> (Web of Science), pp. 57-74. [in English].

8. Narayandas, D., Sengupta, A. Using AI to Adjust Your Marketing and Sales in a Volatile World. Retrieved from: <https://hbr.org/2023/04/using-ai-to-adjust-your-marketing-and-sales-in-a-volatile-world> [in English].

9. Ramyalg, J. Artificial Intelligence in Marketing: Boost the Growth in 2023, Dec 19, 2022. Retrieved from: [http:// https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases](http://https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases). [in English].

10. Ten Strategic Data and Analytics Predictions Through 2028, May 22, 2023. Retrieved from: <https://www.gartner.com/en/articles/> [in English].

OLIINYK Ihor, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Management and Information Technologies Department, Kherson State Agrarian and Economic University.

PROSPECTS FOR IMPLEMENTING GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING AND TRADE

Abstract. Objective. *The purpose of this article is to explore the potential benefits, challenges, and opportunities of using generative artificial intelligence in marketing and trade. To achieve this goal, it is necessary to analyze current trends in marketing and trade, as well as to identify areas where the use of generative artificial intelligence can have the greatest impact, taking into account the challenges and limitations associated with the implementation of computer linguistics and informatics systems in marketing and trade.*

Methods. *The problems of implementing generative artificial intelligence in the field of marketing and trade are reflected in the works of such researchers as Grazhevskaya, N., Chyhyrskyi, A., Kraus, N., Holoborodko, O., Popovsky, Y., Proskurnina, N., Steblyuk, N., Kopeykina, E., Hrupovych, S., Borisova T and others. In their research, they identify the most effective artificial intelligence tools in marketing that can help increase the competitiveness and efficiency of a company.*

Results. *Artificial intelligence technologies are developing at a rapid pace. They are becoming increasingly accessible and cost-effective in practical implementation, while providing increasing complexity and speed that far exceeds human capabilities.*

When analyzing the challenges of using artificial intelligence, it should be noted that it can accelerate growth by providing sales teams with accurate analytics and customer information to effectively identify demand. In addition, artificial intelligence can increase the efficiency and productivity of sales itself by relieving and automating many routine operations to sell the final product and freeing up time to communicate with existing and potential customers. It is important to note that artificial intelligence and generative models provide many opportunities for modern marketing. They help to automate and personalize content, improve the quality of customer interaction, and reduce the time spent on routine tasks.

It is considered necessary to strengthen the control and responsibility of companies in the process of creating new roles and competencies in order to ensure the full realization of the existing capabilities of artificial intelligence.

Scientific novelty. *The scientific novelty of the obtained results is to improve the methodological approach to determining the ways of implementing generative artificial intelligence in marketing and trade in the context of digitalization of the economy.*

Practical significans. *The author's conclusions can be used in the practical activities of domestic enterprises and organizations, as well as form the basis for further digitalization of processes in the production and commercial activities of enterprises.*

Key words: *generative artificial intelligence, machine learning, hyper-personalization, customer experience, customer lifecycle, target audience segmentation, marketing strategies, SEO strategies, personalization, chatbots, marketing effectiveness.*

Одержано редакцією: 09.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 30.03.2023 р.

УДК 338.012

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-116-121

ТУБОЛЕЦЬ Ірина Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри соціального забезпечення
та податкової політики,
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпро
ORCID: 0000-0001-9566-0587

ТАРАНЕНКО Вікторія Євгенівна,

кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри соціального забезпечення
та податкової політики,
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпро
ORCID: 0000-0002-1326-7586

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ СУСПІЛЬСТВА

***Анотація:** Проаналізовано актуальність застосування принципів, методів та інструментів соціального маркетингу для вирішення соціальних проблем. Розглянуто приклади організацій, які слідують концепції соціального маркетингу, що базується на парадигмі оптимального використання природних ресурсів. Визначено, що соціальні маркетингові ініціативи сприяють розвитку як власного бізнесу, так і соціуму. З'ясовано, що вирішення гострих соціальних проблем потребує від сучасних підприємств застосування механізмів соціального маркетингу, заснованого на принципах соціально-корпоративної відповідальності, спрямованого на узгодження та ув'язування інтересів підприємств з інтересами споживачів та суспільства.*

***Ключові слова:** бізнес-проект, екологічність, інтереси суспільства, конкурентоспроможність продукції, концепція соціального маркетингу, лояльність до бренду, соціальні маркетингові ініціативи, соціально-відповідальний маркетинг.*

Постановка проблеми. Загострення соціальних проблем потребує пошуку ефективних інструментів для вирішення питань, пов'язаних із загрозою забруднення навколишнього середовища, покращенням якості товарів та послуг, регулюванням цін на продукцію. Одним із важливих інструментів є використання комплексу засад, методів і принципів соціально відповідального маркетингу підприємством, адже клієнти цінують високу якість продукції, склад та екологічність. Це у свою чергу вимагає розвитку концепції соціального маркетингу, орієнтованої на створення результативної системи зворотного зв'язку зі споживачами, зміцнення відносин соціального партнерства, підвищення рівня довіри населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукова та практична література виділяє «соціальний маркетинг» як самостійний напрям. Питання соціального маркетингу висвітлюють маркетингологи та соціологи, такі як: Петруня Ю. Є. [7], Бондаренко С. М. [3], Харченко Т. О. [10], та ін. Маркетинг як чинник зміни якості життя представлено у роботах Котлера Ф. [5], Кривешко О. В. [6], Телетова О. С. [9], Дячкова Д. В. [4] та ін.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність багатьох розробок науковців, в сучасних умовах господарювання

важливого значення набуває вивчення соціальних питань в розрізі маркетингових принципів, інструментів та концепцій. У теоретичному плані актуальною стає проблема опрацювання концептуально-методичних питань соціального маркетингу та його практичного застосування на сучасних підприємствах.

Мета та завдання статті. Метою цієї статті є дослідження соціального маркетингу, як ефективного інструменту для вирішення соціальних проблем суспільства. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати актуальність застосування принципів, методів та інструментів соціального маркетингу для вирішення соціальних проблем; розглянути приклади організацій, які слідують концепції соціального маркетингу та розглянути як соціальний маркетинг сприяє створенню позитивного уявлення про компанію у споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі виділено певні підходи до тлумачення такої економічної категорії, як «соціальний маркетинг». Філіп Котлер, засновник соціального маркетингу, пропонує таке визначення: «Соціальний маркетинг – це розуміння людей і таке спілкування, яке веде до засвоєння ними нових поглядів. Зміна їхньої позиції змушує змінювати власну поведінку, що впливає на вирішення тієї соціальної проблеми, до якої ви залучені» [5, с. 426].

Соціальний маркетинг – це використання інструментів та засобів маркетингу. Концепція соціального маркетингу характерна для сучасного етапу, коли світ поступово переходить до нової парадигми соціально-економічного розвитку. Соціальний маркетинг включає розробку програм на користь всього суспільства, у яких поєднуються необхідні дослідження, реклама, просування, придбання репутації задоволення інтересів великих груп людей, сукупності яких і становлять суспільство. Соціальний маркетинг займається вирішенням таких питань, як переконання (наприклад, що куріння небезпечне), соціальна практика (спонукати кинути курити), і соціальний продукт (покращення здоров'я нації) [3, с. 156].

На думку вчених, методам соціального маркетингу довіряють більше ніж комерційним, оскільки він впливає більшу частину населення; сприяє активній зміні поведінки через певний проміжок часу; стимулює зміну поведінки з обмеженими ресурсами; розвиває творчі ідеї; виділяє співтовариство, дає можливість почути голос пріоритетного населення і підвищує ідентифікацію співтовариства; має політичний вплив та сприяє позитивним соціальним змінам [6].

Інструменти соціального маркетингу охоплюють всі етапи відтворювального процесу: від створення ідеї нового продукту, його виробництва на основі використання інноваційних та природоохоронних технологій до остаточної реалізації з урахуванням інтересів споживачів та суспільства загалом [4, с. 26].

Інтеграція інструментів соціального маркетингу до бізнес-процесів малих підприємницьких структур сприяє оптимізації системи оперативного управління та інформаційного забезпечення на підприємстві, комплексному плануванню виробничої та інвестиційної діяльності, проведення коригувальних заходів, спрямованих на підвищення ефективності бізнесу в довгостроковій перспективі та його соціальної відповідальності перед суспільством [7, с. 155].

Соціальний маркетинг дозволяє:

- здійснити систематичний процес планування та прийняття управлінських рішень на основі аналізу різних ситуацій і формулювання соціальних цілей;
- дослідити проблеми та завдання різних соціальних верств населення, з метою задоволення їх потреб за допомогою товарів та послуг, що виробляє чи надає підприємство;
- здійснити обмін інформацією, що стосується соціальних питань між підприємством та споживачами;
- позитивно впливати на відповідальне та дбайливе ставлення соціуму до живих і неживих об'єктів, наприклад до навколишнього середовища;

– підвищити лояльність до бренду, на основі вирішення соціальних питань і проблем споживачів [10, с. 18].

Соціальний маркетинг орієнтується на людську користь, а не на збільшення економічних можливостей. Важливого значення набуває задоволення соціальних потреб та інтересів клієнтів і суспільства, тому концепція соціального маркетингу створює маркетингову стратегію, що пропонує споживачам цінність підвищення добробуту усіх верств населення. Це складніша версія корпоративної соціальної відповідальності та маркетингової стратегії [4, с. 27].

Соціальний маркетинг сприяє створенню позитивного уявлення про компанію у споживачів, що дозволить збільшити обсяг продажів внаслідок формування цілісного сприйняття компанії різними групами людей. Концепція соціального маркетингу акцентує увагу на соціальній відповідальності і тісно пов'язана із довгостроковим розвитком. Соціальний маркетинг – ринкова діяльність, пріоритетом якої є поліпшення життя як окремих людей, соціальних груп, і суспільства загалом [1, с. 76].

Підприємству потрібно постійно підтверджувати імідж соціально-відповідальної фірми, а для цього мати практичні навички у сфері соціального маркетингу, володіти методикою обґрунтування ефективності бізнес-проектів та вибору оптимального варіанту маркетингової стратегії. Це у свою чергу вимагає розвитку концепції соціального маркетингу, орієнтованої на створення результативної системи зворотного зв'язку зі споживачами, зміцнення відносин соціального партнерства, підвищення рівня довіри населення до підприємства та посилення його позицій на ринку [8, с. 95].

Сучасний світ характеризується великою кількістю небезпек та соціальних викликів. Вважається, що вирішення соціальних проблем залежить від державних та громадських структур. Проте, громадські та державні установи не мають необхідного обсягу ресурсів для вирішення наявних соціальних проблем суспільства [2, с. 22].

За таких умов зростає роль соціального маркетингу, оскільки його специфіка дозволяє сконцентруватися на зміцненні репутації та просуванні своєї діяльності через вирішення соціальних проблем та задоволення суспільно значних інтересів.

Соціальний маркетинг окреслює необхідність створення підприємством комерційних програм, реалізація яких передбачається в рамках комплексу взаємопов'язаних завдань і заходів, спрямованих на розв'язання найважливіших проблем розвитку суспільства. Ці комерційні програми здійснюються таким чином, щоб з одного боку слугувати комерційній вигоді підприємства, а з іншого – підтримці соціальних програм [3, с. 159].

За допомогою інструментів та принципів соціального маркетингу здійснюється створення та підтримка взаємозв'язку комерційної та ринкової діяльності компаній з метою вирішення таких важливих завдань, як: підтримання та покращення екології, розвиток медицини та освіти, допомога нужденним та благодійність тощо [2, с. 25].

Хоча соціальний маркетинг є концепцією управління маркетингом, мета та філософія, що лежать в основі цієї концепції, полягають у тому, щоб розробити маркетингову стратегію та тактику підприємства, що не мають негативного впливу на суспільство. Наприклад, шумове забруднення, забруднення повітря, кислотні скиди у водосховищі та річки тощо [9, с. 55].

До прикладів організацій, які слідують концепції соціального маркетингу, яка базується на парадигмі оптимального використання природних ресурсів, можна віднести наступні.

Beyond Meat створює м'ясо на рослинній основі, що на думку розробників позитивним чином впливатиме на такі основні світові проблеми: здоров'я людини, зміну клімату, обмеження природних ресурсів і благополуччя тварин. Дослідники підраховали, щоб зробити одну м'ясну котлету, потрібно ~1200 літрів води і 4 кв.м землі, а на рослинний бургер витрачається на 99% менше води, на 93% менше землі і на 46% менше електроенергії.

Plan Toys з Таїланду – перша у світі компанія з виробництва іграшок з каучукових порід дерев. На створення виробів йде органічна деревина, яка залишається після отримання латексу. Деталі іграшок фарбуються натуральними барвниками на водній основі, і з'єднуються клеєм без формальдегідів. Пакування здійснюють за допомогою переробленого паперу та картону. Компанія активно використовує поновлювані джерела енергії.

Yes Straws – український бренд, націлений на зменшення використання одноразових пластикових предметів, мінімізацію негативного впливу на довкілля та пошук інноваційних рішень. Yes Straws – це екологічна альтернатива пластиковим трубочкам, оскільки вони вироблені зі стебла очерету.

Канадський бренд Pela спеціалізується на екологічних аксесуарах для iPhone, AirPods і Apple Watch. Усі чохли зроблені з рослинної сировини і без додавання пластику. Після закінчення терміну придатності всі аксесуари можна компостувати. Частину доходів компанія жертвує в організації, що борються за збереження нашої планети [4, с. 27].

Зростає важливість здійснення необхідних заходів, що направлені на вирішення соціальних проблем суспільства. Це в свою чергу посилює необхідність застосування принципів, методів та інструментів соціального маркетингу в житті суспільства. Науковці вважають, що державні та громадські структури не мають достатньо ресурсів, щоб повноцінно усунути наявні соціальні проблеми, тому найважливішим потребам суспільства відповідають питання залучення бізнесу до розробки та втілення в життя соціальних проектів [9, с. 56].

Виходячи з цього з'являється унікальна можливість для підприємств та організацій – запропонувати товари та послуги, які найкращим чином відповідатимуть потребам споживачів та зробити свій вклад у розв'язанні нагальних соціальних проблем. Хоча вирішення соціальних проблем не є основним завданням підприємств, проте їх внесок для досягнення суспільного блага може сприяти вирішенню важливих завдань бізнесу. Інтегруючи соціальну відповідальність у бізнес модель, створюється цінність для компанії і для суспільства (shared value або взаємна цінність) [10, с. 18].

Соціальні маркетингові ініціативи сприяють диференціюванню бренду, що допомагає відрізнитися від конкурентів, оскільки таким чином компанія генерує ідеї, що сприяють розвитку не тільки власного бізнесу, а й соціуму. Узгодження та ув'язування інтересів підприємств з інтересами споживачів та суспільства надає конкурентну перевагу бізнесу. Якщо підприємство застосовує власні ресурси на вирішення соціальних викликів, то це може позитивно впливати на прихильність клієнтів [10, с. 18].

Висновки та перспективи подальших розвідок. Проведені дослідження показали, що в ефективному вирішенні соціальних проблем суспільства, допомагає активне застосування соціального маркетингу. Ініціатива підприємств щодо використання інструментів, принципів та методів соціального маркетингу може сприяти формуванню позитивного оцінювання споживачами бренду, підвищенню ефективності застосування ресурсів, збільшенню продажів, зростанню якості та конкурентоспроможності продукції.

Розвиток соціально-відповідального маркетингу на підприємстві сприяє вирішенню завдань щодо врахування інтересів суспільства та виробництва товарів та послуг, які найкращим чином відповідатимуть потребам споживачів, а також розв'язанню нагальних соціальних проблем. Разом з тим, важливим для підприємства є вивчення та освоєння нових інструментів, що дозволить реалізувати концепцію соціально відповідального маркетингу.

Список використаних джерел

1. Ivanytska Svitlana Соціальний маркетинг в системі місцевого самоврядування / Svitlana Ivanytska, Nadiya Bakalo, Oksana Derkach. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. Полтава : ПНТУ, 2022. Т. 1(84). С. 75–81.
2. Богма М. Концепція соціально-етичного маркетингу як основа інноваційного розвитку підприємства. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2015. С. 20–25.

3. Бондаренко С. М. Корпоративна соціальна відповідальність у концепції загального управління якістю на підприємствах легкої промисловості України. *Економічний простір*. 2016. № 105. С. 154–163.

4. Дячков Д. В., Олійник А. С., Гончаренко А. С., Войтехович Я., Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства. *Агросвіт*. 2022. № 2. С. 24–30.

5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : навч. посіб. Київ : Науковий світ, 2022. 880 с.

6. Кривешко О. В., Замроз М. В., Кудницька Г. С. Сучасна концепція маркетингу на вітчизняних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf (дата звернення: 20.03.2023).

7. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. / Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с

8. Ришетнікова І. Л. Етичний маркетинг як концепція маркетингової діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 91–96.

9. Телетов О. С., Провозін М. В. Інноваційні маркетингові структури промислових підприємств України. *Науковий вісник Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*. Серія : «Економічні науки». 2015. № 1 (69), Ч. 2. С. 54–63.

10. Харченко Т. О., Веденіна К. П. Принципи корпоративної соціальної відповідальності як фактор формування конкурентних переваг організації. *Науково-практичний журнал «Економічні студії»*. 2017. 5 (18) грудень. С. 15–20.

References

1. Ivanytska, S., Bakalo, N., Derkatch, O. (2022). "Social marketing in the local government system". *Ekonomika i region*, vol. 1(84), pp. 75-81. [in Ukrainian].

2. Boghma, M. (2015). *Koncepcija socialjno-etychnogho marketynghu jak osnova innovacijnogho rozvytku pidpryjemstva [The concept of socio-ethical marketing as a basis for innovative development of the enterprise]. Modern approaches to enterprise management*, pp. 20-25. [in Ukrainian].

3. Bondarenko, S.M. (2016). "Corporate social responsibility in the concept of total quality management at Ukrainian light industry enterprises". *Ekonomichnij prostir*, vol. 105, pp. 154-163. [in Ukrainian].

4. Dyachkov, D.V., Olijnik, A.S., Goncharenko, A.S., Vojtekhovich, YA. (2022). "Management of marketing activities in the context of food security of the enterprise". *Agrosvit*, vol. 2, pp. 24-30. [in Ukrainian].

5. Kotler, F., Armstrong, G. (2022). *Osnovi marketingu [Basics of marketing]: navchalnyi posibnyk*, Kyiv: Naukovij svit, 880 p. [in Ukrainian].

6. Kriveshko, O.V., Zamroz, M.V., Kudnic'ka, G.S. (2021). *Modern concept of marketing at domestic enterprises*". *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 6, Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua> [in Ukrainian].

7. Petrunia, Yu.Ye. and Petrunia, V.Yu. (2016). *Marketynh: navchalnyi posibnyk [Marketing: a textbook]*, 3rd ed., Dnipropetrovsk: Universytet mytnoi spravy ta finansiv, Dnipro, Ukraine, P. 362. [in Ukrainian].

8. Ryshetnikova, I.L. (2016). *Etychnyj marketyngh jak koncepcija marketynghovoji dijajlnosti [Ethical marketing as a concept of marketing activities]. Marketing and innovation management*, no. 4, pp. 91-96. [in Ukrainian].

9. Teletov, O.S. and Provozin, M.V. (2015). "Innovative marketing structures of industrial enterprises of Ukraine", *Naukovyy visnyk Vyshchoho navchal'noho zakladu Ukoopspilky "Poltavs'kyu universytet ekonomiky i torhivli"*. Seriya: *Ekonomichni nauky*, vol. 1 (69), pp. 54-63. [in Ukrainian].

10. Kharchenko, T.O. and Viedienina, K.P. (2017), "Principles of corporate social responsibility as a factor in shaping the competitive advantages of an organization". *Ekonomichni studii*, vol. 5 (18), pp. 15-20. [in Ukrainian].

TUBOLETS Iryna, PhD (Economics Sciences), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Security and Tax Policy, University of Customs and Finance;

TARANENKO Victoria, PhD (Economics Sciences), Associate Professor, Head of the Department of Social Security and Tax Policy, University of Customs and Finance.

SOCIAL MARKETING OF AN ENTERPRISE AS AN EFFECTIVE TOOL FOR SOLVING SOCIETY'S PROBLEMS

This article aims to consider examples of organisations that follow the concept of social marketing, to analyse the relevance of applying the principles, methods and tools of social marketing to solve social problems, and determining the effect of applying the concept of socially responsible marketing at the enterprise.

The theoretical, methodological, and practical basis of the research was the fundamental marketing provisions and scientific works of domestic and foreign scientists on social marketing. During the processing and analysis of information, general scientific methods of analysis and synthesis were used.

Social marketing methods and tools are more trusted than commercial ones, as it affects a larger part of the population; promotes active behaviour change over a certain period of time; stimulates behaviour change with limited resources and develops creative ideas. Social marketing focuses on human benefit rather than on increasing economic opportunities. It is important to meet the social needs and interests of customers and society, so the concept of social marketing creates a marketing strategy that offers consumers the value of improving the well-being of all segments of the population. It is a more complex version of corporate social responsibility and marketing strategy.

The scientific novelty of the results obtained is to further deepen the theoretical provisions, to develop scientific and methodological principles and practical recommendations regarding the application of tools, methods and principles of social marketing in the enterprise.

The practical significance of the obtained results is that the use of social marketing in an enterprise helps to create a positive image of the company among consumers, which will increase sales due to the formation of a holistic perception of the company by different groups of people. The concept of social marketing focuses on social responsibility and is closely linked to long-term development. Social marketing is a market activity whose priority is to improve the lives of individuals, social groups, and society as a whole.

Key words: *business project, environmental friendliness, public interests, product competitiveness, social marketing concept, brand loyalty, social marketing initiatives, socially responsible marketing.*

*Одержано редакцією: 28.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 12.04.2023 р.*

ТУРИЗМ: ЕКОНОМІКА, ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ, КОРПОРАТИВНИЙ БІЗНЕС, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 338.48

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-122-129

ЖАДАН Тетяна Андріївна,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і
готельно-ресторанного бізнесу,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: 0000-0001-6544-7602

АЛЕКСАНДРОВА Вікторія Олександрівна,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і
готельно-ресторанного бізнесу,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: 0000-0003-3567-979X

СТРИГУЛЬ Лариса Станіславівна,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і
готельно-ресторанного бізнесу,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: 0000-0003-2343-4234

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті здійснено критичний аналіз підходів до розуміння сутності понять «криза» та «антикризове управління». Узагальнено та систематизовано причини виникнення кризових явищ та їх наслідки в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі. Здійснено класифікацію причин виникнення кризових явищ в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі за природою походження та джерелами виникнення. Запропоновано авторське визначення сутності поняття «антикризове управління».

Ключові слова: криза; антикризове управління; причини і наслідки кризових явищ; туристичний і готельно-ресторанний бізнес.

Постановка проблеми. Поширення пандемії COVID-19 у 2020 р. та російське повномасштабне вторгнення в Україну 24.02.2022 р. завдали нищівного удару по туристичному і готельно-ресторанному бізнесу. Обмеження на міжнародні подорожі та закриття кордонів призвело до значного зменшення кількості туристів. Ряд вітчизняних та іноземних компаній, що працюють в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі, змушені були скоротити свою діяльність або зовсім закрити свої заклади в Україні через непевність та небезпеку. Внаслідок цього значна кількість готелів, ресторанів та туристичних компаній

зазнали значних фінансових втрат та опинились в кризовому стані або на межі банкрутства [1]. Отже, пошук ефективних інструментів антикризового управління в сучасних умовах господарювання набуває особливої актуальності та спрямований на прискорення виходу з кризи туристичного і готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем антикризового управління здійснили: Болотнов Д. Г. [8], Кухта П. В. [3], Мелень О. В. [6], Шатілова О. В. [5], Якименко-Терещенко Н. В. [6] та інші. У своїх працях науковці зосереджували увагу на висвітленні: сутності кризових явищ в діяльності організації [5], соціально-економічної системи [3]; їх різновидів [3; 5]; зовнішніх і внутрішніх причин виникнення [3; 8]; позитивних і негативних наслідків прояву [3]; підходів до визначення сутності антикризового управління промисловими підприємствами [8]; основних ризик-факторів виникнення банкрутства суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу [6]. Проте, незважаючи на значну кількість публікацій, присвячених цій тематиці, на даний час відсутні єдині підходи до розуміння сутності поняття «антикризове управління», що потребує їх систематизації та критичного аналізу, а також уточнення змісту цього поняття з позицій реактивного і проактивного підходів до управління кризовими явищами в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі.

Мета та завдання статті. Метою дослідження є уточнення сутності поняття «антикризове управління» з позицій реактивного і проактивного підходів до управління кризовими явищами в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі. Для досягнення визначеної мети поставлено наступні завдання: проаналізувати основні підходи до трактування сутності понять «криза» та «антикризове управління»; систематизувати причини виникнення кризових явищ та їх наслідки в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі; розкрити сутність поняття «антикризове управління».

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливе значення в теорії антикризового управління має понятійно-категоріальний апарат, який представляє собою систему узгоджених та взаємозалежних понять і категорій, що позначені словами і словосполученнями, які необхідні для теоретичного пізнання кризових явищ та управління ними. Розглянемо такі основні поняття антикризового управління, як «криза» та «антикризове управління». В Етимологічному словнику української мови зазначено, що термін «криза» (лат. *crisis* – криза, рішучий поворот, перелом) походить від грецького слова «κρίσις» – «переломний момент, криза; вибір; розрізнення; міркування; суд, рішення, вирок». Згідно Великого тлумачного словника сучасної української мови криза – це «різка зміна звичайного стану речей; злам, загострення становища, різкий перелом, занепад; гостра нестача чогось; крах, розрив, банкрутство». Різноманітність трактування сутності поняття «криза» наочно ілюструє табл. 1.

Аналізуючи наведені визначення, можна сказати, що найчастіше криза асоціюється з небезпекою, різким переломом, занепадом, нестабільністю, загостренням протиріч у соціально-економічній системі, які можуть призвести до настання негативних або позитивних наслідків.

Вагоме значення для розуміння сутності поняття «криза» мають причини їх виникнення та наслідки. Причинами виникнення кризових явищ в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі є невідповідність між станом і потребами розвитку суб'єктів господарювання та зовнішнього середовища. Шатілова О. В. до причин виникнення кризових явищ організації відносить взаємодію об'єктивних і суб'єктивних факторів, які негативно впливають на її діяльність, завдають шкоди окремим її елементам або системі в цілому. До зовнішніх кризоутворюючих чинників, які мають об'єктивний характер, нею віднесені зміни фаз життєвих циклів продукції, яку випускає організація; попиту на цю продукцію; технології; параметрів макрооточення, цільових ринків організації; законодавства; а до внутрішніх, які мають суб'єктивний характер, – прорахунки в управлінні організацією [5]. Проте, зовнішні і внутрішні кризоутворюючі чинники можуть мати як

об'єктивний, так і суб'єктивний характер.

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «криза»

Автор, джерело	Визначення
Дубас А. О., Юріак Г. В. [2]	«Криза – це широкомасштабна, непередбачена, переломна подія, яка призводить як до негативних наслідків у господарській діяльності (що зумовлюють розбалансування системи підприємства), так і до позитивних наслідків, які підвищують ефективність діяльності підприємства, приводячи в дію трансформаційні сили, сприяючи його еволюції».
Кухта П. В. [3]	«Криза – це певний етап функціонування і розвитку соціально-економічної системи, який обумовлює об'єктивну необхідність її якісної трансформації».
Погребняк А. Ю. [4]	«Криза – це результат загострення протиріч соціально-економічного характеру на підприємстві, зумовлених негативною направленістю дії сукупності чинників розвитку підприємства, здатних призводити до підвищення ризику ймовірності банкрутства і впливати на міру накопичення антикризового потенціалу підприємства».
Шатілова О. В. [5]	«У широкому розумінні, криза є загальною універсальною фазою будь-якого економічного циклу, яка характеризується порушенням рівноваги. У вузькому розумінні (з позиції управління організацією) під поняттям «криза» розуміється гостре ускладнення в діяльності організації, її тяжке становище».

Джерело: складено авторами з використанням [2-5]

За своєю природою походження кризи можуть виникати за об'єктивних і суб'єктивних причин. Об'єктивні причини виникнення криз не залежать від волі та свідомості осіб, які приймають рішення. Такий підхід виводить джерела виникнення криз до зовнішнього середовища. Постійний розвиток світової і національних економік призводить до інтенсивних змін у зовнішньому середовищі (природно-кліматичних, екологічних, політичних, економічних, техногенних, законодавчих, науково-технічних, соціально-демографічних, тощо), на які менеджменту підприємства важко вплинути, але які слід враховувати під час прийняття управлінських рішень. Суб'єктивні кризоутворюючі чинники проявляються через недостатнє пізнання навколишнього середовища в об'єктивній реальності і залежать від волі та свідомості осіб, які приймають рішення.

Причинами появи кризових явищ в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі за джерелом їх виникнення можуть бути екзогенні (зовнішні) і ендогенні (внутрішні) кризоутворюючі чинники. Зовнішні кризоутворюючі чинники – це події, які є зовнішніми по відношенню до суб'єкта господарювання, та ймовірність виникнення яких не пов'язана з формами та методами організації його роботи, а внутрішні – це події, які є внутрішніми по відношенню до суб'єкта господарювання, та ймовірність виникнення яких безпосередньо залежить від прийняття управлінських рішень, форм та методів організації роботи на ньому тощо [6].

Саме тому всю сукупність причин виникнення кризових явищ в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі згруповано за двома ознаками: природою походження та джерелом виникнення (табл. 2).

**Фасетна класифікація причин виникнення кризових явищ
в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі**

Причини виникнення криз		За природою походження	
		об'єктивні	суб'єктивні
За джерелом виникнення	Екзогенні (зовнішні)	природно-кліматичні; екологічні; політичні; збройні конфлікти; економічні; техногенні; законодавчі; науково-технічні; соціально-демографічні	споживчі; конкурентні; постачальницькі
	Ендогенні (внутрішні)	непередбачувані техніко-технологічні проблеми; перебої в постачанні сировини, матеріалів, електроенергії, житлово- комунальних послуг; невідповідність технічного рівня виробництва технічному рівню інновацій; негативні результати НДКР	виробничі; фінансові; технологічні; матеріально-технічні; організаційні; маркетингові; кадрові; інформаційні; іміджеві; управлінські

Джерело: розроблено авторами

Наслідок кризи представляє собою результат дії причини. На відміну від причини, наслідок завжди містить в собі новий зміст. Отже причина не існує до наслідку.

Кухта В. П. виокремлює позитивні і негативні наслідки кризи: «1) оновлення, оздоровлення, перебудова соціально-економічної системи або її руйнування, виникнення нової кризи; 2) загострення або послаблення кризи; 3) різкі зміни в соціально-економічній системі або м'який вихід з кризи; 4) довгострокові, короткострокові, якісні, кількісні зміни (або разом); 5) незворотні або зворотні зміни» [3].

Дискусійною є розмежування наслідків криз на позитивні і негативні, а також віднесення якісних змін до негативних наслідків, а кількісних – до позитивних. Кількісні і якісні зміни тісно пов'язані з розвитком підприємства. Кількісні зміни – це збільшення або зменшення складових частин підприємства, а якісні зміни – перетворення структури і функцій підприємства, його частин і елементів. Якісні зміни не завжди супроводжуються зміною кількісних характеристик. Рушійною силою будь-яких змін є суперечності. Суперечності, що визначають кількісні зміни, обумовлені відносинами з навколишнім середовищем, а внутрішні суперечності між елементами відіграють основну роль в якісних змінах. Формами розвитку будь-яких систем, явищ, процесів може бути прогрес – розвиток від «нижчого» до «вищого» (позитивний розвиток) і регрес – розвиток від «вищого» до «нижчого» (негативний розвиток).

Отже наслідки кризи можуть бути позитивними, негативними та нейтральними. Позитивні наслідки кризи характеризуються поліпшенням якісних і кількісних параметрів розвитку підприємства (прогресивний розвиток від «нижчого» до «вищого»), адаптацією до зовнішнього середовища, здатністю протистояти негативному впливу зовнішнього середовища, зростанням потенціалу та підвищенням життєздатності. Протилежність – це негативні наслідки впливу кризи. І нейтральні наслідки кризи характеризуються відсутністю якісних і кількісних змін.

Вихід із кризи не завжди пов'язаний з позитивними наслідками. Неможна виключати перехід до нової кризи, яка може бути більш глибокою і тривалою. Іноді кризи можуть виникати як ланцюгова реакція. Різні наслідки кризи визначаються не тільки її характером, але і антикризовим управлінням, яке може пом'якшувати кризу або загострювати її. Можливості управління кризовими явищами залежать від мети, професіоналізму, мистецтва, мотивації, розуміння причин і наслідків, відповідальності.

У табл. 3 наведено трактування сутності поняття «антикризове управління».

Трактування сутності поняття «антикризове управління»

Автор, джерело	Визначення
Балаш Л. Я., Бінерт О. В., Лисюк О. В. [7]	«Антикризове управління підприємством як система являє собою комплекс заходів стратегічного спрямування, що допомагають усунути проблеми, що виникають у його діяльності».
Болотнов Д. Г. [8]	«Антикризове управління – це управління, спрямоване на уникнення та нейтралізацію ознак кризи в господарській діяльності підприємств, а також на адаптацію системи управління до змін в зовнішньому середовищі підприємства, що сприятиме сталому розвитку».
Ладунка І. С., Андрюшина О. І. [9]	«Антикризове управління представляє собою комплекс інструментів зовнішнього і внутрішнього впливу на підприємство, яке проявляє ознаки кризового стану або знаходиться в кризі».
Порєбняк А. Ю. [4]	«Антикризове управління – це організований процес, що відрізняється від традиційного за характером прийняття управлінських рішень, стилями, об'єктами, функціями та системою заохочень і спрямований на виявлення, недопущення та усунення кризових явищ на стратегічному та тактичному рівнях з метою забезпечення функціонування та розвитку підприємства».
Шатілова О. В. [5]	«Антикризове управління організацією спрямоване на недопущення появи та запобігання потенційних кризових явищ, а також є підґрунтям забезпечення інноваційного розвитку організації...».

Джерело: складено авторами з використанням [4; 5; 7-9]

Узагальнення вищенаведених трактувань дозволяє виокремити такі підходи до розуміння сутності поняття «антикризового управління, як: 1) невід'ємна складова системи управління підприємством [8]; 2) комплекс заходів стратегічного спрямування [7]; 3) інструменти зовнішнього і внутрішнього впливу [9], які застосовується лише на період подолання кризового стану [4; 5; 8] тощо.

Отже, під антикризовим управлінням пропонується розуміти сукупність методів, інструментів і заходів, спрямованих на моніторинг, виявлення, діагностику, локалізацію та упередження виникнення кризових явищ, подолання негативних наслідків їх впливу на діяльність підприємства з метою забезпечення його стабільного функціонування та розвитку.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Таким чином, критичний аналіз підходів до розуміння сутності понять «криза» та «антикризове управління», узагальнення та систематизації кризоутворюючих чинників і наслідків їх впливу на діяльність туристичного і готельно-ресторанного бізнесу дали змогу уточнити сутність поняття «антикризове управління», яке, на відміну від існуючих, представляє собою сукупність методів і інструментів, дія яких спрямована на моніторинг, виявлення, діагностику, локалізацію та упередження виникнення кризових явищ з метою забезпечення стабільного функціонування та розвитку підприємства. Напрямами подальших досліджень авторів є удосконалення теоретико-методичного інструментарію антикризового управління туристичним і готельно-ресторанним бізнесом.

Список використаних джерел

1. Жадан Т. А., Жадан Ю. В., Соколова Є. Б. Сучасні тенденції та основні проблеми розвитку підприємств готельного господарства в Україні. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2022. Вип. 101, Ч. 2. С. 234–246.
2. Дубас А. О., Юріак Г. В. Фінансова криза в Україні: оцінка наслідків та шляхи подолання. *Розвиток економіки країни: можливості, проблеми, перспективи* : збірник матеріалів Міжн. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 20-21 січня 2017 р.). Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2017. С. 73–75.
3. Кухта П. В. Кризи, їх причини та наслідки. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1439> (дата звернення: 25.02.2023).

4. Погребняк А. Ю. Механізм антикризового управління на підприємствах машинобудування : автореф. дис. ... канд. економ. наук. : 08.00.04. Київ : НТУ «КПІ», 2016. 24 с.
5. Шатілова О. В. Кризові явища як об'єкт управління. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 1. С. 135–159.
6. Жадан Т. А., Мелень О. В., Якименко-Терещенко Н. В. Банкрутство підприємства: сутність поняття та основні ризик-фактори його виникнення в готельно-ресторанному бізнесі. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 37. С. 243–250.
7. Балаш Л. Я., Бінерт О. В., Лисюк О. В. Особливості антикризового управління підприємствами. *Прызозвський економічний вісник*. 2019. Вип. 3. С. 136–140.
8. Болотнов Д. Г. Особливості антикризового управління вітчизняними підприємствами. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 171–176.
9. Ладунка І. С., Андрюшина О. І. Антикризове управління підприємством. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 278–281.

References

1. Zhadan, T.A., Zhadan, Yu.V., Sokolova, Ye.B. (2022). Suchasni tendentsii ta osnovni problemy rozvytku pidpriemstv hotelnoho hospodarstva v Ukraini [*Current trends and main problems of the development of hospitality enterprises in Ukraine*]. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho natsionalnoho universytetu sadivnytstva – Collected Works of Uman National University of Horticulture*, Vols. 101, Ch.2, pp. 234-246. [in Ukrainian].
2. Dubas, A.O., & Yuriiak, H.V. (2017). Finansova kryza v Ukraini: otsinka naslidkiv ta shliakhy podolannia [*Financial crisis in Ukraine: assessment of consequences and ways of overcoming*]. *Rozvytok ekonomiky krainy: mozhlyvosti, problemy, perspektyvy: zbirnyk materialiv Mizhn. nauk.-prakt. konf. – Development of the country's economy: opportunities, problems, prospects: a collection of materials International science and practice conf.* (pp. 73-75). Zaporizhzhia: HO "SIEU". [in Ukrainian].
3. Kukhta, P.V. (2012). Kryzy, yikh prychny ta naslidky [*Crises, their causes and consequences*]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 10. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1439> [in Ukrainian].
4. Pohrebniak, A.Yu. (2016). Mekhanizm antykryzovoho upravlinnia na pidpriemstvakh mashynobuduvannia [*The mechanism of crisis management in engineering companies*]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv: NTU "KPI". [in Ukrainian].
5. Shatilova, O.V. (2020). Kryzovi yavyscha yak ob'iekt upravlinnia [*Effective publishing: management and organization features*]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 1, pp. 135-159. [in Ukrainian].
6. Zhadan, T.A., Melen, O.V., Yakymenko-Tereshchenko, N.V. (2019). Bankrutstvo pidpriemstva: sutnist poniattia ta osnovni ryzyk-factory yoho vynyknennia v hotelno-restorannomu biznesi [*Bankruptcy of the enterprise: the essence of the concept and the main risk factors of its arising in the hotel and restaurant business*]. *Infrastruktura rynku - Market infrastructure*, 37, pp. 243-250 [in Ukrainian].
7. Balash, L.Ya., Binert, O.V., Lysiuk, O.V. (2019). Osoblyvosti antykryzovoho upravlinnia pidpriemstvamy [*Features of anti-crisis management of enterprises*]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk - Pryazovsky Economic Bulletin*, 3, 136-140. [in Ukrainian].
8. Bolotnov, D.H. (2022). Osoblyvosti antykryzovoho upravlinnia vitchyznianymy pidpriemstvamy [*Features of anti-crisis management of domestic enterprises*]. *Innovation and Sustainability - Innovation and Sustainability*, 2, pp. 171-176. [in Ukrainian].
9. Ladunka, I.S., & Andriushyna, O.I. (2017). Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom [*Crisis managemt of enterprises*]. *Ekonomika i suspilstvo - Economy and society*, 8, pp. 278-281. [in Ukrainian].

ZHADAN Tetiana, the Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor Department of Tourism and Hospitality business, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute";

ALEKSANDROVA Viktorija, the Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor Department of Tourism and Hospitality business, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute";

STRYGUL Larysa, the Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor Department of Tourism and Hospitality business, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".

ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE TOURIST AND HOSPITALITY BUSINESS: THEORETICAL ASPECT

Abstract. *The purpose of the study is to clarify the essence of the concept of "anti-crisis management" from the standpoint of reactive and proactive approaches to the management of crisis phenomena in the tourism and hospitality business.*

Methods. *The research used general scientific and special methods of cognition: abstraction, concretization, morphological analysis - to determine the essence of the concepts "crisis" and "anti-crisis management"; generalization, systematization - to form a classification of crisis-forming factors.*

Results. *The article analyzes approaches to understanding the essence of the concept of "crisis", according to which a crisis is associated with danger, a sharp break, decline, instability, aggravation of contradictions in the socio-economic system, which can lead to the onset of negative or positive consequences.*

It has been established that the reasons for their occurrence and consequences are important for understanding the essence of the concept of "crisis". The reasons for the emergence of crisis phenomena in the tourism and hospitality business are the discrepancy between the state and the needs of the development of economic entities and the external environment. The entire set of reasons for the occurrence of crisis phenomena in the tourist and hotel-restaurant business are grouped according to two characteristics: the nature of origin and the source of occurrence. By nature of origin, crises can arise for objective and subjective reasons. The source of crisis phenomena in the tourist and hospitality business can be exogenous (external) and endogenous (internal) factors.

The consequences of the crisis can be positive, negative and neutral. The positive consequences of the crisis are characterized by the improvement of the qualitative and quantitative parameters of the enterprise's development, adaptation to the external environment and the ability to resist its negative impact, growth of potential and increase of viability. The opposite is the negative consequences of the impact of the crisis. Neutral consequences of the crisis are characterized by the absence of qualitative and quantitative changes.

The following approaches to understanding the essence of the concept of "anti-crisis management" are distinguished: 1) an integral component of the enterprise management system; 2) a set of measures of strategic direction; 3) tools of external and internal influence, which are used only for the period of overcoming the crisis, etc.

Scientific novelty. *The essence of the concept of "anti-crisis management", which, unlike the existing ones, is a set of methods, tools and measures aimed at monitoring, detection, diagnosis, localization and prevention of the occurrence of crisis phenomena, overcoming the negative consequences of their impact on the enterprise's activities in order to ensure its stable functioning and development.*

The practical significance *of the obtained results lies in the further development of theoretical provisions and practical recommendations of anti-crisis management of the tourist and hospitality business.*

Key words: *crisis; anti-crisis management; causes and consequences of crisis phenomena; tourist and hospitality business.*

*Одержано редакцією: 27.02.2023 р.
Прийнято до публікації: 07.03.2023 р.*

УДК 332.1:330.4

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-130-136

СЕМЕНОВ Василь Федорович,
доктор економічних наук, професор,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0003-2963-7438

СФЕРА ТУРИЗМУ У ВІДНОВЛЮВАЛЬНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

***Анотація.** Стаття присвячена актуальним питанням відновлення і оновлення процесів функціонування туристичних підприємств на ринку під час війни і у повоєнний період. Розглянуто зміст відновлення діяльності підприємств туристичної індустрії у складних умовах продовження військових дій. Підкреслюється що ринок туристичних послуг формується, відновлюється, розвивається і продукує появу нових видів туризму, у тому числі й у найбільш постраждалих від бойових дій регіонах. Показано, що сфера туризму у повоєнний мирний час завдяки впровадженню інновацій, цифровізації і екологічним технологіям має шанс стати потужним чинником позитивних змін у конкурентній стратегії відновлення національної економіки і регіонального розвитку України.*

***Ключові слова:** сфера туризму, розвиток туризму, види туризму модернізація туризму, діджиталізація туризму, конкурентні стратегії, туризм солідарності, чинники розвитку.*

Постановка проблеми. Сфера туризму як невід’ємна частин життя суспільства багатьох країн являє собою третину світової торгівлі послугами і є однією з найбільш конкурентних високодохідних і таких що динамічно розвиваються галузей економіки багатьох країн. В силу політичних, економічних і соціальних проблем розвиток сучасного туризму уповільнився і має значно менші показники ніж у минулому десятилітті. Це обумовлено безпосереднім впливом: світової пандемії COVID-19 2020-2021 років, що призвела до обмеження та скорочення туристичної галузі [1]; масштабних військових дій проти нашої держави, які почались у 2022 році і продовжуються зараз, і які заподіяли економіці країни в цілому і туризму, зокрема, значних змін і нищівних втрат. Війна в Україні вдарила й по світовому туризму і світовій економіці. В ООН вже спрогнозували, якщо війна в Україні затягнеться на рік і більше, то глобальна індустрія туризму може втратити щонайменше 14 мільярдів доларів. У 2022 році, окрім туристичної галузі України, з негативними наслідками зіткнулися деякі близькосхідні країни через різке скорочення найпопулярніших напрямків для туристів з України та РФ – Єгипет, Туреччина, ОАЕ, країни Європи [2]. За таких обставин перед науковцями, управлінцями, власниками туристичного бізнесу постає питання: чи можливим є відновлення туризму після війни? Науковці вбачають відновлення туризму у пошуку принципово нових концепцій і нових видів туризму, оновлених методів, принципів. і дієвих інструментів управління туристичними й інфраструктурними ресурсами і дестинаціями, здійснення модернізації видів туризму, виявлення нових джерел надходжень, встановлення ефективного зв’язку між потребами ринку туристичних послуг та секторами туристичної індустрії [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій останніх років. Проблематиці розвитку туризму в період криз і руйнувань присвячені наукові праці багатьох дослідників. У більшості таких публікацій розглядаються перспективи розвитку туризму у повоєнний час. На особливу увагу заслуговують праці таких вітчизняних вчених, як Антонюк Л. Л. [12], Бойко В. О. [7], Гражевська Н. І. [11], Каднічанський Д. [8], Капліна А. С. [4], Кушнар'єв В. [9], Непочатенко В. О. [1], Павлиш О. [5], Приймакова Ю. А [14],

Приседська В. [2], Романюк І. А. [13], Сущенко О. А. [10], Фастовець О. О. [3], Шепелюк С. І. [6] та багатьох інших науковців. Разом з тим, у представлених працях мало уваги приділено чинникам відновлювальної стратегії галузі, недостатньо обґрунтовані джерела економічного зростання економіки туризму України у близькій та майбутній перспективі.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сфері туризму потребують нових досліджень питання економічного та фінансового відродження сфери туризму, структуризації туристичної галузі – народження нових видів подорожей та відпочинку, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності і ефективності процесів туристичного бізнесу. Залишаються малодослідженими питання теорії і методики розвитку інноваційного, цифрового туризму. Саме тому дослідження туристичної діяльності України у її модерновому форматі з новітніми видами туризму є актуальною і перспективною темою для формування відновлювальної стратегії туристичного бізнесу.

Мета і завдання дослідження. Мета статті полягала у аналізі стану сфери туризму як важливого складника відновлювальної стратегії національної економіки України. Завданням є дослідження основних чинників та особливостей суспільної підтримки нових видів і напрямків туризму і тих суб'єктів бізнесу що їх культивують в Україні в умовах сучасних викликів та внутрішніх і зовнішніх загроз.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останнє десятиліття туризм і його інфраструктурні сегменти, як і в цілому національна економіка України, постають перед постійними викликами глобального і національного рівнів. У складних умовах України, пов'язаних з російською військовою агресією, сповільнення розвитку національної економіки є неминучим, а обмеження діяльності окремих галузей очевидним. Сьогодні в Україні одним із пріоритетів державної стратегії в туристичній сфері виступає внутрішній туризм коли держава, активно застосовуючи державне регулювання для розбудови туризму, визнаючи його позитивну роль у розвитку національної економіки має у різний спосіб заохочувати кредити для будівництва інфраструктурних об'єктів, іноземні інвестиції у розбудову привабливих туристичних дестинацій з великими сучасними готелями [3].

Потрібні стратегічні розробки, детально розроблена дорожня карта для відбудови і реформування туристичних систем, коригувальні заходи з реалізації завдань щодо відновлення туристичного бізнесу в післявоєнний період, особливо у регіонах, що постраждали від воєнних дій, терористичних ворожих нападів. Окрім галузей переживають кризу і навіть зникають деякі види туризму [4]. Натомість є сподівання що будуть набирати вагу туристичні подорожі до місць, пов'язаних з воєнними подіями, які були популярні завжди й в усіх країнах з розвинутим туризмом. Дослідження різних авторів з цього приводу існували ще до початку російсько-української війни, але поки що не існує єдиних термінології і класифікації мілітарних видів туризм [5]. Шлях відновлення туристичної сфери після занепаду, спричиненого воєнними конфліктами пройшли багато країн, таких як Боснія і Герцеговина, Хорватія, Чорногорія, Сербія, Ізраїль та ін., де одним із видів відродження був «темний» туризм [6]. Негативні тенденції у вищеперерахованих країнах є значно меншими у порівнянні з тими, що трапилися в Україні з її туристичним ринком під час військової агресії з боку Росії. Більша частина готельного бізнесу знищена частково або перепрофільована під потреби внутрішньо переміщених осіб для проживання. Якщо розглядати туристичні продукти зі сфери міжнародного туризму, то в Україні ця галузь повністю заморожена. Відомим на сьогодні є приклад розвитку туризму у Хорватії, який практично припинився у 1990-х рр. під час війни. Однак розвиток рейсів бюджетних авіаліній, дешеве житло, відкриття пляжів і запуск круїзних маршрутів допомогли розвивати туризм пізніше, вже у 2000-і. Іноземні інвестиції поступово стали надходити до країни, а держава зайнялася промоцією туристичних напрямків за кордоном [7]. Прийнятною і уніфікованою можна назвати класифікацію воєнного туризму де розмежовують дефініції «воєнний» та «військовий» і вказують, що поняття «воєнний» (стосується війни, пов'язаний з

нею) є набагато ширшим за «військовий» (стосується війська, військово-службовця). А пріоритетним об'єктом для розвитку туризму є саме війна та її наслідки, тому і туризм, який має місце на основі воєнних подій та має більш широкий спектр ресурсного забезпечення має називатись воєнним. Найбільш перспективним для воєнного (мілітарного) туризму є воєнно-історичний туризм, що передбачає відвідування оборонних споруд, місць битв, пам'ятників, військових поховань, меморіальних комплексів та музеїв. [8]. Поруч з цим існують підходи, в яких військовий туризм ототожнюють з мілітарі-туризмом і описують його як частину сегменту спеціалізованого туризму, що містить елементи розважального, пригодницького, екстремального та пізнавально-історичного туризму, та включає в собі продукти, які стосуються військового обладнання та знання історичних подій. Також вони виокремлюють інші підвиди цього виду туризму [9]. В цілому ж вчені сходяться на думці, де мілітарний (воєнний) туризм, поділяють на три групи: воєнно-історичний, військовий (військово-пригодницький) та військовоподієвий [8]. Україна володіє значним ресурсним потенціалом для розвитку всіх трьох груп воєнного туризму. Поза сумніву, що багато територій у повоєнний час сформують значний потенціал і будуть створені новітні дестинації мілітарного туризму.

За показником придатності для туризму територію країни поділили на придатні, малоприсадибні і непридатні в найближчій перспективі (5 років) території активних бойових дій, польові фортифікації які можливо використовувати як високоатрактивні об'єкти, які частково можна музеєфікувати [9]. У повоєнний час, за умов подолання проблем із розмінування та відновлення інфраструктури, можна створити значний туристичний потенціал, унікальні туристичні воєнні дестинації й меморіали.

У воєнному туризмі у малоприсадибних та непридатних для відвідування територіях доцільним може бути використання віртуального туризму, який ймовірно стане одним з напрямів туристичної індустрії у повоєнний період ще через пограбування колекцій багатьох музеїв, руйнування їхніх приміщень, псування екологічного становища у національних парках і заповідниках [2].

Значний вплив на відновлення і розвиток сфери туризму в Україні з часом матиме діджиталізація як поєднання потреб бізнесу та інновацій. Діджиталізація – це глибинне проникнення цифрових та інноваційних технологій до бізнесу в цілому та до конкретних бізнес-процесів підприємства [11; 13]. Цифрова трансформація може бути головною конкурентною перевагою. Відомо, що підприємства, які активно впроваджують процеси діджиталізації у своєму бізнесі, мають серед інших певні переваги, а саме: – 78 % краще впроваджують нові товари чи послуги або організують новий бізнес; – 62 % виходять на ринок швидше завдяки цифровому маркетингу та персоналізації; – 60 % ефективніше управляють витратами завдяки бюджетним технологічним експериментам. Так у ресторанах діджиталізація – це новий підхід до ведення бізнесу, коли офіціанти приймають замовлення в реальному часі та допомагають гостям із вибором страв через відеозв'язок і коли віртуальний гість має можливість дистанційно насолодитися певними етапами ресторанного обслуговування [13].

У туризмі все більшої популярності набуває використання інтелектуального сервісного потенціалу – ambient-технології, системи прийняття рішень, і автономні агенти пошуку та роботи з даними [12; 13]. Складником стратегічного розвитку є концепція «розумного туризму» («smart tourism»). Туризм, який отримав назву розумного, підтримує розвиток інфраструктури інформаційно-комунікаційних технологій з метою впровадження інновацій, підвищення туристичного досвіду, конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери та окремих напрямів, зростання доданої вартості і підвищення конкурентоспроможності на ринку [14]. З огляду на іноземний досвід відновлення туризму після воєнних конфліктів, саме технології стають драйвером функціонування туристичних компаній, визначальним чинником залучення та утримання туристів, туристичних потоків та надходжень до бюджету від сфери туризму [7; 14]. Відновити українську інфраструктуру

допоможе розвиток екотуризму як стратегічна основа майбутнього країни, як підґрунтя сталого розвитку.

Висновки і перспективи подальших розробок. Військовий конфлікт призвів до руйнування туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України, втрати іноземних туристів, заборони використання повітряного простору та інших негативних наслідків. Попри це туризм в Україні навіть під час війни має шляхи для розвитку. Він продовжує функціонувати, проте має тенденції до змін: коригуються туристичні маршрути; формуються нові або модернізуються існуючі види туризму. Отже, перспективи відновлення, оновлення і розвитку туризму у повоєнний період є невідворотними. Після війни туризм як галузь повинна продовжувати розвиватись за будь-яких обставин, орієнтуючись, головним чином, на внутрішнього споживача і розвиток внутрішнього туризму. Для цього слід у програми післявоєнного відновлення національної економіки, створюваних українським Урядом, включити розвиток операторів і агентів туризму в Україні; налаштування взаємодії з міжнародними операторами та агентами туризму; проводити інформаційні кампанії та маркетингові заходи з поширення туристичних послуг. Необхідно розширювати впровадження таких інноваційних рішень у туристичному бізнесі, як використання діджиталізації, інших інноваційних технологій, розробити туристичні програми по місцях військової слави ЗСУ, працювати над відновленням туристичної інфраструктури, просувати нестандартні формати туризму, відкривати національні офіси туризму в інших країнах. Практичне значення дослідження полягає в застосуванні запропонованих напрямів розвитку туризму для туристичних компаній, що відновлюватимуть або оновлюватимуть свою діяльність у повоєнний період.

Список використаних джерел

1. Непочатенко В. О. Covid-19 і туризм : аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. с. 45
2. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. *bbc.com*, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>. (дата звернення: 17.03.2023).
3. Фастовець О. О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. *Зб. наук. праць* 2022. №. 3(80), С. 87–97. DOI: 10.31375/2226-1915-2022-3-87-97.
4. Капліна Т. В., Капліна А. С. Індустрія гостинності України: тенденції розвитку. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. *Зб. наук. праць* 2021. № 27. С. 116–127. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/index> (дата звернення: 17.03.2023).
5. Павлиш О. Через війну надходження до держбюджету від туристичної галузі впали до 18%. *epravda.com.ua*, 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142>. (дата звернення: 19.03.2023).
6. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2013. 17. 263
7. Бойко В. О., Далевська Н. М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світ. *Управління змінами та інновації*. 2022 №3, С. 5–10.
8. Каднічанський Д., Каднічанська М. Мілітарний туризм : проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. *Матеріали V Наукової міжнародної конференції* (Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. С. 132–135.
9. Кушнарьов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. 1. С. 107–118.
10. Сущенко О. А., Кравченко В. В. Становлення віртуального туризму як напряму розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. *Комунальне господарство міста*. 2018. Вип. 140. 19–24.

11. Гражевська Н. І., Чигиринський А. М. Цифрова трансформація економіки в умовах посилення глобальних ризиків і загроз. *Економіка та держава*. 2021. 53–57.
12. Антонюк Л. Л., Ільницький Д. О., Лігоненко Л. О., Денисова О. О. та ін. Цифрова економіка: Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на людський капітал та формування компетентностей майбутнього : *Монографія*. Київ : КНЕУ. 2021. 337 с.
13. Романюк І. А. Характеристики основних компонентів діджиталмаркетингової стратегії компанії. Управління розвитком соціально-економічних систем. *Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 червня 2022 р.* 2022. С. 379–381.
14. Приймакова Ю. А. Дослідження зарубіжного досвіду відновлення національної економіки в постконфліктний період. *Менеджер*. 2020. 3 (88). 153–160.

References

1. Nepochatenko, V. (2020). Covid-19 i turyzm: analiz sytuatsii ta ekonomichni shliakhy vykhodu z kryzy. *Efektivna ekonomika [Covid-19 and tourism: analysis of the situation and economic ways out of the crisis. Efficient economy]*. no. 7. pp. 45. [in Ukrainian].
2. Prysedska, V. (2022). *Yak perezhyvaye viynu turystychna haluz [How the tourist industry survives the war]*. Retrieved from: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>. [in Ukrainian].
3. Fastovets, O.O. (2022.). *Turyzm v Ukraini v umovakh voiennoho stanu. [Tourism in Ukraine during military]*. *Zbirnyk naukovykh prats "Development of transport management and management methods"*. no.3(80), pp. 87-97. DOI: 10.31375/2226-1915-2022-3-87-97. [in Ukrainian].
4. Kaplina, T.V., Kaplina, A.S. (2021). *Industriia hostynnosti Ukrainy: tendentsii rozvytku. [Hospitality industry of Ukraine: development trends]* *Zbirnyk naukovykh prats "Problems and prospects of entrepreneurship development"*. no.27. pp. 116-127. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/index>.
5. Pavlysh, O. (2022). *Cherez viynu nadkhozhenyia do derzhbyudzhetu vid turystychnoyi haluzi vpaly do 18% [Due to the war, revenues to the state budget from the tourism industry fell to 18%]*. Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142>. [in Ukrainian].
6. Shepeliuk, S.I. (2013). *Osoblyvosti stanovlennia ta rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini [Features of the formation and development of the tourism industry in Ukraine]*. *Visnik DITB. [Herald of DITB]*. no.17. pp. 263. [in Ukrainian].
7. Boiko, V.O., Dalevska, N.M. (2022). *Rozvytok turyzmu pislia zbroinykh konfliktiv u riznykh krainakh svit. [Development of tourism after armed conflicts in different countries of the world. Change management and innovation]*. no. 3. pp. 5-10. [in Ukrainian].
8. Kadnichanskyi, D., Kadnichanska, M.M (2020). *Militarnyi turyzm: problematyka terminologii ta klasyfikatsii [Military tourism: issues of terminology and classification]*. *Proceedings of the Materialy V Naukovoї Mizhnarodnoi konferentsii [Geography, economy and tourism: national and international experience]*. (Lviv, 9 zhovtnia 2020). Lviv. pp. 132-135. [in Ukrainian].
9. Kushnarov, V, Polishchuk, O. (2018). *Militari-turyzm yak innovatsiinyi napriamok eksterymalnoho ta piznavalno-rozvezhalnoho turyzmu. [Military tourism as an innovative direction extreme and educational and entertainment tourism]*. *[Bulletin of the Kyiv National University of Culture and Arts]*. no.1. pp. 107-118. [in Ukrainian].
10. Sushchenko, O.A., Kravchenko, V.V. (2018). *Stanovlennia virtualnoho turyzmu yak napriamu rozvytku informatyzatsii diialnosti turystychnoho pidpriemstva [The formation of virtual tourism as a direction of development of the informatization of the activity of a tourist enterprise. Communal economy of the city]*. no.140. pp. 19-24. [in Ukrainian].
11. Hrazhevska, N.I., & Chyhyrskyi, A.M. (2021). *Tsyfrova transformatsiia ekonomiky v umovakh posylennia hlobalnykh ryzykiv i zahroz [Digital transformation of the economy under*

conditions of amplification global risks and threats. Economy and the state]. no. 8. pp. 53-57. [in Ukrainian].

12. Antoniuk, L.L., Ilnytskyi, D.O., Lihonenko, L.O., & Denisova, O.O. at al. (2021). Tsyfrova ekonomika: Vplyv informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na liudskyy kapital ta formuvannya kompetentnosti maibutnoho [*Digital economy: The impact of information and communication technologies on human capital and the formation of future competencies*]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].

13. Romaniuk, I.A. (2022). Kharakterystyky osnovnykh komponentiv didzhytalmarketynhovoyi stratehiyi kompaniyi [*Characteristics of the main components of the company's digital marketing strategy. Upravlinnya rozvytkom sotsialno-ekonomichnykh system [Management of the development of socio-economic systems]: mater. VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 15-16 chervnya. 379-381*] [in Ukrainian].

14. Pryimakova, Yu.A. (2020). Doslidzhenniazarubizhnoho dosvidu vidnovlennia natsionalnoi ekonomiky v postkonfliktnyi period [*Study of the foreign experience of restoring the national economy in the post-conflict period*]. Manager.no. 3 (88). Pp. 153-160. Retrieved from: <https://doi.org/10.35340/2308-104X.88-3-15> [in Ukrainian].

SEMENOV Vasyl, Doctor of Economic Sciences, Professor, Odessa National Maritime University.

THE PLACE OF TOURISM IN THE RECOVERY STRATEGY OF THE DEVELOPMENT ECONOMY OF UKRAINE

Abstract. *The article is devoted to topical issues of restoration and renewal of the processes of operation of tourist enterprises on the market. The content of the restoration of the activity of tourist enterprises in the difficult conditions of the continuation of military operations is considered, it is emphasized that the market of tourist services is formed, restored, developed and produces the appearance of new types of tourism in the relevant territory thanks to various acts of reproduction and renewal in this space. It is shown that the field of tourism itself in peacetime is a factor in changing the competitive strategy of the economy and regional development of Ukraine.*

Methods. *The aim of the article is to substantiate the theoretical, methodological and practical aspects of cruise tourism, study its state, reveal its role in ensuring sustainable development and provide practical recommendations for further growth of the potential of the cruise industry.*

Results. *The questions of the economic and financial revival of the tourism sphere and the birth of new types and methods of travel and recreation are revealed. It is emphasized the need to modernize tourism, update the methods and principles of management of tourist and infrastructure resources, taking into account the conditions of modern challenges, threats and the introduction of digitalization as a management tool, improvement of tourist business processes.*

Scientific novelty. *The key aspects of the impact of digitalization on the development of the economy and tourism in modern conditions are considered. It is proved that ensuring the modernization of types of tourism, as a component of the competitive strategy of the economy in Ukraine, must be carried out by identifying new sources of financial income, establishing an effective connection between the needs of the market of tourist services and sectors of the tourism industry, increasing the efficiency and influence of modern Ukrainian tourism on the gross domestic product due to tourism spending.*

Practical significance. *Given the specificity of tourism and its importance in the national and regional economy, as well as the fact that this sector of the economy covers almost all sectors of the economy and stimulates their development, it is important to determine the competitive advantages that form new species in the tourism industry. The article highlights the most important factors in the development of types of tourism in the post-war period, the economic growth of both*

branches and enterprises of the tourism industry, and the country as a whole, and the prospects for the development of certain types of cruise business in Ukraine are determined.

Key words: *tourism sphere, tourism development, types of tourism, tourism modernization, competitive strategies, solidarity tourism, development factors.*

Одержано редакцією: 13.04.2023 р.

Прийнято до публікації: 27.04.2023 р.

УДК 338.48

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-137-144

ЩОГОЛЄВА Інна Валентинівна,

доцент, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри аварійно-рятувальної, професійно-
прикладної фізичної підготовки та туризму,
Льотна академія
Національного авіаційного університету
ORCID: 0000-0002-4067-6676

СОКОЛОВСЬКИЙ Віктор Анатолійович,

старший викладач кафедри аварійно-рятувальної,
професійно-прикладної фізичної підготовки та
туризму,
Льотна академія
Національного авіаційного університету
ORCID: 0000-0001-8129-9996

ЕМПІРИЧНІ МОДЕЛІ ПЕРЕКОНАННЯ В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність та роль емпіричних моделей переконання споживачів в рекламній діяльності туристського підприємства. Обґрунтовано, що на способи інформування споживачів туристських послуг вплинув розвиток цифрових та інформаційних технологій, який зумовив збільшення інвестицій безпосередньо в методи цифрового просування. Акцентовано увагу на необхідності зусиль туристського підприємства для розуміння психології споживачів з метою забезпечення адресного впливу на них рекламними засобами. Приділено увагу аналізу моделей ієрархії реакцій споживачів на комунікацію. Проаналізовано теоретичні засади традиційних поведінкових теорій, що досліджують моделі переконання з психологічних позицій та запропоновано емпіричні моделі переконання, а саме логічну, асоціативну та новаторську, оскільки використання цифрових технологій дозволяє комплексно підходити до використання запропонованих моделей, що полегшує вибір каналів розповсюдження реклами та обробки отриманої від споживачів інформації.

Ключові слова: туризм, рекламна діяльність, туристське підприємство, традиційні моделі переконання, емпіричні моделі переконання

Постановка проблеми. Перш ніж прийняти рішення про купівлю туристичного продукту, споживачі моніторять інформацію з метою отримання уявлення про туристичні послуги, дестинацію, варіанти проживання й харчування, розваги, які є доступними в дестинації та багато іншої інформації, специфіка та обсяг якої зумовлена видом туризму і особистими потребами та сподіваннями споживачів. Без розуміння поведінки споживачів процес переконання споживачів під час рекламної діяльності туристського підприємства не забезпечить очікуваний результат, оскільки буде абсолютно не зрозуміло де, про що, коли і як можна їх повідомити та як вибудувати відносини зі споживачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням планування рекламної діяльності підприємства приділяється значна увага як закордонних, такі вітчизняних вчених, але концептуальні основи теорії переконань споживачів у сфері маркетингових комунікацій запропоновані переважно західними вченими, такими як: Ф. Котлер та Г. Армстронг [5], С. Мегідс, А. Зорфас і Д. Лімон [8], Ш. Нікерсон [9] та А. Селерс [10], А. Трехім [11]

багатьох інших авторів. Серед вітчизняних авторів проблеми маркетингових комунікацій в туризмі, зокрема й особливості переконання споживачів досліджувались у працях К. Бажеріної [1], О. Братко [2], М. Мальської й Н. Мандюк [6] та інших. Доволі часто увага туристських компаній фокусується на традиційних складових рекламної діяльності, а такий потужний інструмент впливу як моделі переконання залишаються поза їх увагою, або компанії обирають моделі переконання невідповідні цільовій групі, що суттєво знижує ефективність їх рекламної діяльності.

Мета та завдання статті. Метою статті є дослідження сутності та ролі емпіричних моделей переконання споживачів в рекламній діяльності туристського підприємства. Досягнення мети передбачає вирішення наступних завдань: розглянути роль цифрових трансформацій в рекламній діяльності туристських підприємств, визначити найбільш ефективні канали залучення клієнтів, проаналізувати моделі ієрархії реакцій на комунікацію зі споживачами, охарактеризувати емпіричні моделі переконання споживачів та довести доцільність їх використання в рекламній діяльності туристських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комерційний успіх туристських підприємств знаходиться в прямій залежності як від якості та привабливості туристського продукту, так і від того, наскільки ринок туристських послуг є поінформованим щодо наявності того чи іншого туристського продукту та його особливостей. Способи доведення інформації до споживачів потерпали змін, що пов'язано з розвитком цифрових та інформаційних технологій. На теперішній час цифрова трансформація відбувається в діяльності всіх підприємств індустрії туризму.

Згідно з Travel-звітом, який було опубліковано Zenith Business Intelligence, рекламні інвестиції у сфері туризму тринадцяти ключових ринків збільшуються з 24% у 2021 р. до 36% у 2023 році. Варто акцентувати на тому, що значну частину рекламних грошей, яка становить до 62%, отримують саме методи цифрового просування [3].

Така інформація не є евристичною, оскільки останніми роками спостерігається стала тенденція щодо використання цифрових технологій, а також медійних платформ в туристичному бізнесі. Рейтинг каналів залучення клієнтів у 2022 р. представлено в табл. 1.

Таблиця 1

ТОП-канали з залучення клієнтів у 2022 році для B2B та B2C за результатами опитування сервісу HubSpot

ТОП-канали в маркетингу B2B		ТОП-канали в маркетингу B2C	
Канал	%	Канал	%
Social Media	41,5	Social Media	44,9
Website/Blog	40,7	Website/Blog	35
Email	38,3	Email	34,3
Content Marketing	33,4	Influencer Marketing	32,4

**Джерело: розроблено авторами з використанням [4]*

Аналіз таблиці дає змогу констатувати, що найбільш активним та ефективним каналом просування на теперішній час в маркетингу B2B та B2C є соціальні мережі. На значному ефекті їх залучення в рекламній діяльності наголошують С. Мегідс, А. Зорфас і Д. Лімон, які відзначають, що соціальні мережі можуть мати великий вплив на емоційний зв'язок з брендами, компаніями чи продуктами [8]. Відмінності використання форматів B2B та B2C полягають в орієнтації компанії на тривалість відносин між нею та споживачами. У зазначених форматах орієнтація на характер взаємовідносин зі споживачами, а точніше, статус споживачів, впливає на вибір компанією відповідних тактик і стратегій. Але не лише правильно обрані тактики та стратегії будуть впливати на запланований компанією результат. Розуміння психології споживачів та застосування цих знань у розробці рекламної стратегії дозволять масштабувати бізнес та збільшити прибуток [7]. Визначальною у цьому процесі буде, також, подача інформації, яка поєднує контент та атрактивність,

інформативність та доступність, а також її адресність, що вплине на реакцію споживачів при ознайомленні з нею. Рейтинг соціальних медіаплатформ за 2021 р. представлено в табл. 2.

Таблиця 2

**ТОП-5 соціальних медіаплатформ
з рентабельності за 2021 рік за даними HubSpot**

Соціальна медіаплатформа	Рентабельність соціальної медіаплатформи, %
Facebook	21
Instagram	18
Linkedin	14
Тік-Ток	12
You Tube	11

Джерело: розроблено авторами з використанням [4]

Визначення своєї цільової аудиторії вже є першим кроком до успіху, але цей результат і витрачений на нього час буде абсолютно некорисним, якщо, по-перше, компанія сама не буде мати чіткого розуміння, який результат вона хоче отримати, а по-друге, як глибоко може компанія вивчити свою цільову аудиторію, щоб максимально адресно впливати на неї рекламними засобами та збільшувати продажі своїх послуг.

Отже, метою рекламних заходів туристського підприємства є зміна позиції споживача від знайомства з інформацією про туристський продукт до акту його придбання, й чим швидше буде відбуватись цей процес, тим більш ефективними можна вважати зусилля туристського підприємства, що й забезпечить його дохідність.

Існує багато моделей, структур і методологій, які використовуються для покращення процесу продажів і перетворення більшої кількості потенційних клієнтів на лояльних клієнтів. Вони описують усі елементи воронки та шляху клієнта, від першого контакту з брендом до успішної покупки [10].

Ф. Котлер, якого вважають батьком маркетингу, зазначає, що цільова аудиторія може перебувати в будь-якому з шести станів купівельної готовності: обізнаність, знання, схильність, перевага, переконаність і здійснення купівлі [5]. Ці стани мають певну ієрархічність, яка демонструє зміну станів споживача на кожному з ієрархічних рівнів.

Для визначення певної ієрархії результатів з фіксацією кожного зі станів споживача, використовують різноманітні моделі, найбільш відомими з яких є модель AIDA; Левіджа і Стейнера; модель прийняття; модель DAGMAR Рассела Коллі та модель Говарда і Шета [2].

Представлені моделі не є вичерпними й не вирішують всіх питань, пов'язаних з просуванням продуктів туристських компаній, але за допомогою них можна отримати дуже важливу інформацію щодо того, як збільшується чи зменшується кількість споживачів на кожному з етапів: від обізнаності до купівлі, і що вплинуло на їх позитивне чи негативне рішення. До уваги треба брати й те, що шлях кожного покупця є індивідуальним, а це означає, що не кожний з них буде проходити всі етапи, зазначені в тій чи іншій моделі.

В епоху цифрових технологій бренди базують всю свою маркетингову стратегію на моделі AIDA й використовують її, щоб визначити, як вони повинні створювати й поширювати маркетингові повідомлення серед своєї цільової аудиторії на кожному етапі шляху покупця [10].

Реклама, як сукупність засобів впливу на споживача, має декілька рівнів, кожний з яких зорієнтований на певну сферу (табл. 3).

Таблиця 3

Рівні впливу реклами на споживачів

Рівень	Функція рівня	Особливості
Когнітивний	Передача інформації споживачу	передавання відповідного обсягу інформації, відомостей про продукт, його атрибути, вигоди для споживача, сферу застосування
Афективний	Формування ставлення споживача	перетворення інформації на систему настанов і мотивів за допомогою таких інструментів, як часте повторювання тих самих аргументів, логічних доказів, формування сприятливих асоціацій
Сугестивний	Навіювання (переконання)	використовуються психологічні елементи як свідомого, так і підсвідомого характеру, результатом якого може бути переконання, яке створюють без логічних доказів
Конативний	Спонування потенційного споживача до дій	спонування до купівлі, або хоча б до свідомого зважування у думці всіх «за» і «проти»

Джерело: розроблено авторами з використанням [6]

З метою окреслення перспективних напрямків рекламної діяльності туристських підприємств, спрямованої на спонування різних психотипів споживачів придбати певний турпродукт, варто здійснити також аналіз теоретичних засад поведінкових теорій, що досліджують моделі переконання з психологічних позицій.

Вважаємо за необхідне більш ґрунтовно зупинитись на сугестивному рівні, оскільки знайти найбільш впливовий спосіб переконання споживачів щодо доцільності купівлі туристських послуг, є доволі складним етапом в рекламній діяльності туристського підприємства.

На теперішній час активно використовуються різноманітні моделі переконання, представлені в табл. 4. Традиційні моделі переконання споживача є теоретичними рамками, які допомагають розуміти, як споживачі формують своє відношення до турпослуг, брендів, DESTINAЦІЙ та інших аспектів споживчого середовища.

Таблиця 4

Характеристика моделей переконання споживачів

Моделі переконання	Сутність моделі	Фактори	Умови застосування
Модель ймовірності використання	Модель заснована на припущенні, що споживачі розглядають певні фактори	Переваги; витрати; соціальний вплив	Оцінка ймовірності придбання товару чи послуги
Модель розумових переконань	Поведінка споживача залежить від його намірів	Переконання; суспільні норми	Вірогідність успіху або невдачі у виконанні певних дій
Модель планованої поведінки	Розширює теорію розумових переконань	Сприятливість контролю	

Джерело: розроблено авторами з використанням [9]

Представлені моделі орієнтуються на ймовірнісні результати від впливу на споживачів на основі припущення того, що, по-перше, споживачі раціонально підходять до прийняття рішення про купівлю на основі аналізу різноманітних чинників, по-друге, споживачі знаходяться під впливом соціуму, в якому знаходяться, і по-третє, мають певні наміри, які намагаються реалізувати.

Отже, важливою складовою переконання споживача потребує від туристичної компанії застосування певного інструментарію. В якості таких інструментів можемо запропонувати т емпіричні моделі переконання, зокрема, новаторську, логічну та асоціативну, застосування яких може підвищити вірогідність позитивного рішення споживача про купівлю туристичного продукту (рис. 1). Вибір такої назви групи моделей зумовлено тим, що емпіричні моделі сприяють більшій ймовірності традиційних та відображують більш тісний зв'язок між туристською компанією та споживачами.

Як видно на рис. 1, запропоновані моделі ранжуються від логічної, яка є більш класичною та може сприйматись як спадкоємиця моделей ієрархії реакцій на комунікацію; через асоціативну, яка ґрунтується на тих відчуттях і враженнях, які сформувались у споживача під час ознайомлення й усвідомлення ним інформаційного повідомлення щодо туристської компанії чи її продукту; до новаторської, яка є повною протилежністю логічної моделі.

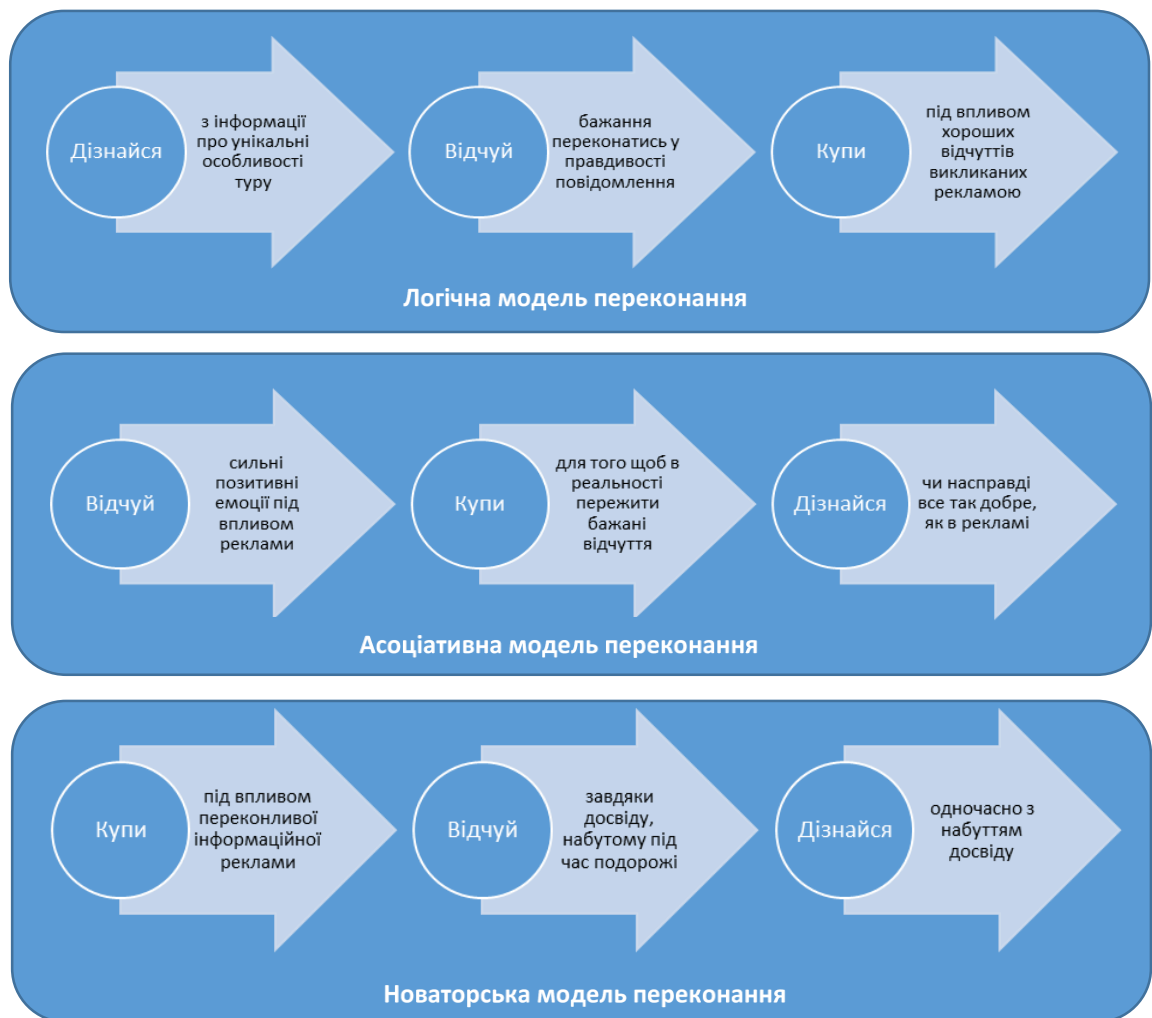


Рис. 1 Емпіричні моделі переконання споживача

Джерело: розроблено авторами

На нашу думку, ці моделі враховують і певний наявний туристський досвід споживача, оскільки він може впливати на вибір моделі прийняття рішення про купівлю туристського продукту. Новаторська модель передбачає набуття досвіду вже після здійснення подорожі, тож на етапі прийняття рішення щодо купівлі туру споживачем, туристському підприємству доведеться докласти максимум зусиль для матеріалізації і візуалізації інформації про тур, його особливості, щоб у споживача сформувалось відчуття того, що він має вичерпну інформацію про дестинацію та послуги, які буде отримувати і,

таким чином, зімітувати досвід, якого в нього нема, але який, завдяки сформованим почуттям і враженням, є мотивом для усунення невпевненості у виборі та інших бар'єрів до подорожі.

Вважаємо за необхідне акцентувати увагу на тому, що запропоновані моделі відображають, на якому етапі споживач приймає рішення про купівлю туристичного продукту, що дозволить виявити гетерогенні ознаки в межах кожної з цільових груп та відповідним чином корелювати зі змістом і форматом самого інформаційного повідомлення і каналом його розповсюдження. Особливо зауважуємо на тому, що використання цифрових технологій дозволяє комплексно підходити до використання запропонованих моделей, оскільки цифрові технології дозволяють їх використовувати в межах одного звернення до різних категорій споживачів, що полегшує вибір каналів його розповсюдження та обробки отриманої інформації.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Цифрові трансформації відіграють важливу роль у рекламній діяльності туристичного підприємства, оскільки цифрові платформи надають можливість точно налаштувати рекламні повідомлення, використовувати дані про поведінку користувачів, щоб створювати персоналізовані рекламні кампанії. Найбільш ефективними каналами залучення споживачів є соціальні мережі, які активно використовують туристські підприємства. Аналіз реакцій на комунікацію зі споживачами доцільно розглядати в контексті ієрархічних моделей, які дають уявлення про динаміку кількості споживачів та розуміння того, що вплинуло на їх позитивне чи негативне рішення. Різноманітність психотипів споживачів туристських послуг дала поштовх до появи моделей переконання як способу впливу на них. Дослідивши вплив традиційних моделей, вирішили доповнити їх емпіричними, тому що вони допомагають визначити найбільш переконливі аргументи і підходи, що впливають на прийняття рішення про купівлю туристських послуг, дають змогу ідентифікувати емоційні чинники та співставити їх з туристським досвідом. Подальші дослідження будуть орієнтовані на визначення залежності застосування певної емпіричної моделі переконання від демографічних характеристик споживачів.

Список використаних джерел

1. Бажеріна К. В. Використання маніпулятивних технологій у рекламі. *Ефективна економіка*. Київ, 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3835> (дата звернення: 20.03.2023).
2. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2006. 275 с.
3. Канали просування турагентства у 2023 р. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/kanal-y-prodvizheniya-turagentstva> (дата звернення: 20.03.2023).
4. Кононенко О. 11 маркетингових каналів для отримання клієнтів у 2022 році. URL: <https://iampm.club/ua/blog/11-marketingovih-kanaliv-dlya-otrimannya-klijentiv-u-2022-roczii/> (дата звернення: 23.03.2023).
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. ; пер. з англ. К. : Науковий світ, 2022. 880 с.
6. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу в туризмі : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
7. Модель AIDA в інтернет-маркетингу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/aida-model-v-internet-marketinge> (дата звернення: 23.03.2023).
8. Magids S., Zorfas A. & Lemon D. The New Science of Customer Emotions. URL: <https://hbr.org/2015/11/the-new-science-of-customer-emotions> (дата звернення: 25.03.2023).

9. Nickerson C. Theory Of Reasoned Action (Fishbein And Ajzen, 1975). *Simply Psychology*. URL: <https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html> (дата звернення: 26.03.2023).
10. Sellers A. The AIDA Model: A Proven Framework for Converting Strangers Into Customers. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/aida-model> (дата звернення: 26.03.2023).
11. Trachim A. How to use the AIDA Model for more successful B2B sales. URL: <https://www.meetsales.io/blog/how-to-use-the-aida-model-for-more-successful-b2b-sales> (дата звернення: 26.03.2023).

References

- 1 Bazherina, K.V. (2014). Vykorystannya manipulyatyvnykh tekhnolohiy u reklamii [*Use of manipulative technologies in advertising*]. Efficient economy. 12. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3835> [in Ukrainian].
- 2 Bratko, O.S. (2006). Marketynhova polityka komunikatsiy [*Marketing policy of communications*], 275 p. [in Ukrainian].
- 3 Kanaly prosvuvannya turahent·stva u 2023 r. [*Promotion channels of the travel agency in 2023.*] Retrieved from: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/kanaly-prodvizheniya-turagentstva> [in Ukrainian].
- 4 Kononenko, O. (2022). 11 marketynhovyykh kanaliv dlya otrymannya kliyentiv u 2022 rotsi [*11 marketing channels for acquiring customers in 2022*]. Retrieved from: <https://iampm.club/ua/blog/11-marketingovih-kanaliv-dlya-otrimannya-klijentiv-u-2022-roczy/> [in Ukrainian].
- 5 Kotler, F., Armstrong, G. (2022). Basics of marketing, 880 p. [in Ukrainian].
- 6 Malska, M.P., Mandyuk, N.L. (2016). Osnovy marketynhu v turyzmi. [*Basics of marketing in tourism*]. 336 p. [in Ukrainian].
- 7 AIDA model in Internet marketing. Retrieved from: <https://wezom.com.ua/ua/blog/aida-model-v-internet-marketinge> [in Ukrainian].
- 8 Magids, S., Zorfas, A. & Leemon, D. (2015). The New Science of Customer Emotions. Retrieved from: <https://hbr.org/2015/11/the-new-science-of-customer-emotions>. [in English].
- 9 Nickerson, C. (2023). Theory Of Reasoned Action (Fishbein And Ajzen, 1975). *Simply Psychology*. Retrieved from: <https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html> [in English].
- 10 Sellers, A. (2022). The AIDA Model: A Proven Framework for Converting Strangers Into Customers. Retrieved from: <https://blog.hubspot.com/marketing/aida-model> [in English].
- 11 Trachim, A. (2022). How to use the AIDA Model for more successful B2B sales. Retrieved from: <https://www.meetsales.io/blog/how-to-use-the-aida-model-for-more-successful-b2b-sales> [English].

SHCHOHOLIEVA Inna, PhD (Pedagogics), Asst. Professor, Flight Academy of National Aviation University;

SOKOLOVSKIY Victor, Senior Lecturer, Flight Academy of National Aviation University.

EMPIRICAL MODELS OF PERSUASION IN THE ADVERTISING ACTIVITY OF A TOURISM ENTERPRISE

Objective. The purpose of the article is to study the essence and role of empirical models of consumer persuasion in the advertising activities of tourism enterprises. Achieving the goal involves solving the following tasks: to determine the most effective channels for attracting customers, analyze the models of the hierarchy of reactions to communication with consumers,

characterize empirical models of consumer persuasion and prove the feasibility of their use in the advertising activities of tourism enterprises .

Methods. *Analytical, comparative and historical research methods were used to solve the main tasks.*

Results. *The article considers the essence and role of empirical models of consumer persuasion in the advertising activities of a tourism enterprise. Attention is focused on the need for efforts of a tourism enterprise to understand the psychology of consumers in order to ensure targeted impact on them by advertising means. The theoretical foundations of traditional behavioral theories that study models of persuasion from a psychological perspective are analyzed and empirical models of persuasion are proposed, namely, logical, associative and innovative, since the use of digital technologies allows an integrated approach to the use of the proposed models, which facilitates the choice of channels for distributing advertising and processing information received from consumers..*

Scientific novelty. *The scientific novelty of the study lies in the development of empirical models of persuasion of consumers of tourism services. The proposed models reflect the stage at which the consumer makes a decision to purchase a tourism product, which will allow to identify heterogeneous features within each of the target groups and correlate accordingly with the content and format of the information message itself and the channel of its distribution. The use of digital technologies makes it possible to use them within a single message to different categories of consumers, which facilitates the choice of distribution channels and processing of the information received.*

Practical significance. *The proposed models can be used in the advertising activities of tourism enterprises to increase their efficiency.*

Key words: *tourism, advertising activity, tourism enterprise, traditional models of persuasion, empirical models of persuasion.*

*Одержано редакцією: 04.04.2023 р.
Прийнято до публікації: 20.04.2023 р.*

ПРАВО: АКТУАЛЬНІ ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ТА ГАЛУЗЕВІ ПРАВОВІ ПИТАННЯ, ПРОПОЗИЦІЇ ДО ЗАКОНОДАВСТВА, ЗАРУБІЖНИЙ ПРАВОВИЙ ДОСВІД, АВІАЦІЙНА БЕЗПЕКА

УДК 340.342.1

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-145-153

СТЕЦЮК Богдан Романович,
доктор юридичних наук, професор,
Донецький державний університет внутрішніх справ,
м. Кропивницький
ORCID: 0000-0003-2273-637X

**ІДЕЇ КОНСТИТУЦІЙНОЇ ДЕРЖАВИ В ПОГЛЯДАХ УЧЕНИХ УКРАЇНСЬКОЇ МІГРАЦІЇ В МІЖВОЄННИЙ ПЕРІОД
(1918-1945 рр.)**

В статті досліджено ідеї конституційної держави в науково-теоретичній спадщині вчених-правників української міграції в міжвоєнний період. Розкрито зміст та особливості їх доктрини відносно побудови конституційної держави, зокрема, висвітлено погляди на місце та роль у ній правової, а також розкрито природу таких базових конституційно-правових інститутів, як парламент, уряд, судівництво та органів конституційного контролю.

Окрема увага звернута на розкриття вченими сутності структури парламентських систем і висвітлення їх політико-правової дієвості та особливостей. Вказано на різноманітність поглядів науковців відносно статусу, повноважень та компетенцій законодавчої, виконавчої і судової гілок влади в конституційній державі.

Ключові слова: конституційна держава, українська діаспора, правові концепції, гілки влади, державний устрій.

Постановка проблеми. З перших днів незалежності України суспільство зіткнулося з проблемою пошуку механізмів побудови ефективної моделі правової держави, яка займала б гідне місце як серед розвинених європейських країн, так і всього світу. Саме через це важливим для української юридичної науки є розв'язання проблематики зі створення цілісної системної картини українського права. Однією з умов для успішної реалізації таких амбітних планів є звернення та використання, накопиченого попередніми поколіннями, практичного й теоретичного досвіду, а також осмислення генези правової думки з урахуванням наукового доробку вітчизняних учених-правників. Вагоме місце серед них займають теоретико-правові погляди вчених української міграції в міжвоєнний період на конституційну державу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Перші ґрунтовні дослідження про погляди представників української діаспори на ідеї побудови конституційної держави почали з'являтися з початком здобуття незалежності Україною. Відзначимо наявність узагальнюючих монографічних праць та дисертаційних досліджень, в яких частково розкривається означена проблема, таких сучасних правознавців, як О. Мошак [1], Н. Стецюк [2], О. Токарчук [3].

Заслужують окремої зауваги наукові розвідки таких сучасних учених, як Ю. Древницького [4], О. Івасечка [5], Я. Турчина [6] та ін., котрі у своїх працях найбільш

виразно та значимо розкрили зміст, сутність і особливості історико-правові думки окремих мислителів – представників української еміграції в міжвоєнний період.

Проте, незважаючи на значну кількість наукових напрацювань українськими вченими з даної проблематики, потрібно визнати, що на сьогодні вивчення ідей щодо конституційної держави правниками української діаспори в міжвоєнний період не стали предметом комплексного дослідження науки про конституційне право.

Актуальність – визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасні драматичні катаклізми, що відбуваються в українській державі, заставляють наших науковців, політиків, представників державної влади шукати відповідні шляхи її розвитку, котрі могли б сприяти не тільки становленню України як активного члена європейського співтовариства, але й відповідали б потребам й ментальними особливостям українського народу.

Особливої уваги заслуговують ідеї побудови конституційної держави, що висвітлювалися представниками української правової думки в еміграції, які, незважаючи на низку несприятливих обставин, змогли розробити цілі концепції відносно побудови такого типу державного устрою.

Безсумнівно можна стверджувати, що важливим фактором в побудові сучасної сильної України європейського взірця є усвідомлення та врахування історичних уроків минулого й відповідне здійснення концептуальних змін в українському державотворчому та правотворчому процесах.

Без перебільшення можна констатувати, що на сьогодні є актуальним з'ясування історико-правових підстав формування української державності як однієї із складових щодо питання національної безпеки та державного суверенітету. Адже досліджуючи концепти українських правників з проблем побудови української держави в їх історичному зрізі загалом та ідеї щодо конституційної держави вчених-правників української міграції міжвоєнного періоду зокрема, ми бачимо, що на перше місце в плануванні та здійсненні дієвих реформ виступають не тимчасова політична кон'юнктура та інтереси представників окремих соціальних груп, а фундаментальні права людини й історичний досвід. Таке усвідомлення повинно проявлятися практичними кроками щодо реалізації нової стратегії для України в новому світопорядку.

Мета та завдання статті. Метою статті є аналіз науково-теоретичного доробку малодосліджених українських вчених-мігрантів в міжвоєнний період, як представників національної політико-правової ідеї з побудови конституційної держави. Згідно поставленої мети здійснено спробу проаналізувати розвиток ідей конституційної держави вченими української міграції в міжвоєнний період та висвітлити їх погляди на засади формування конституційної держави.

Виклад основного матеріалу. Правові погляди українського міграційного середовища міжвоєнного періоду ХХ століття були представлені різноманітним ідейно-правового спектру, що за своєю суттю охоплював більшість світових правових доктрин. Мислителі української міграції, незважаючи на розбіжності в ідеологічних напрямках, стояли на позиціях незалежності України та, розкриваючи різноманітні концепти юридичної проблематики, залишили низку цікавих ідей і думок щодо поняття конституційної держави. Географія місця народження представників української правової думки, науковий доробок яких став предметом дослідження в нашій статті, охоплює всю Україну. Частина з них мала відношення до епохи національно-визвольних змагань українського народу 1917-1921 років як науковці або ж як політичні діячі. Їх професійна, наукова чи політична діяльність у міжвоєнний період ХХ століття так чи інакше була пов'язана зі середовищем української еміграції.

Відомим представником української правової думки, визначним теоретиком, а також практиком українського конституціоналізму в середовищі еміграції був О. Ейхельман. У низці праць, зокрема в таких, як «Історія державних конституцій», «Система публічно-

правової влади в сучасній державності», «Система виконавчої влади в державі», «Суть демократичного принципу й зміст конституційної державності», автором частково викладаються ідеї конституційної держави [7, с. 38]. Окремо вчений аналізує конституційний процес в Україні під час національно-визвольних змагань у праці «Проект конституції основних державних законів УНР» [8, с. 90].

Як показує аналіз наукового доробку науковця, О. Ейхельман у тогочасній політико-правовій культурі виокремлював три форми державного устрою й правління, котрі відображали основні ознаки конституційної держави, це – конституційна монархія, демократична республіка, а також союз держав як форма державного устрою.

Відносно побудови конституційної держави в Україні, Ейхельман бачив її як суверенну демократичну державу, що є сформованою на принципах федеративного устрою. В концепції федеративної республіки автор визначає модель конституційної держави, котра більше тяжіє до частково змішаної президентсько-парламентської форми республіки, де чітко регламентовано механізм «стримувань та противаг» і визначено баланс між трьома гілками влади.

Зокрема, науковець вказує, що законодавча гілка влади, котра представлена інституцією федерального парламенту, повинна мати важелі впливу на виконавчу та судову гілки влади. Водночас виконавча влада, яку очолює керівник держави, наділена повноваженнями щодо розпуску палат парламенту та обирає частину складу вищого федерального суду. Відносно судової влади, на думку вченого, необхідно вищий судовий орган наділити повноваженнями обрання та розгляду дострокового звільнення від займаної посади глави держави, а також визначенням компетенції в питаннях тлумачення конституційних норм відповідно до звернень вищих державних органів [6, с. 25].

Не менш важливим фактором у формуванні конституційної держави О. Ейхельман вважає поєднання з поняттям державної влади права й правового порядку, в основі якого лежить принцип зв'язку держави та права, а також гармонізація та розуміння всіма суб'єктами співвідношення між всебічною свободою та обмежувальними функціями держави відносно даної свободи [7, с. 35].

Загалом у своїх поглядах мислитель виражав необхідність держави контролювати соціальне життя тільки з необхідності власної безпеки й водночас виступав проти активного втручання нею в інші сфери соціального життя. Правник вказував, що вагомим фактором раціонального вирішення проблем у сферах державної чи правової політики є активна участь громадян у публічних державних справах.

Визначним представником українського конституціоналізму націонал-демократичного спрямування був С. Дністрянський. Мислитель вважав, що держава це монотериторіальне утворення, вищою метою якого є захист зовнішнього та внутрішнього суспільного ладу, тобто охорона територіальної цілісності держави від зовнішніх факторів та зберігання внутрішньої гармонії суспільства через узгодженість інтересів різних соціальних груп. Водночас науковець акцентує увагу на невтручанні держави у внутрішню сферу родини та громади [9, с. 22].

С. Дністрянський зазначав, що за формою правління сучасна конституційна держава повинна бути парламентською республікою. Вчений усвідомлює, що в парламентській республіці принцип поділу на окремі гілки влади виступає основною формою прояву народовладдя та ефективного функціонування вищих інституцій державної влади. Загальнонаціональним вищим органом законодавчої влади проголошується парламент – Народна Палата, водночас наділяючи органи місцевої влади правом обмеженої правотворчості.

Прагнучи забезпечити участь народу в реалізації власного суверенітету та здійснення влади, мислителем пропонується дещо громіздка за своєю структурою інституція, зокрема створити додатково Загальну народну раду (колегіальний орган, який повинен скликатися в разі проведення ревізії конституції), проводити Народні збори у формі референдумів, а

також організовувати так звані Народні комори (виборчі органи за професійно фаховою ознакою до відповідної сфери діяльності). Відповідно до описаної С. Дністрянським форми правління, виконавчу владу республіки очолює всенародно обраний Президент, який водночас є главою держави. Судова влада, відповідно до бачення вченого, повинна мати чітко структуровану систему та реалізовуватися, опираючись на демократичні принципи здійснення правосуддя [10, с. 25].

Відомим ідейним прихильником конституційної держави виступав ще один представник української діаспори міжвоєнного часу В. Старосольський. Учений зокрема вважав, що конституційна держава як суспільно-політичне явище належить до кращих цивілізаційних надбань сучасного демократичного світу, в основу якої покладено народний суверенітет, поділ на гілки влади та захист прав людини.

Мислитель виступав за поєднання в конституційній державі змішаного типу елементів різних форм держави, а саме монархії, аристократії та демократії. В курсі лекцій з політичного права автор зазначає, що саме таке поєднання у вигляді трьох різних влад, організованими за різними принципами, створює відповідні умови для функціонування трьох гілок влади. На думку мислителя, законодавчий орган влади повинен за своєю суттю бути представницьким та формуватися за принципами демократизму, виконавча влада повинна ґрунтуватися на засадах єдиновладдя, оскільки від зазначеної інституції вимагається ефективного та швидкого прийняття рішень і судова гілка влади відповідно має організовуватися за принципом аристократизму [11, с. 135].

Водночас В. Старосольський констатує, що лише за умови чіткого розмежування та створення ефективного механізму противаг та стримувань і цілковитої взаємозалежності жодна з гілок влади не зможе стати абсолютною, що створює відповідні умови в дотриманні прав та свобод громадян. Учений у своїх дослідженнях з'ясовує, що абсолютної незалежності трьох гілок влади не може існувати в принципі, де влада може бути лише одна – державна, котра охоплює всі можливі напрями та сфери державної діяльності. Він також доводить помилковість ідеї про відповідність кожній з гілок влади окремих державних функцій, тому що не може бути законодавча влада лиш законотворчою, виконавча – органом з виконавчими функціями й відповідно судова органом правосуддя. В дійсності конституційна держава всі ті функції виконує за допомогою всіх трьох гілок влади, кожна з яких, окрім основної, властивої собі, реалізує й інші обидві функції [12, с. 216]. Фактично В. Старосольський вважає, що система стримувань і противаг трьох гілок влади ґрунтується на їх взаємодії та взаємозалежності.

Проте, характеризуючи політико-правову природу модерної «конституційної держави» як найвищої форми розвитку інституту держави, В. Старосольський переконує, що держава є заснованою на раціональній волі більшої частини суспільства та повинна стримувати суперечності спільнот-націй і служити противагою в їх устремліннях [13, с. 143].

Викликають інтерес погляди вченого на правову природу та сутність політичних партій, визначення їх ролі та місця як важливої інституції конституційної держави. В. Старосольський наголошував, що будь-яка партія об'єктивно має у своїй структурі керівну верхівку, в руках котрої зосереджена вся повнота влади, за допомогою якої вона маніпулює діями виборців. Учений стверджував, що саме завдяки виборчому інституту в конституційній державі відбувається формалізація партійної діяльності.

Розкриваючи сутність проблеми взаємозв'язку держави і права, В. Старосольський вказував на ймовірність порушення законності органами держави, адже в процесі законотворення відбувається боротьба за право та за зміст правових норм. Учений наголошував, що важливим аспектом конституційної держави є можливість захисту її інституціями законності тієї частини суспільства, котра не представлена у владних структурах. Водночас мислитель зауважує, що в такому типі держави успішність захисту та реалізації законності залежить від рівня самоорганізованості й виступу народного елемента [14, с. 159].

До представників українських конституціоналістів української міжвоєнної міграції можна віднести С. Шелухіна. На відміну від прихильників консервативного спрямування, вчений стверджував, що монархія за своєю природою є чужою для ментальності української нації, а основою народного суверенітету має виступати народоправ'я у формі конституційної держави. На думку С. Шелухіна, вільний розвиток нації повинна забезпечувати власна держава, опираючись на такі аспекти державного права, як народ, територія та верховна влада. Дослідник наголошував, що важливою є організація конституційної держави, де основними аспектами правової політики повинна бути регламентація статусу особи в державі та суспільстві, державою також повинні регулюватися людські взаємини та їх взаємовідносини з державою, забезпечуючи водночас свободу та права громадян. Загалом, на переконання С. Шелухіна, взаємовідносини між особою, суспільством та державою повинні вибудовуватися на принципах правової держави із забезпеченням та гарантією прав і свобод громадян.

Відносно питання територіального устрою майбутньої держави, то, на думку вченого, це повинна бути інституція, де провідне місце відводиться етнічним та історичним регіонам, котрі могли б виступати як окремі суб'єкти майбутнього федеративного утворення. Водночас учений зауважував, що федеративний державний устрій в Україні може бути сформований тільки тоді, коли вона витворить стійкі традиції незалежного існування.

С. Шелухін у своїх працях проповідує раціональний розподіл та організацію влади, зокрема, автор указує на необхідність формування одних органів влади шляхом виборів знизу – доверху та шляхом призначення зверху – донизу інших органів влади.

Учений підкреслював, що в конституційній державі силу права й моралі, режим свободи та справедливості завжди встановлює правове мислення. В протилежному разі примітивізм мислення, незважаючи на вимоги моралі, виступає як принцип права сильнішого та породжує режим насильства. [15, с. 123].

З приводу конституційної держави цікавими видаються міркування Р. Лашенка, зокрема, у своїх поглядах учений себе позиціонував як прихильник державного утворення з демократичним режимом, республіканською формою та федеративним устроєм. При виборі форм правління, на думку мислителя, в конституційній державі потрібно брати до уваги генезу й традиції державотворення та менталітет народу. Р. Лашенко особливу увагу звертав на принципи народоправ'я, захисту прав і свобод людини, відповідальності й підконтрольності органів державної влади, політичного плюралізму як основні умови функціонування зазначеного типу держави. Концептуальними засадами розбудови демократичної держави, на думку мислителя, виступають постулати народоправ'я, безкласовості та демократизму. Водночас учений стверджував, що характерною особливістю історичного розвитку українського народу є ідеї демократії та народоправ'я як тотожних понять [5, с. 17].

У конституційній державі, як вважав учений, легітимна влада повинна спиратися на волю народу, забезпечувати невід'ємне його право брати участь у процесі ухвалення та впровадження управлінських рішень через інститут представництва у формі парламентаризму.

Відомим прихильником конституційної держави вважався В. Липинський, проте вчений бачив майбутню українську державу як спадкову монархію на чолі з гетьманом, котрий наділений представницькими повноваженнями. На думку мислителя, тільки через дотримання конституційно-монархічних традицій можливе здобуття Україною державної незалежності. Водночас учений вказував на принципову різницю між авторитарним московсько-візантійським типом монархії, що спиралася на насильство й необмежену владу монарха, та українською дуалістичною конституційною монархією.

В. Липинський стверджував, що база такої конституційної держави повинна виражатися через спільну ідею між всіма суб'єктами правовідносин незалежно від будь-якого їх статусу. Науковець переконував, що в основі територіального патріотизму повинна

лежати загальнонаціональна ідея як вагомий складовий елемент конституційної держави [16, с. 304-306].

Учений вважав помилковим порівнювати українську державу виключно з громадянським суспільством, тому що при такій умові державне відродження неможливе через відсторонення від державного будівництва так званої свідомої державницької еліти. На думку В. Липинського, аспектами розуміння конституційної держави є здійснення нею правопорядку, сутність якого виражається в знятті суспільних суперечностей та формуванні гармонії у відносинах між суспільством і державою [17, с. 166].

На переконання мислителя, однією з основних умов такого типу конституційних взаємовідносин є відсутність релігійного впливу на державне правління. Зважаючи, що за своїм світоглядом та переконанням політичні діячі є демократами або республіканцями, то в заволодінні громадською думкою більшості з метою побудови конституційної держави необхідно застосовувати світські методи.

Аргументуючи своє переконання про неможливість побудови конституційної держави в Україні, В. Липинський бере за взірць тип американської демократії, де, незважаючи на республіканську форму правління, владні органи спираються на конституційно-монархічні традиції, котрі виражаються в президентській формі правління.

Висновки. Дослідивши погляди українських правників міжвоєнної міграції щодо статусу конституційної держави, можна стверджувати, що в їх правовій спадщині збереглися тенденції вивчення витоків та обґрунтування підстав у формуванні такого типу держави. Однією з центральних ідей у всіх дослідженнях українських учених-правників було формування та подальше функціонування конституційної держави на загальноновизначених демократично-правових принципах.

Такі представники національно-демократичного напрямку, як О. Ейхельман і С. Дністрянський у своїх конституційних проектах детально регламентували форму державного правління та державного устрою, структурували та впорядкували організацію і діяльності судової влади. Ідеї правової держави, де основними складовими виступає громадянське суспільство, форма державного устрою, адміністративно-територіальний поділ, взаємозумовленості нації та демократії займають вагоме місце в концепції В. Старосольського. Дослідники права С. Шелухін та Р. Лащенко констатували, що ознаками конституційної держави є регламентація та захист нею природних прав людини, участі народу в здійсненні правосуддя та міжнаціональних відносин. Представник українського консервативного напрямку В. Липинський сформував оригінальну концепцію взаємовідносин між державою, громадянським суспільством та релігією, зауваживши, що в конституційній державі на першому плані повинні бути цінності людини, етичні засади гідності, релігія та право.

Перспективи подальших розвідок. Витворені мислителями української міграції міжвоєнного періоду ідеї конституційної держави в багатьох аспектах не втратили своєї новизни та потребують подальшого глибинного аналізу й осмислення їх значущості для сучасної української державно-правової думки. З'ясування сутності, доцільності й ефективності використання поглядів тогочасних українських правників дають вагомий матеріал для розвитку демократичної, правової Української держави та становлення громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Мошак О. В. Альтернативні концепції державності в політичній думці української міжвоєнної еміграції в Європі : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.01. Одеса, 2002. 16 с.
2. Стецюк Н. В. Конституціоналізм в українській політичній та правовій думці (середина XIX ст. – кінець 80-х років XX ст.) : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01. Київ, 2003. 20 с.
3. Токарчук О. В. Розвиток державно-правових учень представниками української

еміграції (1920-1930-і рр.) : монографія. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2019. 477 с.

4. Древницький Ю. Вчення про державу у працях Володимира Старосольського. *Україна-Європа-Світ* : міжнародний зб. наук. праць. Серія: Історія, міжнародні відносини. 2012. Вип. 10. С. 270–274.

5. Івасечко О. Я. Державотворчі ідеали Ростислава Лашенка : політикоправовий аспект : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.01. Львів, 2012. 20 с.

6. Турчин Я. Ідея правової держави в науково-теоретичній спадщині Отто Ейхельмана. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку* : зб. наук. праць. Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. Вип. 20. С. 23–29.

7. Турчин Я. Основні напрямки наукових досліджень О. Ейхельмана: шлях до формування державницького ідеалу. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку* : зб. наук. праць / НАН України, Ін-т народознав., Ін-ту країнознав. ім. І. Крип'якевича, Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Нац.ун-ту «Львів. Політехніка», 2010. Вип. 22. С. 34–40.

8. Наріжний С. Українська еміграція. Культурна праця української еміграції 1919-1939 (матеріали зібрані С. Наріжним до частини другої). Київ : Вид-во імені Олени Теліги, 1999. 272 с.

9. Дністрянський С. Загальна наука права і політики. Наклад українського університету в Празі. Друк державної друкарні в Празі. Прага, 1923. 400 с.

10. Дністрянський С. Нова держава. Відень-Прага-Львів : Видавництво «Українського скитальця», 1923. 29 с.

11. Старосольський В. Політичне право: (Курс лекцій). Подебради: Український техн.-господарський інститут ЧСР, 1933-1934. 321 с.

12. Старосольський В. Політичне право : курс лекцій. Ч. 14. Регенсбург-Новий Уль : УТГІ, 1950. 373 с.

13. Древницький Ю. Вчення про державу у працях Володимира Старосольського. *Україна-Європа-Світ* : міжнародний зб. наук. праць. Серія: Історія, міжнародні відносини. 2012. Вип. 10. С. 270–274.

14. Максимович С. Концепція розподілу влад Володимира Старосольського. *Вісник Львівського університету. Серія: юридична*. 2001. Вип. 36. С. 157–162.

15. Токарчук О. В. Державно-правові погляди С. П. Шелухіна : монографія. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2012. 178 с.

16. В'ячеслав Липинський та його доба : Книга 1 : наукове видання / упоряд. : Т. Осташко, Ю. Терещенко. Київ : Темпора, 2010. 560 с.

17. Гаврилук Д. Державницька концепція В. Липинського. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: історія, економіка, філософія*. 2008. Вип. 14. С. 166–176.

References

1. Moshak, O.V. (2002). Al'ternatyvni konceptsiyi derzhavnosti v politychnij dumci ukrayins'koyi mizhvoyennoyi emihraciyi v Yevropi: avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: 23.00.01. [Alternative statehood conceptions in the political views of the Ukrainian interwar emigration in Europe: abstract of the dissertation ... for candidate of political sciences degree: 23.00.01]. Odesa, 16 с. [in Ukrainian].

2. Stetsyuk, N.V. (2003). Konstytucjonalizm v ukrayins'kij politychnij ta pravovij dumci (seredyna XIX st. – kinets' 80-kh rokiv XX st.): avtoref. dys. ... kand. yuryd. nauk: 12.00.01. [Constitutionalism in the Ukrainian political and legal views of the mid-1800s to late-1980s: abstract of the dissertation ... for candidate of legal sciences degree:12.00.01]. Kyiv, 20 s. [in Ukrainian].

3. Tokarchuk, O.V. (2019). Rozvytok derzhavno-pravovykh uchen' predstavnykamy ukrayins'koyi emihratsiyi (1920-1930-i rr.): monohrafiya [Development of the state and law studies by the representatives of the Ukrainian emigration (1920-1930s): the monograph]. Kyiv: Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 477 s. [in Ukrainian].
4. Drevnits'kyj, Yu. (2012). Vchennya pro derzhavu u pratsyakh Volodymyra Starosol's'koho [The teaching of the state in Volodymyr Starosol's'kyj works]. Ukrayina-Yevropa-Svit: mizhnarodnyj zb. nauk. Prats'. Seriya: Istorija, mizhnarodni vidnosyny. Vyp. 10. S. 270-274 [in Ukrainian].
5. Ivasechko, O.Ya. (2012). Derzhavotvorchi idealy Rostyslava Lashhenka: politykopravovyj aspekt: avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: 23.00.01. [Rostyslav Lashhenko's state building ideals: political and legal aspects: abstract of the dissertation ... for candidate of political sciences degree:23.00.01]. L'viv, 20 s. [in Ukrainian].
6. Turchyn, Ya. (2008). Ideya pravovoyi derzhavy v naukovu-teoretychnij spadshhyni Otto Ejkhel'mana. Ukrayins'ka natsional'na ideya: realiyi ta perspektyvy rozvytku: zb. nauk. prats' [The idea of the legal state in Otto Eichelman's scientific and theoretical heritage. Ukrainian national idea: reality and development prospects: collection of scientific works]. L'viv: Vyd-vo NU "L'vivs'ka politehnika", Vyp. 20. S. 23-29. [in Ukrainian].
7. Turchyn, Ya. (2010). Osnovni napryamky naukovykh doslidzhen' O. Ejkhel'mana: shlyakh do formuvannya derzhavnyts'koho idealu. Ukrayins'ka nacional'na ideya: realiyi ta perspektyvy rozvytku: zb. nauk. Prats' [Otto Eichelman's basic lines of research: a way to form the state ideal: Ukrainian national idea: reality and development prospects: collection of scientific works] / NAN Ukrayiny, In-t narodoznav., In-tu krayinoznav. im. I. Kryp'yakevycha, Nac. un-t "L'viv. Politehnika". L'viv: Vyd-vo Nac.un-tu "L'viv. Politehnika", Vyp. 22. S. 34-40. [in Ukrainian].
8. Narizhnyj, S. (1999). Ukrayins'ka emihratsiya. Kul'turna pratsya ukrayins'koyi emihraciyi 1919-1939 (materialy zibrani S. Narizhnym do chastyny druhoyi) [Ukrainian emigration. Ukrainian emigration work in culture 1919-1939 (material gathered by S. Narizhnyj for part 2)]. Kyiv: Vyd-vo imeni Oleny Telihy, 272 s. [in Ukrainian].
9. Dnistrians'kyj, S. (1923). Zahal'na nauka prava i polityky. Naklad ukrayins'koho universytetu v Prazi [General study of law and politics. Edition of the Ukrainian university in Prague]. Druk derzhavnoyi drukarni v Prazi. Praha, 400 s. [in Ukrainian].
10. Dnistrians'kyj, S. (1923). Nova derzhava [New state]. Viden'-Praha-L'viv: Vydavnytstvo "Ukrayins'koho skytal'tsya", 29 s. [in Ukrainian].
11. Starosol's'kyj, V. Politychne pravo: (Kurs lekcij) [Political law (lecture course)]. Podyebrady: Ukrayins'kyj tekhn.-hospodars'kyj instytut ChSR, 1933-1934. 321 s. [in Ukrainian].
12. Starosol's'kyj, V. (1950). Politychne pravo: kurs lektsij. Ch. 14. [Political law (lecture course). Chapter 14]. Regensburg-Novyj Ul': UTHI, 373 s. [in Ukrainian].
13. Drevnits'kyj, Yu. (2012). Vchennya pro derzhavu u pracyax Volodymyra Starosolesekoho [The teaching of the state in Volodymyr Starosol's'kyj works]. Ukrayina-Yevropa-Svit: mizhnarodnyj zb. nauk. Prats'. Seriya: Istorija, mizhnarodni vidnosyny. Vyp. 10. S. 270-274. [in Ukrainian].
14. Maksymovych, S. (2001). Konceptiya rozpodilu vlad Volodymyra Starosolesekoho. [Volodymyr Starosol's'kyj's conception of the division of powers]. Visnyk Levivsekoho universytetu. Seriya: yurydychna. Vyp. 36. S. 157-162. [in Ukrainian].
15. Tokarchuk, O.V. (2012). Derzhavno-pravovi pohlyady S.P. Shelukhina: monohrafiya S.P. Shelukhin's views on state and law]. Kyiv: Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 178 s. [in Ukrainian].
16. Vyacheslav Lypyns'kyj ta joho doba: Knyha 1: naukovye vydannya / uporyad.: T. Ostashko, Yu. Tereshhenko [Vyacheslav Lypyns'kyj and his epoch. Book 1: scientific edition. / eds. T. Ostashko, Yu. Tereshhenko]. Kyiv: Tempora, 2010. 560 s. [in Ukrainian].

17. Havrylyuk, D. Derzhavnyts'ka koncepciya V. Lypyns'koho [V. Lypyns'kyj's state conception]. Visnyk Kyyivs'koho nacional'noho linhvistychnoho universytetu. Seriya: istoriya, ekonomika, filozofiya. 2008. Vyp. 14. S. 166-176. [in Ukrainian].

STETSYUK Bogdan, Doctor of Law, Professor, Donetsk State University of Internal Affairs, Kropyvnytsky.

**THE VISION OF CONSTITUTIONAL STATE IN THE VIEWS OF UKRAINIAN
DIASPORA SCIENTISTS IN THE INTERWAR PERIOD
(1918-1945)**

***Abstract.** The article deals with the analysis of the views of constitutional state by the Ukrainian diaspora scientists in law in interwar period made basing on their scientific and theoretical heritage. The author reviews the diversity of these scientists' general and academic scientific outlook on constitutional state and shows the essence of legal organization, state making ideas and ways of their implementation in the future sovereign Ukraine build-up.*

The article also reveals the contents and characteristic features of their doctrines of the state build-up, in particular the views of the constitutional legislature's role in it as well as such basic constitutional and legal institutions as the parliament, the government, courts and the body of constitutional control. A particular attention is paid to the constitutional and legal status of a man and a citizen, national minorities, the Ukrainian people as the only source of power in their state.

Considering Ukraine's state and legal reality it seems especially interesting and topical to have been traced the basic nature of unicameral and bicameral legislature, their distinctive features and political and legal efficacy as well as emphasizing the Prime Minister's independence and the determination of the judges' specific status.

Key words: constitutional state, Ukrainian diaspora, legal conceptions, branches of power, state system.

*Одержано редакцією: 14.02.2023 р.
Прийнято до публікації: 03.03.2023 р.*

УДК 342.951:34

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-154-160

ХРІДОЧКІН Андрій Вікторович,
доктор юридичних наук, доцент,
професор кафедри підприємництва,
організації виробництва та теоретичної і
прикладної економіки,
Український державний
хіміко-технологічний університет
ORCID: 0000-0001-9387-8864

ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИХ МЕТОДІВ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті здійснено теоретичний аналіз перспектив реалізації адміністративно-правових методів публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності в Україні. Наголошено, що під методів публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності слід розуміти зовнішньо виражену діяльність відповідних суб'єктів, яка здійснюється останніми в межах їх компетенції і спрямована на виконання покладених на них завдань у сфері інтелектуальної власності. Зроблено висновок про те, що суб'єкти публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності в процесі своєї діяльності мають можливість використовувати широку гаму різноманітних методів публічно-управлінського впливу, завдяки наявності яких, власне, і здійснюється процес цілеспрямованого впливу останніх на об'єкти публічно-управлінського впливу. Відзначені потенційно високі можливості методів у регулюванні суспільних відносин.

Ключові слова: адміністративна відповідальність, інтелектуальна власність, метод, суб'єкт публічного адміністрування, переконання, примус, публічна установа, публічне адміністрування, сфера інтелектуальної власності

Постановка проблеми. Публічне адміністрування у сфері інтелектуальної власності являє собою достатньо складний комплексний механізм, у якому принциповим питанням виявляються форми та методи діяльності кожного з елементів його структури. Завдяки аналізу саме цих категорій стає можливим наочно уявити межі і глибину публічно-управлінського впливу, який здійснюється відповідним суб'єктом публічного адміністрування на об'єкти, встановити той правовий інструментарій, що виступає засобом виконання завдань публічного адміністрування, відмежувати діяльність у сфері інтелектуальної власності, яка регулюється нормами адміністративного права від діяльності, яка підпадає під регулювання норм інших галузей права. Реалізація ж завдань публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності відбувається, в першу чергу, шляхом застосування відповідних методів, що виявляються у формах адміністративно-публічної діяльності. Під час реалізації завдань публічного адміністрування його форми є спільними для всіх галузей суспільного життя. Специфіку ж діяльності суб'єктів публічного адміністрування в окремих сферах відображає сукупність методів, що застосовуються для її здійснення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективне публічне адміністрування в сфері інтелектуальної власності виступає важливою умовою успішного вирішення завдань публічного управління. Про це переконливо свідчить і достатньо велика кількість публікацій вітчизняних дослідників. Зокрема, загальні проблеми публічного управління та адміністрування досліджувалися в працях В. Б. Авер'янова, Н. О. Армаш, О. М. Бандурки,

Д. М. Бахраха, В. М. Бевзенка, Ю. П. Битяка, С. М. Братуся, І. А. Галагана, В. В. Галуцько, І. П. Голосніченка, Є. В. Додіна, С. В. Ківалова, Т. О. Коломоець, В. К. Колпакова, А. Т. Комзюка, Д. М. Лук'янця, В. П. Петкова, Д. В. Приймаченка, С. Г. Стеценка, Ю. С. Шемшученка, О. М. Якуби та багатьох інших учених. Безпосередньо ж проблемні аспекти реалізації завдань публічного адміністрування в сфері інтелектуальної власності розглядалися в роботах Ю. Л. Бошицького, Ю. Ф. Іванова, В. В. Колесніченка, А. Г. Майданевича, О. О. Михальського, М. В. Паладія, Г. С. Римарчук, О. П. Світличного, Д. В. Смерницького, О. В. Тандир тощо. Але актуальність проблем, пов'язаних з реалізацією завдань публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності не зменшується.

Актуальність теми. Оскільки специфіку діяльності суб'єктів публічного адміністрування в окремих сферах відображає сукупність методів, що застосовуються для її здійснення, то для характеристики особливостей публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності принципового значення набуває висвітлення тих методів, які застосовуються саме в зазначеній сфері.

Метою статті є узагальнення наукових підходів до визначення перспектив реалізації адміністративно-правових методів публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності, а її **завданнями** – надання відповідних пропозицій щодо удосконалення цих методів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Метод публічного адміністрування у загальному розумінні являє собою певний правовий засіб досягнення поставленої мети шляхом розв'язання завдань, що виникають. Методи, по суті, – це способи впливу на поведінку суб'єктів суспільного життя [1, с. 12]. Визначаючи методи публічного адміністрування, що застосовуються у сфері інтелектуальної власності, слід насамперед враховувати специфіку зазначеної сфери. Для методів публічного адміністрування в ній є характерним те, що вони: використовуються відповідними суб'єктами у сфері інтелектуальної власності для вирішення завдань, що стоять перед ними – забезпечення режиму законності володіння, користування або розпорядженні правами інтелектуальної власності; припинення порушень режиму володіння, користування або розпорядження правами інтелектуальної власності; притягнення осіб, що вчинили правопорушення, пов'язані з порушенням встановленого режиму володіння, користування або розпорядження правами інтелектуальної власності, до юридичної відповідальності; застосовуються повсякденно та вибірково, в залежності від необхідності вирішення того або іншого завдання; виявляються у взаємодії суб'єкта публічного адміністрування з об'єктом публічного адміністрування тощо [2, с. 154].

Серед різноманітних методів, які використовуються в процесі діяльності з публічного адміністрування, виділяють, перш за все, методи переконання та примусу, що застосовуються в будь-якому виді публічно-управлінської діяльності [3, с. 215]. Справедливим слід вважати також віднесення зазначених методів до групи методів універсальних, оскільки і перший, і другий є підґрунтям державного та громадського життя. І все, що в публічному адмініструванні фігурує в якості його методів, тим або іншим чином є відповідним варіантом їх конкретного вираження [4, с. 735-736]. Окрім цього відмітимо, що також є справедливим віднесення зазначених методів публічного адміністрування до групи адміністративно-правових методів [5, с. 19]. Така назва методів, зокрема і тих, що використовуються в процесі публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності, пояснюється сутністю взаємовідносин між суб'єктом та об'єктом публічного адміністрування, які завжди носять адміністративний характер, що передбачає обов'язкову підпорядкованість об'єкта публічного адміністрування його суб'єкту. У зв'язку з цим взаємовідносини з публічного адміністрування справедливо характеризуються як субординаційні [6].

Даючи більш детальну характеристику методам публічного адміністрування, відмітимо, що сутність методу переконання полягає в тому, що об'єкти публічного

адміністрування у сфері інтелектуальної власності мають додержуватись певних вимог внаслідок їх внутрішнього визнання, а не через сліпе підкорення велінням публічної влади. Переконавання визначається як система заходів правового і організаційного характеру, які проводяться публічними органами, що виявляється у здійсненні виховних, роз'яснювальних та заохочувальних методів, спрямованих на формування у громадян розуміння необхідності чіткого виконання законів та інших нормативних актів [7, с. 32]. Особливе значення мають набути правові форми переконання, тобто заходи, які закріплюються в нормах права. Однак, аналіз чинного нормативного масиву, присвяченого сфері інтелектуальної власності свідчить, що питанням правової пропаганди приділяється неналежна увага. Не приділяється належної уваги питанням розповсюдження інформації по відношенню до програм і механізмів, покликаних забезпечувати розвиток у сфері високотехнологічних розробок і втілення результатів інтелектуальної творчої діяльності в економічний обіг. Але існує вже достатній досвід зарубіжних країн у сфері інформаційного забезпечення підприємницької діяльності, пов'язаної з використанням результатів інтелектуальної творчої діяльності [8, с. 52].

Поряд з переконанням у практиці діяльності суб'єктів публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності досить широко використовується і державний примус, який характеризується тим, що цей метод державного впливу є допоміжним, здійснюється на підставі переконання і лише після застосування переконання [9, с. 21]. Його особливість полягає в тому, що він застосовується до осіб, які вже вчинили дії, пов'язані з порушенням прав інтелектуальної власності. Отже, державний примус – це метод впливу держави на свідомість і поведінку осіб, що допускають протиправні вчинки. Правовий примус виявляється, перш за все, в різних формах відповідальності (адміністративної, цивільної, кримінальної, дисциплінарної і майнової), яку несуть громадяни, посадові і юридичні особи, що допустили правопорушення, а також у застосуванні уповноваженими публічними органами та посадовими особами інших заходів примусового впливу щодо осіб, які добровільно не виконують вимоги правових норм [10, с. 107].

В юридичній літературі зазвичай визначають чотири основних види державного примусу: кримінально-правовий, цивільно-правовий, адміністративно-правовий, дисциплінарно-правовий. Слід також звернути увагу на ще одну важливу особливість адміністративного примусу, яка виділяє його серед інших видів державного примусу і робить використання останнього у сфері інтелектуальної власності найбільш доцільним, а головне – найбільш ефективним, принаймні в ідеальній моделі. Так, на відміну від інших видів державного примусу, які завжди є реакцією на протиправні діяння суб'єктів, заходи адміністративного примусу, у сфері що досліджується, можуть використовуватися з потрійною метою: по-перше, для попередження та профілактики порушень прав інтелектуальної власності. Необхідність їх використання в цих випадках пояснюється тим, що досить часто реально існує загроза правам інтелектуальної власності, завдання їм шкоди, хоча саме порушення ще відсутнє. І держава змушена вдаватися до застосування примусових заходів щодо осіб, винних у порушенні норм права, а відповідні органи у встановлених законом випадках обмежують їх права [11, с. 47]; по-друге, для припинення реально існуючих порушень прав інтелектуальної власності; по-третє, для притягнення до адміністративної відповідальності осіб, винних у вчиненні протиправних дій. Зазначена потрійна мета застосування заходів адміністративного примусу викликала існування і відповідної класифікації останніх, у межах якої виділяється три групи заходів адміністративного примусу: заходи адміністративного попередження, заходи адміністративного припинення та заходи адміністративного стягнення.

Отже, заходи адміністративного попередження є одним із видів адміністративного примусу, які застосовуються відповідними суб'єктами публічного адміністрування з метою попередження правопорушень та обставин, що загрожують правам фізичних та юридичних

осіб на об'єкти інтелектуальної власності. Вони є обмеженнями адміністративно-правового характеру, адміністративно-примусовими діями щодо громадян та інших суб'єктів права.

Значення зазначених заходів у системі правових засобів охорони інтелектуальної власності важко переоцінити, оскільки їх використання дозволяє вирішити низку завдань: по-перше, припинити порушення правових норм, які регламентують порядок користування, володіння та розпорядження правами інтелектуальної власності; по-друге, створити умови для подальшого притягнення винних осіб до відповідальності [12, с. 27]; по-третє, усунути шкідливі наслідки порушення прав інтелектуальної власності; по-четверте, запобігти вчиненню нових порушень; по-п'яте, відновити попереднє правомірне становище.

Відмітимо, що сьогодні навіть на законодавчому рівні визнана ефективність використання в процесі охорони прав інтелектуальної власності заходів адміністративного припинення, які були визначені у нормативному порядку. Так, наприклад, у ст. 9 Закону України «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування» йдеться про спеціальні заходи, спрямовані на припинення порушень вимог даного нормативного акту [13]. Надзвичайно важливим моментом є і та обставина, що процес застосування зазначених заходів отримав досить детальну правову регламентацію, від рівня якої в багатьох випадках залежить ефективність зазначеної діяльності.

Суттєво відрізняються від заходів адміністративного попередження та заходів адміністративного припинення заходи адміністративної відповідальності, які також застосовуються у якості методу публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності. Так, зокрема, особливості заходів адміністративної відповідальності полягають у тому, що: по-перше, вони несуть у собі яскраво виражений «санкційний характер», оскільки є правовим наслідком вчиненого правопорушення; по-друге, наслідком застосування до особи будь-якого адміністративного стягнення стає його фактичне притягненням до адміністративної відповідальності; по-третє, на відміну від перших двох груп заходів адміністративного примусу, заходи адміністративної відповідальності шляхом закритого переліку визначено у чинному законодавстві; по-четверте, правом застосування заходів адміністративної відповідальності у сфері інтелектуальної власності наділений лише суд (суддя).

Сьогодні адміністративна відповідальність за порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності передбачена рядом статей Кодексу України про адміністративні правопорушення (далі – КУпАП), зокрема ст. ст. 51-2, 107-1; 156-3 (у частині, яка стосується об'єктів інтелектуальної власності), 164-3, 164-6, 164-7, 164-8, 164-9, 164-13 [14] та ст. ст. 397-403 Розділу XIV («Сприяння захисту прав інтелектуальної власності під час переміщення товарів через митний кордон України») Митного кодексу України [15]. Аналіз санкцій зазначених статей свідчить, що до осіб, які вчинили дані адміністративні правопорушення може бути застосовано тільки два адміністративних стягнення – штраф та конфіскацію предмета, який став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом правопорушення; грошей, отриманих внаслідок вчинення правопорушення.

Отже, доходимо висновку, що за вчинення правопорушень, пов'язаних з порушенням прав інтелектуальної власності, винні особи можуть бути притягнуті до двох видів «несудової» юридичної відповідальності – адміністративної та фінансової. Не вдаючись до розгорнутої останнім часом на сторінках юридичних видань дискусії з приводу сутності та місця фінансової відповідальності в структурі юридичної відповідальності, зауважимо, що важливим є хоча б той факт, що фінансова відповідальність (фінансові санкції), завдяки її властивостям (зокрема, застосовуються органами (посадовими) особами виконавчої влади у позасудовому порядку) може розглядатися в якості методу публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності.

Висновки. Таким чином, специфіку діяльності суб'єктів публічного адміністрування в окремих галузях відображає сукупність методів, що застосовуються для її здійснення. Тому

для характеристики особливостей публічного адміністрування у сфері інтелектуальної власності принципового значення набуває висвітлення методів, притаманних саме зазначеній сфері. Серед різноманітних методів, які використовуються в процесі діяльності з публічного адміністрування, виділяють перш за все методи переконання та примусу, але виходячи з принципу спрямованості на втілення результату інтелектуальної творчої діяльності до господарського обігу, ефективність у даній галузі може бути досягнута за умови домінування методу переконання, вираженого як у прямому, так і у непрямому впливі. Мета застосування заходів адміністративного примусу викликала існування відповідної класифікації останніх, у межах якої виділяється три групи заходів адміністративного примусу: заходи адміністративного попередження, заходи адміністративного припинення та заходи адміністративного стягнення (адміністративної відповідальності).

Список використаних джерел

1. Бугайчук К. Л. Методи публічного адміністрування в органах Національної поліції України : загальнотеоретичний підхід. *Право і Безпека*. 2018. № 2. С. 10–17.
2. Бойко О. В., Воронкова В. Г., Фурсін О. О. Концептуальна парадигма публічного управління та адміністрування : теоретико-методологічні засади. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 70. С. 151–163.
3. Поплавська Ж., Михальчишин Н. Публічне управління та адміністрування : конкурентні виклики сучасності. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 3. С. 213–217.
4. Соколов О. Є. Теоретико-методологічні основи дослідження криз у публічному управлінні. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2021. № 13. С. 726–751.
5. Бобровський О. Методичні основи аналізу організаційної і технологічної досконалості побудови органів публічного управління. *Аспекти публічного управління*. 2020. Т. 8. № 4. С. 16–29.
6. Максимова М. В. Імплементация принципів agile-методології в публічне управління. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2021. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2021_5_13. (дата звернення: 07.01.2023).
7. Дембіцька С. Л. Особливості застосування основних адміністративно-правових методів переконання та примусу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція*. 2018. Вип. 32. С. 31–34.
8. Шатоха В. І., Величко О. Г., Полушенко В. А. Формування нової суспільної ролі професорів у Великобританії та підходи до комерціалізації інтелектуальної власності. *Наука та інновації*. 2014. Т. 10. № 4. С. 50–54.
9. Сировацький В. І. Онтологічне обґрунтування темпорально-просторових складників державного примусу. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2018. Вип. 2(2). С. 20–24.
10. Лесько Н. Державний примус : поняття та характеристика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Юридичні науки. 2022. Т. 9, № 1. С. 106–113.
11. Завгородня А. С., Точій А. О. Адміністративний примус як найбільш універсальний засіб впливу та один з основних методів державного управління. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. № 5(2). С. 45–49.
12. Гришко І. Ю., Уткіна М. С. Проблеми захисту прав інтелектуальної власності в Україні. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2020. Вип. 4. С. 26–30.
13. Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування : Закон України від 17 січня 2002 р. № 2953-IV. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2953-14>. (дата звернення: 07.01.2023).
14. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон України від 7 грудня 1984 р. № 8073-X. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/80731-10>. (дата звернення: 07.01.2023).

15. Митний кодекс України : Закон України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/4495-17>. (дата звернення: 07.01.2023).

References

1. Buhaichuk, K.L. (2018). Metody publichnoho administruvannya v orhanakh Natsionalnoi politsii Ukrainy: zahalnoteoretychnyi pidkhid [*Public administration methods in the bodies of the National Police of Ukraine: a general theoretical approach*]. Pravo i Bezpeka. № 2. S. 10-17.[in Ukrainian].
2. Boiko, O.V., Voronkova, V.H., Fursin, O.O. (2017). Kontseptualna paradyhma publichnoho upravlinnia ta administruvannya: teoretyko-metodolohichni zasady [*Conceptual paradigm of public administration and administration: theoretical and methodological foundations*]. Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii. Vyp. 70. S. 151-163. [in Ukrainian].
3. Poplavska, Zh., Mykhalchyshyn, N. (2022). Publichne upravlinnia ta administruvannya : konkurentni vyklyky suchasnosti [*Public Administration and Administration: Competitive Challenges of the present*]. Visnyk ekonomiky. Vyp. 3. S. 213-217. [in Ukrainian].
4. Sokolov, O.Ye. (2021). Teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennia kryz u publichnomu upravlinni [*Theoretical and methodological bases of crisis research in public administration*]. Publichne upravlinnia ta rehionalnyi rozvytok. № 13. S. 726-751. [in Ukrainian].
5. Bobrovskiy, O. (2020). Metodichni osnovy analizu orhanizatsiinoi i tekhnolohichnoi doskonalosti pobudovy orhaniv publichnoho upravlinnia [*Methodical bases of analysis of organizational and technological perfection of construction of public administration bodies*]. Aspekty publichnoho upravlinnia. T. 8. № 4. S. 16-29. [in Ukrainian].
6. Maksimova, M.V. 2021. Implementatsiia pryntsyviv agile-metodolohii v publichne upravlinnia [*Implementation of the principles of Agile-methodology into public administration*]. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. № 5. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/en/uduur_2021_5_13 [in Ukrainian].
7. Dembitska, S.L. (2018). Osoblyvosti zastosuvannya osnovnykh administratyvno-pravovykh metodiv perekonannya ta prymusu [*Features of application of basic administrative and legal methods of persuasion and coercion*]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Yurytsprudentsiia. Vyp. 32. S. 31-34. [in Ukrainian].
8. Shatokha, V.I., Velychko, O.H., Polushenko, V.A. Formuvannya novoi suspilnoi roli profesoriv u Velykobrytanii ta pidkhody do komertsializatsii intelektualnoi vlasnosti [*Formation of a new social role of professors in the UK and approaches to commercialization of intellectual property*]. Nauka ta innovatsii. T. 10. №4. S. 50-54. [in Ukrainian].
9. Syrovatskyi, V.I. (2018). Ontolohichne obgruntuvannya temporalno-prostorovykh skladnykh derzhavnoho prymusu [*Ontological substantiation of temporal and spatial components of state coercion*]. Prykarpatskyi yurydychnyi visnyk. Vyp. 2(2). S. 20-24. [in Ukrainian].
10. Lesko, N. (2022). Derzhavnyi prymus: poniattia ta kharakterystyka [*State coercion: concepts and characteristics*]. Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnik". Seriya: Yurydychni nauky. T. 9, 1. S. 106-113. [in Ukrainian].
11. Zavorodnia, A.S., Tochii, A.O. (2020). Administratyvnyi prymus yak naibilsh universalnyi zasib vplyvu ta ody z osnovnykh metodiv derzhavnoho upravlinnia [*Administrative coercion as the most universal means of influence and one of the main methods of public administration*]. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka". 5(2). S. 45-49. [in Ukrainian].
12. Hryshko, I.Yu., Utkina, M.S. (2020). Problemy zakhystu prav intelektualnoi vlasnosti v Ukraini [*Problems of protection of intellectual property rights in Ukraine*]. Prykarpatskyi yurydychnyi visnyk. Vyp. 4. S. 26-30. [in Ukrainian].
13. Pro osoblyvosti derzhavnoho rehuliuвання diialnosti subiektiv hospodariuvannya, poviazanoi z vyrobnytstvom, eksportom, importom dyskiv dlia lazernykh system zchytuvannya: Zakon Ukrainy vid 17 sichnia 2002 r. No. 2953-IV. [*On the peculiarities of state regulation of*

activity of economic entities related to production, export, import of disks for laser reading systems]. Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2953-14> [in Ukrainian].

14. Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia: Zakon Ukrainy vid 7 hrudnia 1984 r. № 8073-X. [Code of Ukraine on Administrative Offenses (1984): Law of Ukraine of December 7, 1984 No. 8073-X.] Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/80731-10> [in Ukrainian].

15. Mytnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 13 bereznia 2012 r. № 4495-VI. [Customs Code of Ukraine (2012): Law of Ukraine of March 13, 2012 No. 4495-VI.]. Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/4495-17> [in Ukrainian].

KHRIDOCHKIN Andriy, Doctor of Laws, Associate Professor, Professor of the Department of Entrepreneurship, Organization of Production and Theoretical and Applied Economics, Ukrainian State Chemical and Technological University, Dnipro, Ukraine.

PROSPECTS FOR THE IMPLEMENTATION OF ADMINISTRATIVE AND LEGAL METHODS OF PUBLIC ADMINISTRATION IN THE FIELD OF INTELLECTUAL PROPERTY IN UKRAINE

Abstract. *The article conducted a theoretical analysis of the prospects for the implementation of administrative and legal methods of public administration in the field of intellectual property in Ukraine. The definition of public administration in the sphere of intellectual property is formulated, which is proposed to understand regulated by normative legal acts the activities of the respective public administration entities aimed at implementing the rules of legal acts regulating the sphere of intellectual property by making administrative decisions and providing legislation. It is emphasized that the methods of public administration in the field of intellectual property should be understood as the external activity of the respective entities, which is carried out by the latter within their competence and aimed at fulfilling the tasks assigned to them in the field of intellectual property. It is emphasized that among the methods used in the process of public administration in the field of intellectual property, there are primarily methods of persuasion and coercion, but based on the principle of orientation on the implementation of the result of intellectual creative activity to economic circulation, efficiency in this industry can be achieved. Subject to the dominance of the method of persuasion, expressed both in direct and indirect influence. It has been proven that, in addition to the practice of the activity of public administration entities in the field of intellectual property, state coercion, which is auxiliary and is carried out on the basis of conviction and only after applying methods of persuasion. It is emphasized that the purpose of the application of administrative coercion measures has caused the existence of the relevant classification of the latter, within which three groups of administrative coercion measures are distinguished: measures of administrative warning, measures of administrative termination and measures of administrative penalties. It is concluded that public administration entities in the field of intellectual property in the course of their activities have the opportunity to use a wide range of various methods of public-managerial influence, through which, in fact, the process of purposeful influence of the latter on objects of public administration is carried out.*

Keywords: *administrative responsibility, intellectual property, method, subject of public administration, belief, coercion, public institution, public administration, sphere of intellectual property.*

*Одержано редакцією: 16.02.2023 р.
Прийнято до публікації: 03.03.2023 р.*

УДК 321.7:342.57:352.075

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-161-167

CHERNENKO Inna,

Postgraduate,

Interregional Academy of Personnel Management

Kyiv

ORCID: 0000-0002-9189-6652

POSSIBILITIES AND BARRIERS OF USING CROWDSOURCING IN THE SYSTEM OF PUBLIC CONTROL OVER THE ACTIVITIES OF PUBLIC AUTHORITIES

***Abstract:** In the research process, it was established that the presence of successful domestic and foreign practices of crowdsourcing confirms the effectiveness of this technology in various spheres of society's life: from economy and politics to social and creative spheres. At the same time, depending on the direction of implementation of the crowdsourcing project and the tasks set before it, different types of this technology are used. However, the key principles in crowdsourcing of any type remain: hobbyist participation, the ability to connect anywhere at any time, minimum reward, etc. At the same time, special attention is paid to the practice of implementing crowdsourcing in the field of public administration, based on the study of which the existing opportunities and barriers of this technology are revealed. It has been established that crowdsourcing has already proven itself as a technology capable of achieving the desired result in a short period of time with minimal financial costs. In this regard, the expediency of using crowdsourcing within the functioning of public authorities has prospects for further development.*

***Key words:** barriers, crowdsourcing, opportunities, public authority, system of public control, financial expenses.*

Formulation of the problem. Crowdsourcing is a technology of transferring certain production functions to an unlimited number of people or solving and controlling socially significant problems by volunteers using modern information and communication technologies (ICT). Currently, the problem of crowdsourcing is multifaceted and is relevant not only for the world society, but also for the Ukrainian environment. There is a trend among domestic companies to be represented in social networks and the Internet in general. Also, modern organizations are aimed at creating interaction and communication with clients and partners in the virtual space, introducing modern ICT into various functioning processes. This is largely explained by the fact that the capabilities of the Internet ensure the cooperation of citizens from any place in the shortest possible time, which largely determines the high level of demand for crowdsourcing at the present time.

Analysis of recent research and publications. Scientific and practical literature highlights the possibilities and barriers of using crowdsourcing in the system of public control over the activities of public authorities as an independent direction. The issue of the use of crowdsourcing in the public administration system is covered by public administration and economics scientists such as: Khau D. [1], Desouza K. [2], Bhagwatwar A. [2], Whitla R. [3], Rosen P. [4] and others.

Relevance – identification of previously unresolved parts of the overall problem. One of the defining principles of crowdsourcing should be to define the generation and search for new solutions and ideas. The effectiveness of the implementation of crowdsourcing in the authorities is determined by the number and variety of ideas and initiatives proposed by the population. The variety of presented ideas is ensured by the participation in crowdsourcing projects of people who differ from each other by various characteristics: gender, age, status, etc. Obtaining a large number of new ideas is possible only if this is provided for by the purpose of creating the project.

The purpose and objectives of the article. The purpose of this article is to study the possibilities and barriers of using crowdsourcing in the system of public control over the activities of public authorities. To achieve the set goal, the following tasks must be solved: analyze successful domestic and foreign practices of crowdsourcing; identify the existing opportunities and barriers of this technology in the field of public administration; determine the expediency of using crowdsourcing within the framework of the functioning of public authorities.

Presentation of the main research material. For public authorities, crowdsourcing allows to control the quality of previously made decisions. Timely discovered information will make it possible to quickly correct the situation, prevent various types of abuse in various areas. All this will make it possible to improve the effectiveness of the quality of work performed by public authorities. Crowdsourcing allows you to get not only a huge number of new ideas and proposals, but also effective options for solving the problem of a certain company in the shortest possible time. Based on the previously presented typology of crowdsourcing by goals, one cannot fail to note that crowdsourcing projects can focus either on the number of proposals presented, or on their quality. This possibility is manifested in projects of the second type.

A clear example of the manifestation of this possibility of crowdsourcing is the resolution of the budget deficit of the city of Santa Cruz in California [1; 5]. In 2009, the city faced a budget deficit of \$9.2 million. This problem was solved using crowdsourcing technology, when the city authorities turned to the population for help. A project was created, which was focused primarily on obtaining a high-quality solution. The population helped the city to analyze the financial situation, many new ideas and solutions were generated to eliminate the deficit, and then an online platform was used to identify the best quality proposals through voting. Thus, with the help of less than 10% of the population, the city received quality solutions and the deficit was eliminated. This example also clearly demonstrates that crowdsourcing allows government institutions to work outside of traditional methods, involving citizens to participate in the decision of the city's fate in innovative ways. This is an effective way to solve local problems without wasting resources [2; 6].

Crowdsourcing allows project organizers to reduce resource costs. In particular, there is a decrease in the cost of financial resources. A plus of crowdsourcing is the relatively low cost of implementing traditional mechanisms for solving existing problems. It is much more profitable for companies to use the free help of volunteers to solve any task, than to regularly pay salaries to full-time specialists. This possibility of crowdsourcing is implemented primarily due to: the absence of financial payment for the work of a volunteer or the presence of an immaterial reward; participation in the project, which is justified by the emergence of interest in the proposed topic or based on various social motives (charitable activity; public recognition, which is achieved on the basis of an active position); lack of need to hire highly paid employees; implementation of the project within the relatively inexpensive Internet network.

The realization of the opportunity can be traced in the projects of collection of problems. In this case, public authorities spend financial resources only on collecting information, there is no need to include specialists who independently carry out quality control of the development of public territories. In this case, it is the population that provides information about problems. Crowdsourcing allows you to reduce time costs. This is due to the following: rapid generation of ideas and initiatives proposed by project participants; solving the problem in a short time due to the involvement of a large number of people; use of modern ICT for collection, processing, further distribution and storage of received information.

The realization of this possibility can be clearly demonstrated by the practice of crowdsourcing volunteering projects. Missing people search projects bring together citizens who have knowledge in different fields of life, which actually ensures a faster search for people. Prompt dissemination of information about missing people allows the maximum number of people to be connected to the search, which greatly simplifies the work of professionals. In addition, there is a significant reduction in the costs of technology and human resources. This happens due to the environment in which this technology is used.

The Internet and modern information and communication tools contribute to reducing the number of people employed in project activities. Most often, only an account in a social network or your own website is enough to implement a crowdsourcing project. Placing a message on the Internet, aimed at an unlimited number of people, allows you not to hire a new employee. One of the results of crowdsourcing is not only the generation of new proposals and ideas, but also the search for active and talented citizens from around the world. The implementation of crowdsourcing within the Internet makes it possible for a person from anywhere in the world to take a direct part in the functioning of the project. A crowdsourcing project is a platform where people can fully realize themselves, their talents and knowledge can become in demand. Talent recruitment is carried out with crowdsourcing. Crowdsourcing is a large community of potential workers who have a wide range of skills and experience, who are able and ready to solve a specific task in the shortest possible time and at a significantly low cost [3; 7; 8]. This is, first of all, an opportunity to educate loyal like-minded people.

Crowdsourcing contributes not only to attracting talented citizens, but also to maintaining the patriotic spirit of people. One of the varieties of crowdsourcing - crowdrecruiting - should be cited as an example of the application of this technological possibility. Crowdrecruiting is a massive search for new talented employees. Mass selection of potential candidates is carried out directly on the project platform, anyone can participate in the competition. Crowdsourcing provides organizations with access to talent from around the world, due to the possibility of attracting an unlimited number of people and subsequently selecting the best of them. The use of crowdsourcing helps to adapt to the changing conditions of the modern market. Effective use of crowdsourcing increases labor productivity and competitiveness of the organization in the modern market.

The implementation of crowdsourcing is most often observed in some sectors of the economy, in particular in business. This technology increases the profitability of the company and increases the scale of business, which positively affects the state of the economy of the region or the state in general. This is explained by the possibilities that were mentioned earlier: the activity of an unlimited number of people, united by enthusiasm, a common idea, has a more significant success; reduction of enterprise costs; search for new ideas and talented employees.

Crowdsourcing technology is indispensable for working with society and audiences. Crowdsourcing involves different people in its field of activity and allows you to cultivate dedicated and loyal participants. Effective communication presupposes a detailed study of the views and needs of the participants and receiving first-hand quality advice on improving their activities. Therefore, it is possible to highlight the following opportunities of crowdsourcing technology - increasing brand recognition and increasing the level of trust. The fact of interaction with the public, their inclusion in the decision-making process can potentially be successfully presented in the external environment, which will increase interest in this territory, and allow us to talk about the formation of a social brand.

Crowdvoting is the most striking example of this possibility. This direction of crowdsourcing is a popular voting system, which forms filters and ratings of the project based on the received opinions and judgments of people. Crowdsourcing in law-making activity, based on the principles of brainstorming, is a collective activity of a group of citizens for the purpose of developing regulatory and legal acts and their initiation. The implementation of crowdsourcing significantly increases the level of professionalism and experience of authorities in relations with the public. The initiator of the crowdsourcing project acquires the skills of reasonable and competent formulation of the essence of the problem, assessment of social indicators and forecast of expected implementation results.

Currently, the practices of implementing the political process in Ukraine allow us to judge that the public administration model is focused on the openness of the decision-making process. Decisions are made by the public authorities taking into account the opinion of the public. The public plays a significant role in this process. Crowdsourcing makes it possible to include an active part of society in the process of political management, the existing process of making political

decisions, and the process of mobilizing civil activists. Accordingly, society becomes more democratic, its role in the development of the state increases significantly. In this case, society can truly be considered civil. Channels for the protection of group and individual interests are created, the decisions of public authorities are corrected, which significantly minimizes potential risks. Interaction in the format of crowdsourcing creates conditions for establishing a dialogue between public authorities and public activists. Operational and regular interaction in conditions of a high level of civil culture increases the degree of trust in relation to each other. This opportunity also plays a big role and affects the formation of the future of our country, as it builds a special type of political and civic culture that organizes civic education of citizens. However, this possibility has the possibility of one negative consequence – responsibility is deliberately removed from the subject of management for inefficient management decisions.

In order to prevent this, it is impossible to eliminate the possibility of a reasoned choice of existing decision alternatives directly by the subjects of management. The set of possibilities listed above gives the potential to reduce the level of protest moods in society. In the case when the state does not set barriers for the realization of civil rights, when the level of trust in the public authorities increases, the tendency to criticize this authority decreases to minimum indicators. Negative activists have no excuses and reasons for a negative attitude towards the authorities, all the demands previously put forward are met, the degree of influence of civil society on the process of making and developing management decisions reaches maximum indicators.

Studying the possibilities of crowdsourcing allows us to conclude: this technology is a potentially effective and efficient mechanism for generating ideas and solutions. And the application of this technology in practice only confirms this thesis. But, despite the existing possibilities of effective implementation of this technology, to date, crowdsourcing has not fully realized its potential. The reason for this may be the existing barriers that limit the effectiveness of implementing this technology in practice. Based on the analysis of foreign literature, it becomes clear that in general, scientists identify 4 key categories of barriers and disadvantages of crowdsourcing: quality of ideas, lack of or insufficient financial compensation for ideas, lack of community of crowdsourcing participants and lack of diversity among data participants [4; 9; 10]. It becomes obvious that the number of barriers is not limited to the named four, and therefore it is worth studying and proposing your own classification of barriers.

1. Financing barrier.
2. The barrier of ineffective advertising or its absence.
3. Motivational barrier.
4. Barrier of unequal competition.
5. Technological barrier.
6. Barrier of responsibility.
7. Psychological barrier.
8. Communication barrier.
9. Time barrier.
10. The priority barrier of traditional technologies.
11. Administrative barrier.
12. Educational barrier.
13. Barrier of fictitious realization.
14. The barrier to ensuring transparency of the final results of crowdsourcing implementation.
15. Barrier of legitimacy and mistrust of authorities.
16. The barrier of political passivity of the population.
17. Barrier of social and territorial differentiation.

Conclusions and prospects for further investigations.

Existing barriers negatively affect the further development of crowdsourcing. The correct setting of tasks and goals, competent project management, the presence of motivation and

aspirations of managers in the development of the project and the availability of opportunities for these purposes, the development of alternative solutions to emerging problems can reduce the impact of the mentioned barriers as much as possible. In order to successfully achieve the goals set within the framework of the project, the manager needs the skills and abilities to overcome emerging barriers and problems in a timely and competent manner.

In order to overcome these barriers and develop recommendations for increasing the effectiveness of crowdsourcing, a detailed study of its tools is necessary. This will allow us to assess how the entire process of using crowdsourcing in the framework of management takes place and create the most fruitful environment.

References

1. Khau, D. (2012). Kraudsorsinh: Kolektyvnyy razum yak instrument rozvytku biznesu [*Crowdsourcing: Collective intelligence as a tool for business development*]. K.: "Al'pina Pablik" [in Ukrainian].
2. Desouza, K.C., Bhagwatwar, A. (2014). Technology-Enabled Participatory Platforms for Civic Engagement: The Case of U.S. Cities. *Journal of Urban Technology*, p. 26. [in English].
3. Whitla, P. (2009). Crowdsourcing and its applications in marketing activities. *Contemporary Management Research*, Vol. 5, No. 1, pp. 18. [in English].
4. Rosen, P.A. (2011). Crowdsourcing lessons for organizations. *Journal of Decision Systems*, 20 (3), p. 311. [in English].
5. Bublik, M.P. (2016). Osoblyvosti zdiysnennya hromads'koho kontrolyu za diyal'nistyu orhaniv derzhavnoyi vlady ta mistsevoho samovryaduvannya [*Peculiarities of public control over the activities of state authorities and local self-government*]. *Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal*, Vol. 5 (1), pp. 14-18 [in Ukrainian].
6. Bukhanevych, O.M., Ivanovs'ka, A.M. (2019). Konstytutsiynyy kontrol' yak vyd derzhavnogo kontrolyu: zmistovno-funktsional'na kharakterystyka [*Constitutional control as a type of state control: substantive and functional characteristics*]. *Publichne pravo*, Vol. 4 (36) , pp. 9-18 [in Ukrainian].
7. Horbova, N.A. (2019). Pryroda derzhavnogo kontrolyu (nahlyadu) ta henezys yoho zakonodavchoho vyznachennya [*The nature of state control (supervision) and the genesis of its legislative definition*]. *Pravo ta derzhavne upravlinnya*, Vol. 1 (34), Tom 1, pp. 37-42 [in Ukrainian].
8. Dem'yanenko, O.O. (2018). Hromads'kyi deliberatyvnyy diskurs yak instrument politychnoyi modernizatsiyi [*Public deliberative discourse as a tool of political modernization*]. *Hrani*, T. 21, Vol. 11, pp. 101-107 [in Ukrainian].
9. Ihnatenko, O.S. (2019). Teoretychni osnovy ta rozvytok hromads'koho kontrolyu v systemi publichnoho upravlinnya [*Theoretical foundations and development of public control in the system of public administration*]. *Derzhava ta rehiony*. Ser.: *Derzh. upravlinnya*, Vol. 4 (68) , pp. 30-34 [in Ukrainian].
10. Kukhareva, H.P. (2015). Nalezhne uryaduvannya yak shlyakh do stanovlennya diyevoyi systemy publichnoho upravlinnya v Ukrayini [*Proper governance as a way to create an effective system of public administration in Ukraine*]. *Teoriya ta praktyka derzhavnogo upravlinnya*, Vol. 3, pp. 76-83 [in Ukrainian].

Список використаних джерел

1. Хау Д. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Пер. з англ. К. : «Альпіна Паблік», 2012. 98 с.
2. Desouza K. C., Bhagwatwar A. Technology-Enabled Participatory Platforms for Civic Engagement : The Case of U.S. Cities. *Journal of Urban Technology*. 2014. p. 26.
3. Whitla P., Crowdsourcing and its applications in marketing activities. *Contemporary Management Research*, Vol. 5, No. 1. 2009. pp. 18.

4. Rosen P. A. Crowdsourcing lessons for organizations. Journal of Decision Systems, 20 (3), 2011. p. 311.
5. Бублій М. П. Особливості здійснення громадського контролю за діяльністю органів державної влади та місцевого самоврядування. Міжнародний науковий журнал. 2016. № 5 (1). С. 14–18.
6. Буханевич О. М., Івановська А. М. Конституційний контроль як вид державного контролю : змістовно-функціональна характеристика. Публічне право. 2019. № 4 (36). С. 9–18.
7. Горбова Н. А. Природа державного контролю (нагляду) та генезис його законодавчого визначення. Право та державне управління. 2019. № 1 (34). Том 1. С. 37–42.
8. Дем'яненко О. О. Громадський деліберативний дискурс як інструмент політичної модернізації. Грані. 2018. Т. 21, № 11. С. 101–107.
9. Ігнатенко О. С. Теоретичні основи та розвиток громадського контролю в системі публічного управління. Держава та регіони. Сер. : Держ. управління. 2019. № 4 (68). С. 30–34.
10. Кухарева Г. П. Належне урядування як шлях до становлення дієвої системи публічного управління в Україні. Теорія та практика державного управління. 2015. Вип. 3. С. 76–83.

ЧЕРНЕНКО Інна Олександрівна, аспірант Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Київ, Україна.

МОЖЛИВОСТІ ТА БАР'ЄРИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУДСОРСИНГУ В СИСТЕМІ ГРОМАДСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Метою цієї статті є дослідження можливостей та бар'єрів використання краудсорсингу в системі громадського контролю за діяльністю публічної влади. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати успішні вітчизняні та зарубіжні практики застосування краудсорсингу; виявити існуючі можливості та бар'єри даної технології у сфері публічного управління; визначити доцільність застосування краудсорсингу у межах функціонування публічної влади.

Теоретичною, методологічною та практичною основою дослідження стали фундаментальні положення науки публічного управління та наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань використання краудсорсингу в системі громадського контролю за діяльністю публічної влади. Під час обробки та аналізу інформації використовувалися загальнонаукові методи аналізу та синтезу.

У процесі дослідження встановлено, що наявність успішних вітчизняних та зарубіжних практик застосування краудсорсингу підтверджує результативність даної технології у різних сферах життєдіяльності суспільства: від економіки та політики до соціальних та творчих сфер. При цьому в залежності від напрямку реалізації краудсорсингового проекту та поставлених перед ним завдань використовуються різні типи цієї технології. Однак ключові принципи в краудсорсингу будь-яких типів зберігаються: участь любителів, можливість підключення будь-де в будь-який час, мінімальна винагорода тощо. При цьому особлива увага приділяється практиці реалізації краудсорсингу у сфері публічного управління, на основі вивчення якої виявлено існуючі можливості та бар'єри даної технології. Встановлено, що краудсорсинг вже зарекомендував себе як технологія, здатна в стислий термін досягти бажаного результату з незначними фінансовими витратами. У зв'язку з цим доцільність застосування краудсорсингу у межах функціонування публічної влади має перспективи подальшого розвитку.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні класифікації бар'єрів використання краудсорсингу в системі громадського контролю за діяльністю публічної влади, що дозволяє структурувати існуючі недоліки та полегшити їх усунення, а саме: фінансування, неефективної реклами або її відсутності, мотиваційний, нерівноцінної конкуренції, технологічний, відповідальності, психологічний, комунікативний, часу, пріоритету традиційних технологій, адміністративний, освітній, фіктивної реалізації, забезпечення прозорості підсумкових результатів реалізації краудсорсингу, легітимності та недовіри до органів влади, політичної пасивності населення, соціальної та територіальної диференціації.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що для подолання даних бар'єрів і вироблення рекомендацій збільшення результативності краудсорсингу необхідне детальне вивчення його інструментів. Це дозволить оцінити те, як відбувається весь процес застосування краудсорсингу в рамках управління і створити максимально плідне середовище.

Ключові слова: *бар'єри, краудсорсинг, можливості, публічна влада, система громадського контролю, фінансові витрати.*

Одержано редакцією: 09.02.2023 р.

Прийнято до публікації: 24.02.2023 р.

УДК 331.5.024.5

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-168-174

SHEVCHENKO Svitlana,

Postgraduate,

Interregional Academy of Personnel Management,

Kyiv

ORCID: 0000-0003-2179-4228

IMPROVEMENT OF STATE REGULATION OF ORGANIZATIONAL CONDITIONS TO INCREASE THE DEGREE OF ADAPTATION OF POPULATION EMPLOYMENT TO MODERN REQUIREMENTS

***Abstract:** Having analyzed the models of state regulation of population employment formed today, it was noted that all of them are characterized by a different combination of tools characteristic of active and passive employment policy. Depending on national, geographic, demographic, economic, social and other characteristics, each state develops and implements its own model of regulating population employment. In this, the general trend of all developed countries of the world is the increase in the flexibility of the labor market and the development and implementation at the state level of tools in the development of this direction. In the process of research, the system of state regulation of organizational conditions for increasing the degree of adaptation and development of adaptive employment was improved by blocks: legal bases (legislative definition and regulation of various forms of employment); political foundations (expansion of the principles of state regulation of employment by including the principles of harmonization, adaptability, coherence of changes); management basics (formation and use of the "Non-standard employment" digital platform).*

***Key words:** state regulation, population employment, organizational conditions, increasing the degree of adaptation.*

Formulation of the problem. Employment is the most important element of the modern economy, which largely affects the level and quality of life of the population, and therefore, the dynamics of the main macroeconomic indicators. Population employment, its main characteristics and dynamics are one of the most important factors of economic growth. The process of technological renewal, which is dynamically developing, has a great impact on the employment of the population, in the framework of which the introduction of new technologies and equipment is taking place, the automation and robotization of production is increasing. All this has an ambiguous effect on the employment of the population. On the one hand, there is an increase in labor productivity, the costs of live labor are reduced, and the labor force is freed up, which can be used in the field of non-material production. On the other hand, the qualification requirements for employees are increasing, they are required to constantly update their knowledge and skills, to master rapidly changing technologies, and the problem of structural unemployment is worsening. Technological renewal stimulates the process of transformation of forms of employment of the population and, at the same time, exacerbates the need for managerial influence on this process in order to increase the degree of adaptation of employment to the instability and uncertainty of the external environment, in creating conditions for the development of adaptive employment of the population.

Analysis of recent research and publications. Scientific and practical literature singles out state regulation of organizational conditions for increasing the degree of adaptation of population employment to modern requirements as an independent direction. The issue of state regulation of organizational conditions for increasing the degree of adaptation of population employment is

highlighted by public administration and economics scientists such as: Connie M. [1], Zaytseva I. [2], Bunchykova T. [2] and others.

Relevance – identification of previously unresolved parts of the overall problem. State regulation of the process of transformation of forms of population employment should be one of the main directions of social and economic policy at all levels of the state vertical in modern conditions and be based on innovative approaches. On the other hand, ensuring the functioning of the labor market infrastructure, as well as making adjustments in internal market mechanisms depending on the influence of various factors. In turn, the main goal of state regulation of employment by the state is to harmonize the labor market, as well as create conditions for the development of such a characteristic of it as flexibility. This approach to determining the general goal of state regulation of employment of the population most fully corresponds to the realities of the modern stage.

The purpose and objectives of the article. The purpose of this article is to improve state regulation of organizational conditions to increase the degree of adaptation of population employment to modern requirements. In order to achieve the set goal, the following tasks must be solved: analyze the models of state regulation of population employment formed in foreign practice to date; improve the system of state regulation of organizational conditions for increasing the degree of adaptation and development of adaptive employment.

Presentation of the main research material. We believe that state regulation of population employment should be understood as the purposeful influence of the state on the system of population employment relations for the purpose of its effective functioning and development, as well as increasing adaptation to the instability and uncertainty of the external environment. The experience of developed countries regarding the regulation of population employment allows us to highlight the following features.

In the USA, the decentralization of the labor market is pronounced, each state adopts its own legislation on the employment of the population [1]. At the federal level, the Ministry of Labor is responsible for the development and implementation of employment policy. The main areas of activity of the ministry are the organization of public employment services and unemployment insurance. The high level of computerization and automation of the Ministry of Labor and employment services in the USA made it possible to create a large database of available vacancies, which made it possible to significantly shorten the period of being unemployed. In addition, in the United States, such tools for regulating population employment as raising the level of education of the population in order to form a highly qualified labor market, implementing programs for tax incentives for companies, organizing training of personnel, in particular young people, and giving priorities in the allocation of state contracts to those companies that fully fulfill the requirements of labor legislation and their obligations regarding employment; expansion of state programs to support medium and small business entities that create new jobs.

This model of employment regulation has developed in the USA, as well as in countries such as Canada, Australia, New Zealand, Great Britain, etc. It was called the Anglo-Saxon model. There are other features of the Swedish model of regulating population employment, which is based on three postulates: 1) prioritization of measures to ensure full employment; 2) provision of high social guarantees; 3) creation of conditions for achieving well-being equally for all citizens. An important difference of the Swedish model is the priority of preventing unemployment, rather than combating it.

The continental model, which has become widespread in countries such as Germany, France, Belgium, and Austria, has the following features: the desire to maintain a high level of employment, reducing the number of employees while increasing labor efficiency [2]. Therefore, priority attention is paid to the issues of employment and unemployment.

The Japanese model of employment regulation is based on lifelong employment and can be implemented only in special mental conditions characteristic of Japan [3]. This model provides for guarantees of employment during the entire working life, the growth of payments depending on the

length of service, priority in the employment of young people, forced dismissal of persons who have reached a certain age.

Thus, after analyzing the models of state regulation of population employment formed today, it can be noted that all of them are characterized by a different combination of tools characteristic of active and passive employment policy. Depending on national, geographic, demographic, economic, social and other characteristics, each state develops and implements its own model of regulating population employment [4; 5]. In this, the general trend of all developed countries of the world is the increase in the flexibility of the labor market and the development and implementation at the state level of tools in the development of this direction.

In the conditions of globalization, which has covered all spheres of life in modern society, international institutes and organizations are gaining more and more importance in regulating the employment of the population. The most influential of them is the International Labor Organization (ILO) – a division of the United Nations, whose goal is to establish social justice and recognize human rights in the field of labor [6]. For this purpose, the International Labor Organization develops international labor standards, adopting them in the form of Recommendations and Conventions. At the same time, the main goals of the ILO are: promotion of basic principles and rights in the field of labor; expanding opportunities for women and men for decent employment; increasing the coverage and efficiency of social security for all categories of the population; strengthening tripartism and social dialogue. All these goals were embodied in the Concept of Decent Work, developed by the ILO and accepted for implementation by a large number of countries. Currently, the ILO, with the participation of most countries of the world, has developed and published the Report "Work for a better future", which defines the vector of development of the social and labor sphere, as well as sets target guidelines for the development of national policies for the regulation of the labor market and employment of the population. Among the main tasks and key recommendations of the report, which are especially relevant and applicable to Russian conditions, we can highlight: general guarantees in the field of labor and employment; guaranteed social protection from birth to old age; universal declaration on lifelong learning; management of technological changes; increasing investments in household, green and agricultural economy, etc.

Currently, there are three approaches to regulating population employment in Ukraine: regulation taking into account control over implementation (regulatory actions are carried out in response to changes in the sphere of population employment and the labor market [7]. This is the least effective approach to regulation, but objectively it exists as response to a high degree of environmental uncertainty); regulation taking into account the development of scenarios (the main method within this approach to regulation is the method of extrapolation, within the scope of long-term planning and the development and implementation of programs to promote employment of the population); regulation taking into account the forecast of the labor market situation (this approach can be clarified as regulation taking into account the prediction of trends in the development of the employment sector and the labor market. Within the framework of this approach, it is possible to forecast changes in factors affecting the development of the employment sector, as well as accounting for their changes during development of strategic documents).

Thus, the analysis of existing approaches to the regulation of population employment allows us to conclude that the approach based on reactive adaptation to changes in the labor market and in the sphere of population employment has become the most widespread in the practice of regulation [8]. The use of the most progressive approach, based on a strategic vision of the situation in the field of employment, takes place only as a separate regional practice, has not become widespread and is limited by the low effectiveness of interaction.

During the study of adaptive employment, the main factors affecting its formation and development were identified. At the same time, their entire set was divided into factors of the external and internal environment. At the same time, it is important that in the process of regulating the employment of the population, it is possible to apply direct managerial influence on the factors of the internal environment. It is impossible to directly influence external factors, but their specific

values must be taken into account when making and implementing management decisions, since they significantly affect adaptive employment in the region, increasing the degree of its adaptation to socio-economic conditions, forming the conditions for its development. Therefore, taking into account the conditions of its formation and development is of great importance in the process of regulating employment of the population. The main groups of factors affecting adaptive employment in the region include: demographic; economic and geographical; production and technological; political and legal; social; economic [9; 10].

Analyzing the set of factors and the conditions for the development of adaptive employment formed by them, it can be said that they are extremely important. However, the results of an expert survey with the participation of qualified specialists who deal with the theory and practice of employment management in the region allow us to draw a conclusion about the special role played by organizational conditions in the process of increasing the degree of adaptation of employment of the population.

Within the framework of our research, under the organizational conditions of increasing the degree of adaptation of population employment to changing socio-economic conditions, we will understand the set of legal, political, and managerial characteristics regarding the development of adaptive population employment. The legal basis for regulating the employment of the population is represented by normative legal acts. At the moment, the system of regulatory and legal acts for ensuring the employment of the population is aimed at realizing the constitutional rights of Ukrainian citizens. To date, there are numerous forms of employment that deviate from the standard approved by the state, and there is no legal definition of non-standard employment of the population. Thus, to date, numerous forms of non-standard employment do not have a legal definition and remain outside the scope of legal regulation, despite the fact that they are becoming more and more widespread in the domestic economy. This circumstance serves as a serious obstacle to increasing the flexibility of the labor market, the ability of the population's employment relations system to self-adapt. In addition, such a situation does not correspond to the process of technological renewal of the economy, the urgency of whose development is recognized in our country at the highest level. The needs of the technological rearmament of domestic production, the development of high-tech sectors of the economy require higher flexibility of the labor market, faster changes in the professional and qualification structure of the employed population, and the development of the system of advanced training.

All this contributes to a wider application of forms of employment according to certain parameters that differ from the legally approved standards. Therefore, an important direction for improving the organizational conditions for the development of adaptive employment should be the development of normative legal acts regulating various aspects of non-standard forms of employment of the population.

In our opinion, the list of principles of state regulation of employment of the population is quite complete and allows for effective regulation of this sphere. On the other hand, it quite fully reflects the basic principles of the Concept of decent work. In our opinion, this list can be expanded by including in it such principles as the principle of adaptability, the principle of harmony of the combination of various forms of employment of the population, the principle of coherence of changes, which will contribute to the increase in the degree of adaptation of the employment of the population and ensure the compliance of this system with the needs of modern society and the economy.

In our opinion, the involvement of all interested parties (stakeholders) interacting on the basis of the mechanism of social partnership in this process should be an important direction for improving the management foundations of employment development at the regional level, as well as increasing the degree of its adaptation to changing socio-economic conditions. In modern conditions, when new forms of population employment appear and spread widely, one of the main directions for improving the organizational conditions for the development of adaptive employment at the regional level should be the wider spread of the practice of forming professional

communities. It is customary to understand professional communities as a community of individuals belonging to the same profession. As a rule, professional communities are formed in order to ensure professional communication and exchange of experience.

We believe that such a communication format is useful not only for representatives of a specific profession, but its use may be appropriate for employees of non-standard forms of employment. Such a community will contribute to increasing their legal literacy, will provide an opportunity to express their group interests. It is possible to develop dialogue within professional communities with the help of digital technologies.

The main tool for solving this task can be digital platforms. A digital platform is a system of algorithmized mutually beneficial relationships of a significant number of independent participants in the economic sector (or sphere of activity), carried out in a single information environment, which leads to a decrease in transaction costs due to the use of a package of digital technologies for working with data and changing the system of division of labor.

The formation of the digital platform "Non-standard employment" will help the participants to organize an effective dialogue with state bodies, trade union organizations, and employers. The main goal of creating such a platform can be called ensuring the possibility of dialogue between non-standard employed workers, state authorities, employers for the most complete implementation of the main provisions of the Concept of decent work in the conditions of symbiotic development of standard and non-standard employment of the population. Based on this goal, a number of tasks can be formulated, the solution of which will be facilitated by the formation of the "Non-standard employment" digital platform: protection of the rights and freedoms of non-standard employees; increasing their legal literacy; expression of group interests of non-standard employees; monitoring and accounting of the features and extent of spread of non-standard employment; development of legislative initiatives regarding state regulation of non-standard employment; advising employers on legal and other aspects of the use of non-standard forms of employment.

Thus, the conditions for increasing the degree of adaptation of population employment and the development of adaptive employment are extremely important and require full consideration when implementing the process of regulating population employment in the conditions of transformation of its forms.

A special place in the list of employment development conditions is given to organizational conditions. At the same time, these conditions are not adequate in our country for modern challenges and need improvement.

Conclusions and prospects for further investigations.

Having analyzed the above, we state that the system of employment relations that has developed in Ukraine does not meet the criterion of flexibility and adaptability, which is largely the result of the conditions of its development, among which organizational conditions occupy a special place. At the same time, social-labor, territorial, production-technological, financial-economic and organizational conditions need to be improved, taking into account the modern features of the economy and society. In our opinion, the proposed and substantiated directions for improving the state regulation of organizational conditions will contribute to increasing the degree of adaptation of population employment to changes in accordance with socio-economic conditions and the development of adaptive employment, overcoming social and economic risks formed in this area, which is becoming especially relevant in modern conditions.

References

1. Connie, M. (2012). *White Social Media, Crisis Communication and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies*, CRS Press, London, UK. [in English].
2. Eurofound and the International Labour Office (2017), *Working anytime, anywhere: The effects on the world of work*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, and the International Labour Office, Geneva, Switzerland. [in English].

3. Zaytseva, I.S., Bunchykova, T.S. (2016). Rynok pratsi v Ukrayini: faktory formuvannya, suchasnyy stan i tendentsiyi rozvytku [*The labor market in Ukraine: factors of formation, current state and development trends*]. Upravlinnya rozvytkom, 3, pp. 105-113 [in Ukrainian].
4. Blyznyuk, V., Yatsenko, L. (2017). Sotsial'na spravedlyvist' u trudoviy sferi Ukrayiny: suchasni realiyi, problemy ta protyrichchya [*Social justice in the labor sphere of Ukraine: modern realities, problems and contradictions*]. Stratehichni priorityty, Vol. 4, pp. 104-117 [in Ukrainian].
5. Hnatenko, I.A. (2017). Suchasni tendentsiyi zaynyatosti naseleण्या v umovakh konverhentsiyi Ukrayiny z Yevropeys'kym Soyuzom [*Current trends in employment of the population in the conditions of convergence of Ukraine with the European Union*], Ekonomika ta upravlinnya natsional'nym hospodarstvom, Vol. 4 (60) , pp. 34-40 [in Ukrainian].
6. Dyachenko, M.I. (2018). Derzhavne upravlinnya zaynyatosti naseleण्या rehionu [*State Department of Employment of the Population of the Region*]. Derzhavne upravlinnya: vdoskonalennya ta rozvytok, Vol. 2, pp. 1-6 [in Ukrainian].
7. Il'yin, L.M. (2015). Suchasni tekhnolohiyi profilyuvannya bezrobitnoho naseleण्या ta mozhlyvosti yikhnoho zastosuvannya v Ukrayini [*Modern technologies of profiling the unemployed population and possibilities of their application in Ukraine*]. Ekonomika ta derzhava, Vol. 8, pp. 82-86 [in Ukrainian].
8. Landsman, V.A. (2012). Metodolohichni pidkhody do derzhavnoho rehulyuvannya rynku pratsi [*Methodological approaches to state regulation of the labor market*]. Teoriya ta praktyka derzhavnoho upravlinnya, Vol. 4 (39) , pp. 338-345 [in Ukrainian].
9. Shabanov, R.I. (2014). Osoblyvosti pravovoho rehulyuvannya zaynyatosti naseleण्या v krayinakh Yevropy [*Peculiarities of legal regulation of population employment in European countries*]. Naukovyy visnyk, Vol. 1, pp. 298-303 [in Ukrainian].
10. Blyznyuk, V.V. (2016). Ukrayins'kyy rynek pratsi: istorychni vyklyky ta novi zavdannya [*Ukrainian labor market: historical challenges and new tasks*]. Ukrayins'kyy sotsium, Vol. 3, pp. 58-71 [in Ukrainian].

Список використаних джерел

1. Connie M. White Social Media, Crisis Communication and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies. CRS Press. London. 2012. 294 p.
2. Eurofound and the International Labour Office (2017), Working anytime, anywhere: The effects on the world of work, Publications Office of the European Union, Luxembourg, and the International Labour Office, Geneva. 73 p.
3. Зайцева І. С., Бунчикова Т. С. Ринок праці в Україні: фактори формування, сучасний стан і тенденції розвитку. Управління розвитком. 2016. № 3 . С. 105–113.
4. Близнюк В., Яценко Л. Соціальна справедливість у трудовій сфері України: сучасні реалії, проблеми та протиріччя. Стратегічні пріоритети. 2017. № 4. С. 104–117.
5. Гнатенко І. А Сучасні тенденції зайнятості населення в умовах конвергенції України з Європейським Союзом. Економіка та управління національним господарством. 2017. № 4 (60). С. 34–40.
6. Дяченко М. І. Державне управління зайнятості населення регіону. Державне управління: вдосконалення та розвиток. 2018. № 2. С. 1–6.
7. Ільїн Л. М. Сучасні технології профілювання безробітного населення та можливості їхнього застосування в Україні. Економіка та держава. 2015. № 8. С. 82–86.
8. Ландсман В. А. Методологічні підходи до державного регулювання ринку праці. Теорія та практика державного управління. 2012. № 4(39). С. 338–345.
9. Шабанов Р. І. Особливості правового регулювання зайнятості населення в країнах Європи. Науковий вісник. 2014. № 1. С. 298–303.
10. Близнюк В. В. Український ринок праці: історичні виклики та нові завдання. Український соціум. 2016. № 3. С. 58–71.

ШЕВЧЕНКО Світлана Володимирівна, аспірант Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Київ, Україна.

УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ УМОВ ПІДВИЩЕННЯ СТУПЕНЯ АДАПТАЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ ДО ВИМОГ СУЧАСНОСТІ

Метою цієї статті є удосконалення державного регулювання організаційних умов підвищення ступеня адаптації зайнятості населення до вимог сучасності. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати сформовані у закордонній практиці на сьогоднішній день моделі державного регулювання зайнятості населення; удосконалити систему державного регулювання організаційних умов підвищення ступеня адаптації та розвитку адаптивної зайнятості.

Теоретичною, методологічною та практичною основою дослідження стали фундаментальні положення науки публічного управління та наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань державного регулювання організаційних умов підвищення ступеня адаптації зайнятості населення до вимог сучасності. Під час обробки та аналізу інформації використовувалися загальнонаукові методи аналізу та синтезу.

Проаналізувавши сформовані на сьогоднішній день моделі державного регулювання зайнятості населення, відзначено, що всі вони характеризуються різним поєднанням інструментів, властивих активній та пасивній політиці зайнятості. Залежно від національних, географічних, демографічних, економічних, соціальних та інших особливостей кожна держава розробляє і реалізує власну модель регулювання зайнятості населення. У цьому загальній тенденції всіх розвинених країн світу є зростання гнучкості ринку праці та розробка і реалізація на державному рівні інструментів у розвитку даного напрямку.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні системи державного регулювання організаційних умов підвищення ступеня адаптації та розвитку адаптивної зайнятості за блоками: правові основи (законодавче визначення та регулювання різноманітних форм зайнятості); політичні основи (розширення принципів державного регулювання зайнятості за допомогою включення принципів гармонізації, адаптивності, узгодженості змін); управлінські основи (формування та використання цифрової платформи «Нестандартна зайнятість»).

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані та обґрунтовані напрямки вдосконалення державного регулювання організаційних умов сприятимуть підвищенню ступеня адаптації зайнятості населення до змін відповідно до соціально-економічних умов та розвитку адаптивної зайнятості, подоланню сформованих у цій сфері соціальних та економічних ризиків, що набуває особливої актуальності в сучасних умовах.

Ключові слова: державне регулювання; зайнятість населення; організаційні умови; підвищення ступеня адаптації.

*Одержано редакцією: 14.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 29.03.2023 р.*

УДК 65.011:622.012

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-175-181

TSYMBAL Yevheniy,
Postgraduate,
Interregional Academy of Personnel Management,
Kyiv
ORCID: 0000-0001-8134-4945

A COMPREHENSIVE APPROACH TO ASSESSING THE LEVEL OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM

***Abstract:** An analysis of methods for assessing the level of social responsibility of business was carried out. The methodical approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system has been improved, which, unlike the current one, involves the use as a methodological basis of the distribution of the concepts of economic (fulfillment of tax, labor, environmental legislation, quality standards) and social (additional obligations of business, which taken voluntarily or under the influence of informal pressure from the authorities or society) of business responsibility and contains the calculation of quantitative indices of the volume of social investments (socially directed expenditures by mandatory and voluntary payments) and qualitative indices of social significance (designed to assess the degree of complexity and completeness of social investments).*

***Key words:** business, mandatory expenses, state, voluntary payments, indexes of social investment volumes, assessment methods, assessment of the level of social responsibility, public administration.*

Formulation of the problem. Despite the gradual development of the sphere of socially responsible business behavior, the benefits of social responsibility for many business representatives still remain unclear and poorly calculated. The assessment of business contribution to social development is currently carried out in two ways: a simple assessment, which includes the degree of socially responsible behavior of a particular enterprise, and an assessment of the effectiveness of social investments.

Analysis of recent research and publications. Scientific and practical literature singles out approaches to assessing the level of social responsibility of business in the system of public administration as an independent direction. The question of assessing the level of social responsibility of business in the system of public administration is covered by public administration and economics scientists, such as: Vorona O.V. [1], Kutsyk V.I. [2], Moiseyenko I.V. [2], Berezina O.Y. [3] and others.

Relevance – identification of previously unresolved parts of the overall problem. Despite the presence of many developments by scientists, in modern conditions, the study of a comprehensive approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system is of great importance. The first direction is designed to determine the place of the enterprise among other socially responsible participants and thus is ultimately aimed at the impact of the assessment on the image component of the enterprise. The second direction is designed to assess the expediency of choosing one or another direction of social programs within a specific enterprise. Basic performance indicators should be considered. The assessment of the degree of socially responsible behavior is intended to determine the company's place in a number of other socially responsible companies. In this regard, it is most often carried out in rating systems.

The purpose and objectives of the article. The purpose of this article is to study a comprehensive approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system. In order to achieve the set goal, the following tasks must be solved: analyze

the methods of assessing the level of social responsibility of business; to improve the methodical approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system.

Presentation of the main research material. The rating should be understood as a quantitative indicator of the level of evaluations of socially responsible activities of companies. Within the accepted evaluation system, indicators of social responsibility of business reflect the level of social activity of companies. The subjectivity of any assessment is due to the peculiarity of the indicators that are included in the rating and reflect the implementation of the principles of social responsibility of business.

Therefore, it is particularly important to conduct an analysis of various methods in order to identify their strengths and weaknesses. It is necessary to highlight two conditions. The first condition limits the range of analyzed methods – those methods that in one way or another reflect the economic nature of social costs, social investments, social activity as forms of socially responsible business behavior will be considered as analyzed. The second condition is dictated by the need to develop certain criteria for comparing methods.

These criteria were: 1) methodological basis; 2) the optimal number of criteria taken as the basis of the methodology for assessing socially responsible business behavior; 3) availability of quantitative and qualitative indicators in the methodology; 4) the method of collecting information, which is a certain symbiosis of methods of obtaining information, namely: survey of top managers of companies; analysis of available information; a survey among experts, which allows you to get an objective picture. The main goal is to define a set of measurable indicators and build a quantitative indicator of social investments, which is a basic indicator for comparing the activities of different companies.

Current methods contain certain shortcomings. Thus, in particular, systematic approaches to assessing the level of social responsibility, proposed by O.V. Voronoi [1] are based on the fact that information on expenses for corporate social programs, the amount of tax payments, etc. do not allow correct comparison of companies among themselves. For such an assessment, some calculation indices expressed in relative units are necessary. Methodologically, this calculated complex index takes into account such components of social responsibility as corporate citizenship (payment of taxes, investments), charity and social investments, that is, it takes into account the tax, investment and social policies of companies. Therefore, the use of this logic allows us to reach the following conclusions: 1. The methodology has a clear ideological basis. 2. Social costs are not considered in the total volume of current production costs, but are considered together with paid taxes and investments in fixed capital. 3. The methodology uses only quantitative indicators, which, on the one hand, make it possible to compare the indicators of different companies, and on the other hand, do not reflect a complete picture of the socially responsible behavior of a particular company. 4. Only the available information was taken as the researched data, and as a result of the analysis, not completely comparable data were obtained, which is explained by the unevenness of the restructuring of the assets of the enterprises. In some companies, at the time of the assessment, most of the assets were restructured, in others, on the contrary, such restructuring was not carried out at all. In this case, a part of spending on social needs went under the item of current expenses, and not only at the expense of profit.

Kutsyk V.I., Moiseyenko I.V. developed a methodology for evaluating the quantitative and qualitative index of social investments [2]. As the authors of this methodology note, the specifics of the information provision of the corporate social responsibility monitoring process in Ukraine require a partial adjustment of the existing standard methodology. They used 3 types of quantitative index of social investments. The general logic of this methodology is based on the assumption that due to the informational secrecy of most Ukrainian enterprises, it is impossible to obtain specific quantitative values of social costs at this stage. Nevertheless, despite some error, the data obtained during the measurement largely echo with other statistical studies, thereby proving reliability.

This technique has a number of significant drawbacks: 1. Excessive generalization of

indicators, on the one hand, and the absence of a single aggregated indicator, on the other. That is, on the one hand, the authors of the methodology claim to obtain indexes, but at the same time they do not derive a single aggregated index, complicating the procedure of comparing different companies according to all three quantitative criteria. This error is partially "corrected" by the qualitative index, which allows to calculate an integrated qualitative indicator of social investments based on three groups of indicators. 2. The research was based on a survey of top managers of 100 companies. The majority of interviewed managers chose an interval assessment of social costs. It should be noted that in the methods discussed above, the assessment of the level of social responsibility is based on the results of surveys of the largest number of respondents [3].

Another of the most well-known methods is the recommendations for evaluating activities and preparing non-financial reports, developed by the Center "Development of Social Responsibility" [4].

Their analysis from the standpoint of selected criteria is presented below.

1. The basis is the adaptation of international social reporting standards to the requirements of Ukrainian legislation and data provided by Ukrainian enterprises as mandatory accounting and other reporting. These indicators make it possible to evaluate activities in the field of social responsibility and social investment, taking into account the "Manual on reporting in the field of sustainable development" of the international organization Global Reporting Initiative (GRI) [5].

2. The system consists of 5 main areas of socially responsible activity (economic and financial sustainability; product quality and relations with consumers; relations with employees; environmental safety and development of the local community), which include 25 "indicators", which allows to give a fairly complete description of social responsible activity of the enterprise. At the same time, the use of heterogeneous indicators (value and kind, absolute and relative) of objects complicates or even makes it impossible to obtain an unambiguous final assessment of the parameters of social investment of the enterprise. Thus, the method does not allow comparison of various companies [5].

3. The methodology has a recommendatory character.

The personnel turnover rate and wage growth rate adopted in many methods are absent in this method precisely because of the inappropriate "format". Qualitative indices do not fully reflect the completeness and complexity of the signs of social investment, rather they characterize its informational openness and "formality" of the principles of socially responsible business behavior, which, undoubtedly, is an important but insufficient condition for a qualitative assessment. And finally, the methods have a declarative nature, there are no data on their practical application.

The analysis of the existing methods made it possible to formulate the following conclusions: 1. The lack of a methodological basis for many methods does not allow us to properly assess the practical significance of the approach proposed by the researchers. 2. It is quite important to determine the optimal number of criteria, which, on the one hand, allows to make the analysis more objective, and on the other hand, to be implemented. 3. The desire of some authors to derive one comprehensive indicator of the assessment of socially responsible business behavior prompted many to abandon the use of qualitative criteria. In our opinion, the presence of both quantitative and qualitative indicators in the methodology is justified. 4. A toolkit of techniques, including methods of obtaining information, is an important condition for obtaining qualitative and objective information. The most objective picture is provided by the use of all possible sources of information.

As a result of the analysis of existing approaches to assessing the level of socially responsible behavior, a methodology was developed that takes into account all identified shortcomings [6]. The methodological basis of the proposed approach consists in the division of concepts of economic and social responsibility of business. Economic responsibility is the basis of formal business obligations: compliance with tax, labor, environmental legislation, quality standards. Social responsibility is the basis of informal business obligations: additional business obligations that are taken voluntarily or under the influence of informal pressure from the

government or society [7]. The parameters of the assessment are the company's financial indicators, which belong to the main type of activity, including the company's obligations for taxes and fees, and data on the volume of investments in the social sphere, which are their voluntary initiative.

Parameters of assessment of social investments are conditionally divided into two subgroups: 1) indicators that take into account the mandatory requirements of the law; 2) indicators that take into account the allocation of funds in excess of mandatory norms (voluntary initiative).

Thus, the division of mandatory payments and voluntary business initiatives will allow, on the one hand, to determine the level of basic responsibility (implementation of current legislation), and on the other hand, to exceed the basic level of social responsibility.

As a tool for measuring the social responsibility of enterprises, the calculation of the system of indices of socially responsible business behavior was used, which made it possible to quantitatively determine the volume of social investments of enterprises, their structure by directions of use (parameters for evaluating social investments), their differentiation according to the size of enterprises, and even to assess the social activity of businesses in gradual dynamics.

A comprehensive approach to assessing the level of social responsibility of business in the public administration system includes the calculation of four indices of the volume of social investments (with sub-indices by groups of enterprises: small, medium and large business) and one qualitative, subjective indicator - social significance (reflects the level of complexity of social activity companies) [8]. Indices of the volume of social investments are divided into two groups of indexes: quantitative indices that give an idea of the volume of social investments both for an individual enterprise and for all enterprises as a whole (at the same time, absolute indicators (index of the volume of social investments per employee) are highlighted, as well as relative indicators in percentages); qualitative indices designed to assess the degree of complexity and completeness of social investments. Qualitative indicators can take values from 0 to 100% [9]. The greater the value of the index, the more complete the social policy of enterprises. The integral indicator of the level of social responsibility of business entities is calculated by the sum of the ranks of quantitative and qualitative indicators.

The presented comprehensive approach to assessing the level of business in the public administration system should be applied in the procedure for assessing participants in the social project competition at the regional level.

It should be noted that enterprises that win in various nominations do not receive additional benefits in the process of interaction with the authorities. Currently, there is no mechanism that takes into account the interests of the winners of the social project competition. The interaction of power and business structures in modern conditions is based on state regulation of the latter's economic interests. In this case, there is a duality of the state's interests. On the one hand, the power structures are interested in the growth of business and its indicators, which causes an increase in the amount of tax revenues to the budget, on the other hand, in solving the social problems of society together with the state by business structures. At the same time, the main goal of the economic activity of entrepreneurial structures is profit maximization, the realization of which, in particular, largely depends on the state's assistance in stimulating interest in business [10]. The interaction of power and business structures takes place on the basis of the implementation of the organizational and economic mechanism, which means the unity of structural and process components. An important condition for the formation of an effective organizational and economic mechanism of interaction between power and business structures is the definition of its main elements and the general interest of the parties in the pursuit of partnership. Having limited resources in the implementation of its goals and interests, the state seeks to increase the effectiveness of the functioning of entrepreneurship, stimulating its development, in particular with the help of budget funds.

The existing organizational and economic mechanism of interaction between power and business structures within the framework of the implementation of the concept of social responsibility of business in the public administration system consists of two separate evaluation

procedures at the local and regional levels.

At the regional level, the regional competition of social projects belongs to the measures of state regulation of social responsibility of business. The victory of the enterprise in various nominations within the framework of this competition carries public recognition of merits, while financial stimulation is not understood. At the same time, at the local level, as part of state support measures, there is a procedure for evaluating applicants, in which one of the criteria is social responsibility or the existence of a collective agreement. Thus, the algorithm for improving the organizational and economic mechanism of interaction between government structures and socially responsible business consists of the following stages: 1 stage – assessment of the effectiveness of state support measures and decision-making on further actions by state authorities; 2nd stage – evaluation of existing measures of state regulation; Stage 3 – proposals for improving the mechanism of state regulation of business social responsibility. At the first stage, a decision is made about the need to preserve the existing support programs, to carry out constant monitoring of the effectiveness of state support measures or to directly improve them. Thus, with a high level of general economic indicators and a low level of state support, in our opinion, there is no need to revise existing state support measures. With high levels of general economic indicators and state support, it is necessary to constantly monitor the effectiveness of state support programs. In the event that the result of the evaluation of the effectiveness of state support measures is a low level of general economic indicators and any variant of the level (high or low) of state support, in our opinion, a review of the procedure for allocation of funds is necessary.

In order to increase the effectiveness of the return of funds invested by the state in the development of business, it is necessary to take into account the level of its social responsibility. Thus, the second stage of improving the mechanism of interaction between business and government structures is the evaluation of existing measures of state regulation of social responsibility of business. As a result of such an assessment, the two most important tools of state regulation should be highlighted: indicators of social responsibility of business at the regional and local levels. At the regional level, a competition is held, the goals of which are to spread the positive experience of solving social issues by the participants of the competition, highlighting their contribution to raising the standard of living of the population of the region.

The procedure for evaluating participants involves accounting for the level of business (small, medium and large). Quantitative indicators (the ratio of the volume of social investments (the amount of funds allocated by the enterprise for social (charitable) activities in the declared nomination) to the number of employees and the ratio of the volume of social investments to revenue from the sale of products (works, services) and qualitative indicators (the social significance of the activities carried out by the participant of the competition.) This competition is an event of a non-financial nature.

Conclusions and prospects for further investigations.

Social responsibility of business in the system of public administration is an integral element of the market system of management, contributing to the creation of an effective competitive economy that ensures a high standard of living and quality of life of the population. Thus, the state is interested in the development of this sector of the economy and pays more and more attention to improving the environment and modernizing the relevant support infrastructure. But in conditions of limited resources, the state is not able to provide support to all those in need, therefore it chooses objects of support taking into account a number of evaluation indicators.

At the local level, as part of the implementation of measures to support socially responsible business, there should be a procedure for evaluating business projects of applicants who apply for subsidies, which also includes such a criterion as an assessment of social responsibility. In the future, it is necessary to develop criteria that should properly reflect the essence of the category "social responsibility of business" and will allow to determine the level of social responsibility of one company in relation to others.

References

1. Vorona, O.V. (2010). *Metodychni pidkhody do otsinky rivnya sotsial'noyi vidpovidal'nosti [Methodical approaches to assessing the level of social responsibility]*. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 30, pp. 127-133 [in Ukrainian].
2. Kutsyk, V.I., Moyseyenko, I.V. (2018). *Metodychni osnovy otsynuvannya sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryyemstva [Methodological basis for assessing the social responsibility of the enterprise]*. *Stalyy rozvytok ekonomiky*, vol. 3, pp. 92-99 [in Ukrainian].
3. Berezina, O.Yu. (2012). *Kil'kisna otsinka sotsial'noyi vidpovidal'nosti korporatsiy [Quantitative assessment of corporate social responsibility]*. *Visnyk Ukrayins'koyi akademiyi bankivs'koyi spravy*, vol. 1 (32), pp. 97-101. [in Ukrainian].
4. Tsentr "Rozvytok sotsial'noyi vidpovidal'nosti" (2022). [*Center "Development of social responsibility"*], Retrieved from: <http://csr-ukraine.org/> [in Ukrainian].
5. Web pages of Global Reporting Initiative (2022). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> [in English].
6. Voronchak. I.O. (2018). *Natsional'ni modeli sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu: osoblyvosti ta mekhanizm formuvannya [National models of social responsibility of business: features and mechanism of formation]*. *Ekonomika i suspil'stvo*, Vol. 17, pp. 24-29 [in Ukrainian].
7. Herasymenko, A.H., Mas'ko, A.M. (2019). *Modeli vzayemodiyi derzhavy ta rynku: instytutsiynnyy aspekt [State and market interaction models: institutional aspect]*. *Ekonomika ta derzhava*, Vol. 8, pp. 12-18 [in Ukrainian].
8. Hitis, T.P., Sobchuk, A.H. (2017). *Doslidzhennya zarubizhnoho dosvidu sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu i mozhlyvosti yoho adaptatsiyi do vitchyznyanykh umov [Study of foreign experience of social responsibility of business and the possibility of its adaptation to domestic conditions]*. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu*, Vol. 3 (49), pp. 70-74 [in Ukrainian].
9. Hradyyuk, N.M. (2011). *Sotsial'na vidpovidal'nist' pidpryyemstv v umovakh stanovlennya hromadyans'koho suspil'stva v Ukrayini [Social responsibility of enterprises in the conditions of the formation of civil society in Ukraine]*. *Rehional'na ekonomika*, Vol. 2, pp. 143-150 [in Ukrainian].
10. Hrazhevs'ka, N., Mostepanyuk, A. (2018). *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' yak chynnyk nahromadzhennya novitnikh form kapitalu v suchasniy rynkoviy ekonomitsi [Corporate social responsibility as a factor in the accumulation of new forms of capital in the modern market economy]*. *Ekonomika*, Vol. 2, pp. 12-19 [in Ukrainian].

Список використаних джерел

1. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 127–133.
2. Куцик В. І., Мойсеєнко І. В. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності підприємства. Сталий розвиток економіки. 2018. № 3. С. 92–99.
3. Березина О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. Вісник Української академії банківської справи. 2012. № 1 (32). С. 97–101.
4. Центр «Розвиток соціальної відповідальності» (2022). URL: <http://csr-ukraine.org/> (дата звернення: 25.02.2023).
5. Web pages of Global Reporting Initiative (2022). URL: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (дата звернення: 25.02.2023).
6. Ворончак І. О. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування. Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 24–29.
7. Герасименко А. Г., Масько А. М. Моделі взаємодії держави та ринку: інституційний аспект. Економіка та держава. 2019. № 8. С. 12–18.
8. Гітис Т. П., Собчук А. Г. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3(49). С. 70–74.

9. Градюк Н. М. Соціальна відповідальність підприємств в умовах становлення громадянського суспільства в Україні. Регіональна економіка. 2011. № 2. С. 143–150.

10. Гражевська Н., Мостепанюк А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. Економіка. 2018. № 2. С. 12–19.

ЦИМБАЛ Євгеній Петрович, аспірант Міжрегіональної академії управління персоналом, Київ, Україна.

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Метою даної статті є дослідження комплексного підходу до оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління, аналіз методики оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу, удосконалення методичного підходу до оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління.

Теоретичною, методологічною та практичною основою дослідження стали фундаментальні положення науки публічного управління та наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління. Під час обробки та аналізу інформації використовувалися загальнонаукові методи аналізу та синтезу.

На підставі аналізу міжнародного та українського досвіду досліджено комплексний підхід до оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління. Проаналізовано методики оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу. Аналіз існуючих методик дозволив сформулювати такі висновки: відсутність методологічної основи багатьох методик не дозволяє належним чином оцінити практичну значущість пропонованого дослідниками підходу; досить важливим є визначення оптимальної кількості критеріїв; відмова від використання якісних критеріїв; інструментарій методик включає способи отримання інформації, що є важливою умовою отримання якісної та об'єктивної інформації. Удосконалено методичний підхід до оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні методичного підходу до оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу в системі публічного управління, який на відміну від діючого передбачає використання у якості методологічної основи розподілу понять економічної (виконання податкового, трудового, екологічного законодавства, норм якості) та соціальної (додаткові зобов'язання бізнесу, які узяті добровільно чи під впливом неформального тиску з боку влади чи суспільства) відповідальності бізнесу та містить розрахунок кількісних індексів обсягів соціальних інвестицій (соціально спрямованих витрат за обов'язковими та добровільними виплатами) та якісних індексів соціальної значимості (покликані оцінити ступінь комплексності та повноти соціальних інвестицій).

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що у навчальному процесі може бути використана основа пропонованого підходу, яка полягає у розподілі понять економічної та соціальної відповідальності бізнесу. Економічна відповідальність лежить в основі формальних зобов'язань бізнесу: виконання податкового, трудового, екологічного законодавства, норм якості. Соціальна відповідальність є основою неформальних зобов'язань бізнесу: додаткові зобов'язання бізнесу, які узяті добровільно чи під впливом неформального тиску із боку влади чи суспільства.

Ключові слова: *бізнес, обов'язкові витрати, держава, добровільні виплати, індекси обсягів соціальних інвестицій, методики оцінки, оцінка рівня соціальної відповідальності, публічне управління.*

*Одержано редакцією: 03.03.2023 р.
Прийнято до публікації: 22.03.2023 р.*

УДК 711.8:334.72(477)

DOI 10.33251/2707-8620-2023-8-182-189

VYNOGRADOVA Nataliia,

Postgraduate,

Interregional Academy of Personnel Management,

Kyiv

ORCID: 0000-0002-4360-0984

APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS REGARDING THE FORMATION OF THE INFRASTRUCTURE OF LIFE SUPPORT SERVICES FOR THE POPULATION

***Abstract:** On the basis of the analysis of international and Ukrainian experience, models of the formation and development of the regional infrastructure of life support services of the population have been identified. The structure of the integrated model of formation and development of the regional infrastructure of life support services has been improved. Approaches to the implementation of the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population have been developed. The principles of implementation of the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population are proposed.*

***Key words:** public-private interactions, public-private partnership, infrastructure of life support services, model of the regional infrastructure of life support services, regional policy of joint participation.*

Formulation of the problem. The inadequacy and high level of wear and tear of the regional infrastructure of life support services for the population dictates the need for its modernization, which involves solving the task of finding financial funds. Moreover, this task in most regions of Ukraine cannot be solved only at the expense of budgetary resources. This, in turn, requires the development of approaches to the development of public-private partnerships regarding the formation of the infrastructure of life support services for the population.

Analysis of recent research and publications. Scientific and practical literature singles out public-private interaction as an independent direction. The issue of public-private partnership is highlighted by scientists from public administration and economics, such as: T.M. Kachala [1], K. Verhoest [2], I. Khomenko [3], L. Volynets [3], G. Lysenko [3] and others.

Relevance – identification of previously unresolved parts of the overall problem. Despite the presence of many developments by scientists, in modern economic conditions, the study of approaches to improving the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population is gaining importance. From a theoretical point of view, the problem of working out approaches to the development of public-private interactions regarding the formation of the infrastructure of life support services for the population becomes relevant.

The purpose and objectives of the article. The purpose of this article is to research approaches to the development of public-private partnerships for the formation of the infrastructure of life support services for the population. In order to achieve the set goal, the following tasks must be solved: analyze the models of formation and development of the regional infrastructure of life support services for the population; to improve the structure of the integrated model of formation and development of the regional infrastructure of life support services of the population; to develop approaches to the implementation of the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services for the population.

Presentation of the main research material. Analyzing the international and Ukrainian experience [1; 2; 3; 4], the following models of formation and development of the regional infrastructure of life support services can be identified. The first is the public model – all investments in the design, implementation of the project and operation of the introduced facility are made at the expense of the state (regional) budget. The service provider is a state (municipal) organization.

In such countries as the United Arab Emirates, Libya and Kuwait, citizens do not pay for housing and communal services. This is facilitated by the availability of natural resources in sufficient quantity, which allows providing citizens with the necessary goods, that is, part of the mixed goods is transformed into the category of "pure public goods" [5]. It should be noted that in the United Arab Emirates only native residents are exempted from payments.

The next is the private model – all investments in the design, implementation of the project and operation of the introduced object are carried out at the expense of the funds of a private investor [6]. Tariff regulation is at the discretion of authorities of the appropriate level (this model is practically not used in its pure form). The service provider is a private organization.

The foreign experience of the formation and development of the infrastructure of life support services for the population shows that in many Western countries private companies work in this field [7]. The US government, for example, decided to remove itself from the management of housing and communal systems, delegating these powers to private companies and at the same time transferring to them the obligation to bear responsibility to citizens for non-fulfillment of obligations under the contract. At the same time, all are equal before American legislation – both consumers (population) and producers (private business) of services. Some experts believe that similar foreign experience should be used [8; 9; 10]. There are many private organizations operating in the USA today. Thanks to healthy competition, the service of the country is provided at a high level, and the cost of service from companies in the analyzed field is quite acceptable. If residents are not satisfied with the quality or availability of services, they can quickly change the organization that provides these services. However, this model does not include a social component, making services inaccessible to a significant proportion of citizens who are in an unfavorable situation.

In the "state guarantee" model, as in the second model, all investments in the design, implementation of the project and operation of the introduced object are carried out at the expense of the funds of a private investor, but authorities of the appropriate level can act as guarantors for loans (credits) received by the investor (owner) to the financial market. Also, authorities of the appropriate level can regulate the prices for the vacation of the relevant goods or services – products of the object of investment activity. The service provider is a private organization.

Partnership models are all investments in the design, implementation of the project and operation of the introduced object are carried out jointly, both at the expense of the budget of the appropriate level, and at the expense of the funds of the private owner in various forms of public-private partnership. A service provider is an organization of any legal form.

These models include, in particular: leasing (rental) model; the "joint enterprises" model; the concession model, which provides for the transfer of an object that is in state (municipal) ownership to a private person for a specified period; model of institutional investment (taking into account the issue of infrastructure bonds).

It is obvious that none of the proposed models can be applied in their pure form, which is due to the following circumstances:

- strategies and programs that focus only on the use of budget funds do not allow authorities to implement large-scale, strategic projects that are the basis of the country's high competitiveness;
- a number of objects of the considered type of infrastructure, along with high social significance, have extremely low investment attractiveness, which makes it impossible for business structures to be interested in their construction, modernization and development;
- the presence of a large number of risks in the implementation of partnership projects, both for private and public participants;

– the presence of possible risks for consumers (increase in the cost of services, low level of their quality and availability, etc.).

The integration of all the above-mentioned models will allow the integration of all the above-mentioned models to take into account the specifics of the regional infrastructure of life support services and, accordingly, to reduce possible risks for all parties, as well as to eliminate such negative factors as administrative regulation, corruption, lack of investment return guarantees, etc.

The objects of public-private partnership agreements that belong to the considered sphere are, in particular, protective road structures, artificial road structures, production facilities (elements of road construction, facilities intended for toll collection (including toll collection points), road service facilities, public transport, except for the subway, facilities for the production, transmission and distribution of electric energy, underwater and underground technical facilities, transitions, communication and communication lines, other linear facilities objects of communication and communication, processing, disposal, disposal, placement of solid municipal waste, objects of improvement of territories, including for their lighting, etc.

All of the above proves that today the main resource that must be used from the point of view of changing the situation in the sphere of the formation of the infrastructure of life support services for the population is the determination of the rules of relations and the appropriate proportion between the authorities and business in the sector, as well as the creation of motivation for business.

Therefore, each region should have its own integrated model for the formation and development of the regional infrastructure of life support services for the population, which involves a combination of social orientation and market principles and takes into account territorial socio-economic and ecological features. The structure of the integrated model of the formation and development of the regional infrastructure of life support services for the population should provide for the following blocks: construction, modernization and operation of regional life support infrastructure facilities (public creation and operation of facilities; creation and operation of facilities at the expense of private investors; creation and operation objects using PPP); risk reduction and protection of producers and consumers (regulation of prices and tariffs; development of a competitive environment; public control and assessment); attracting private funds (increasing the investment attractiveness of objects; improving the regional investment climate; providing guarantees for loans).

It is obvious that the key to the successful formation of the infrastructure of life support services for the population is the complexity (integration) of the development of territories and infrastructure systems, which involves the formation of a special direction of regional socio-economic policy based on the strategic perspectives of the national economic system and its regional subsystems. The formation of social infrastructure, and in particular the infrastructure of life support services for the population, is impossible without active state regulation and state participation. Without the involvement of private investors, it is impossible to create a system of infrastructure facilities for life support services for the population that would meet modern requirements and be able to provide high-quality and affordable services.

It is necessary to develop and implement a special type of policy (as an independent direction of regional socio-economic policy) that ensures the formation of an effective system of infrastructure facilities for life support services for the population - a policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure for life support services for the population.

The regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population is the activity of the authorities and other interested entities in order to create conditions for the formation and implementation of an organizational, economic and regulatory-legal mechanism that ensures the satisfaction of the needs of the population and economic entities of the region to the services provided by the infrastructure

facilities of the life support services of the population with the help of rationalization of financing, improvement of the investment climate and improvement of the efficiency of the management of the infrastructure facilities.

The goal of such a policy is to create a system of effectively functioning infrastructure facilities of life support services in the region, which ensure high quality of the population of the region.

The initial stage of the formation and implementation of regional policy is the following measures of the authorities, such as: assessment of the levels of quantitative and qualitative provision of services to the population provided by the objects of the considered type of infrastructure and determination of the main directions of development of the infrastructure of life support services, taking into account the peculiarities of the region;

– formation of the expenditure part of regional budgets for financing the development processes of the infrastructure of life support services;

– determining the possibility of attracting other financial sources (state (in the form of subsidies and subventions for projects of high social significance) and private); drawing up a set of measures aimed at increasing the investment attractiveness of measures implemented within the framework of this policy.

The next stage of the regional policy is the organizational and economic measures of the authorities regarding: the formation of plans for the development of the infrastructure of life support services; development and implementation of an effectively functioning system of regulation of the process of providing services to the population; determining directions and creating a mechanism for the interaction of authorities with potential investors; drawing up proposals for participation in regional programs for the development of the infrastructure of life support services; the beginning of the formation of competitive procedures.

The objects of the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population are the objects of the infrastructure of the region, which ensure the possibility of the territory to satisfy the entire complex of needs of citizens in the types of services under consideration.

The following actors act as subjects: the population (the main consumer of services), state administration bodies that determine the main priorities and directions of policy in the analyzed area; regional authorities, I and local self-government bodies, which are engaged in the direct development and implementation of the development of the infrastructure of life support services; state and communal enterprises that provide services to the population; private entities providing and consuming services; investors, in particular institutional investors, participating in the development of infrastructure facilities in the region; banks and other credit institutions.

As for the enterprises working in this area, they can have different affiliations, that is, work in both the public and private sectors. It is obvious that the purpose of the activity of state and communal enterprises operating in the field under consideration is to satisfy the needs of the population in the services provided, to constantly improve the level of service and the quality of services. The purpose of commercial enterprises is to make a profit.

At a number of enterprises that provide life support services, the presence of significant reserve capacities (up to 30% of equipment) necessary to cover maximum seasonal and peak loads is noted.

The majority of organizations engaged in the production of homogeneous products, that is, they provide one type of service that is, as a rule, unique in the territory of the region (absence of a competitive environment), that is, a significant part of the enterprises in the territory is a natural local monopolist (resource provision organization) or occupies a de facto monopoly position in the production and provision of services (housing sphere), which significantly complicates the development of market, competitive relations in the analyzed sphere. Two approaches to the implementation of regional policy can be distinguished:

– sectoral, which is mainly focused on the development of housing and communal services

services with the help of state support measures;

– territorial, targeted comprehensive development of regional infrastructure taking into account territorial specificity.

It is quite obvious that when developing a regional policy, it is better to use a territorial approach, since the development of the regional infrastructure of life support services for the population is a multidimensional and multilevel process with a large number of participants and mutual responsibility of the state and business for the process of providing services to the population.

The result of the policy should be an increase in the availability and quality of services for the population, as well as a more economical use of resources (resource conservation).

The regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services for the population is focused on the following aspects:

– economic, which includes: the financial aspect (the financial aspect assumes that the entities have sufficient infrastructure for life support services for the population. To solve the management tasks of the sphere under consideration, an improvement of the budget process is required.

Production aspect (determines the need for logistical support in the region for services);

– social (related to the entire set of measures to improve the level and quality of life of the population);

– organizational (related to the organization of the field management subsystem, including on the ground);

– administrative and legal (presupposes the development and application of an effective mechanism for managing the processes of creating and developing the infrastructure of life support services for the population, including the formation of development programs and plans both at the regional and local levels);

– personnel (related to the mandatory presence of qualified, competent personnel who have work experience in the field of management to make effective decisions regarding the management of infrastructure objects).

In each region, with the efforts of the authorities and the local community, it is necessary to assess the social, economic and ecological potential, problems, trends, as well as goals and objectives and possible directions of strategic development of infrastructure facilities for life support services of the population.

In order to achieve the maximum effectiveness of the implementation of the regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services of the population, it should be based on the following principles:

– the principle of effective interaction, which involves trust, cooperation and mutual support of regional authorities and business structures, as well as orientation to the maximum satisfaction of consumers' interests;

– the principle of competitiveness, which allows the authorities of the region to evaluate and support the most worthy and effective enterprises and organizations that are part of the infrastructure of life support services;

– the principle of innovativeness, i.e. development of the most promising infrastructure facilities of life support services (taking into account social orientation), application of advanced methods and technologies, activation of the technology transfer process;

– the principle of openness, i.e. ensuring bilateral information cooperation of regional authorities and business structures;

– the principle of investment attractiveness and increasing liquidity, which involves expanding the use of effective and innovative mechanisms for attracting private investment in the creation, modernization and development of infrastructure, including securitization (using, for example, the issuance of infrastructure bonds);

– the principle of adaptability, which involves the use of many forms of interaction between

regional authorities and business structures, taking into account regional specifics;

– the principle of optimal financing, which allows, based on such an indicator as budget efficiency, to maintain the optimal level of state participation both in the organizational and financial sense.

Conclusions and prospects for further investigations. Within the framework of the implementation of the regional policy of joint participation in the sphere of life support services, a system for tracking the implementation of the policy should be formed, as well as a continuous assessment of the results of the policy, including the effectiveness of the management decisions made.

It is obvious that the development and implementation of an effective regional policy of joint participation in the processes of formation and development of the infrastructure of life support services for the population will make it possible to make the maximum use of regional factors and favorable prerequisites for the creation of a system of objects of the type of infrastructure under consideration in the regions of Ukraine, as well as to improve the quality and increase accessibility provided services.

References

1. Kachala, T.M. (2010). Rozvytok derzhavno-pryvatnoho partnerstva v zhytlovo-komunal'nomu hospodarstvi rehionu: problemy ta perspektyvy [*Development of public-private partnership in housing and communal services of the region: problems and prospects*]. Zbirnyk naukovykh prats' Kyivskoho natsional'noho ekonomichnoho universytetu imeni V. Het'mana, 23, pp. 218-223 [in Ukrainian].
2. Verhoest, K. (2015). How Do Governments Support the Development of Public Private Partnerships? Measuring and Comparing PPP Governmental Support in 20 European Countries. *Transport Reviews: A Transnational Transdisciplinary Journal*, 35, Issue 2, pp. 118-139. [in English].
3. Khomenko, I., Volynets', L., Lysenko, H. (2021). Osoblyvosti derzhavno-pryvatnoho partnerstva yak mekhanizm realizatsiyi novoyi rehional'noyi polityky dlya funktsionuvannya ta rozvytku dorozhn'oho hospodarstva [*Features of public-private partnership as a mechanism for implementing a new regional policy for the functioning and development of the road sector*]. *Naukovyy visnyk Polissya*, 2 (21), pp. 73-82. [in Ukrainian].
4. Khomenko, I.O., Kontseva, V.V., Bezuglyi, A.O. (2017). Current state and features of financing of the road sector. *Naukovyy visnyk Polissya*, 4 (12). p. 2. pp. 201-205 [in English].
5. Braylovs'kyy, I.A. (2014). Modeli i mekhanizmy derzhavno-pryvatnoho partnerstva: realizatsiya v Ukrayini [*Models and mechanisms of public-private partnership: implementation in Ukraine*]. Monohrafiya, Donetsk: TOV "Skhidnyy vydavnychyy dim" [in Ukrainian].
6. Bovsuniv'ska, I.V. (2019). Publichno-pryvatne partnerstvo yak ob'ekt teoretychnykh doslidzhen' u sferi publichnoho upravlinnya [*Public-private partnership as an object of theoretical research in the field of public administration*]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernads'koho. Seriya: Derzhavne upravlinnya*, Tom 30 (69), Vol. 2, pp. 7-12 [in Ukrainian].
7. Hrytsenko, L.L. (2015). Naukovo-metodychnyy pidkhid do otsinyuvannya ryzykiv innovatsiynykh proektiv derzhavno-pryvatnoho partnerstva [*A scientific and methodological approach to risk assessment of innovative public-private partnership projects*]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, Vol. 1, pp. 96-106 [in Ukrainian].
8. Kvitka, S.A. (2015). Publichno-pryvatne partnerstvo yak diyevyy mekhanizm vzayemodiyi vlady ta biznesu [*Public-private partnership as an effective mechanism of interaction between government and business*]. *Aspekty publichnoho upravlinnya*, Vol. 7-8, pp. 47-56 [in Ukrainian].
9. Kredisov, A.I. (2016). Derzhavno-pryvatne partnerstvo: svitovyy dosvid ta yoho vykorystannya v Ukrayini [*Public-private partnership: world experience and its use in Ukraine*]. *Ekonomika Ukrayiny*, Vol. 2 (651), pp. 4-15 [in Ukrainian].

10. Simak, S.V. (2016). Instytutsiynyy rozvytok publichno-pryvatnoho partnerstva: teoriya, metodolohiya, mekhanizmy derzhavnoho upravlinnya [*Institutional development of public-private partnership: theory, methodology, state management mechanisms*]. Monohrafiya, Kyuyiv, AMU [in Ukrainian].

Список використаних джерел

1. Качала, Т. М. Розвиток державно-приватного партнерства в житлово-комунальному господарстві регіону : проблеми та перспективи. Збірник наукових праць Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана. Київ : КНЕУ, 2010. Випуск 23. С. 218–223.
2. Verhoest, K. How Do Governments Support the Development of Public Private Partnerships? Measuring and Comparing PPP Governmental Support in 20 European Countries. *Transport Reviews: A Transnational Transdisciplinary Journal*. 2015. Volume 35, Issue 2. P. 118-139.
3. Хоменко І., Волинець Л., Лисенко Г. Особливості державно-приватного партнерства як механізм реалізації нової регіональної політики для функціонування та розвитку дорожнього господарства. *Науковий вісник Полісся*, 2021. 2 (21), С. 73–82.
4. Khomenko, I. O., Kontseva, V. V., Bezuglyi, A. O. Current state and features of financing of the road sector. *Науковий вісник Полісся*. 2017. 4 (12). Ч. 2. С. 201–205.
5. Брайловський І. А. Моделі і механізми державно-приватного партнерства: реалізація в Україні: Монографія. Донецьк : ТОВ «Східний видавничий дім», 2014. 376 с.
6. Бовсунівська І. В. Публічно-приватне партнерство як об'єкт теоретичних досліджень у сфері публічного управління. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Державне управління. Том 30 (69) № 2. 2019. С. 7–12.*
7. Гриценко Л. Л. Науково-методичний підхід до оцінювання ризиків інноваційних проектів державно-приватного партнерства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 96–106.
8. Квітка С. А. Публічно-приватне партнерство як дієвий механізм взаємодії влади та бізнесу. *Аспекти публічного управління*. 2015. № 7-8. С. 47–56.
9. Кредісов А. І. Державно-приватне партнерство: світовий досвід та його використання в Україні. *Економіка України*. 2016. № 2 (651). С. 4–15.
10. Сімак С. В. Інституційний розвиток публічно-приватного партнерства : теорія, методологія, механізми державного управління : монографія. Київ : АМУ, 2016. 388 с.

ВИНОГРАДОВА Наталія Володимирівна, аспірант Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Київ, Україна.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНИХ ВЗАЄМОДІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОСЛУГ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ

Метою даної статті є дослідження підходів до розробки державно-приватних взаємодій щодо формування інфраструктури послуг життєзабезпечення населення, аналіз моделей формування та розвитку регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення, удосконалення структури інтегрованої моделі формування та розвитку регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення.

Теоретичною, методологічною та практичною основою дослідження стали фундаментальні положення науки публічного управління та наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань державно-приватного партнерства маркетингу. Під час обробки та аналізу інформації використовувалися загальнонаукові методи аналізу та синтезу.

На підставі аналізу міжнародного та українського досвіду виділено моделі формування та розвитку регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення. Удосконалено структуру інтегрованої моделі формування та розвитку регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення. Розроблено підходи до реалізації регіональної політики спільної участі у процесах формування та розвитку інфраструктури послуг життєзабезпечення населення. Запропоновано принципи реалізації регіональної політики спільної участі у процесах формування та розвитку інфраструктури послуг життєзабезпечення населення.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні структури інтегрованої моделі формування та розвитку регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення за такими блоками: будівництво, модернізація та експлуатація об'єктів регіональної інфраструктури життєзабезпечення (публічне створення та експлуатація об'єктів; створення та експлуатація об'єктів за рахунок приватних інвесторів; створення та експлуатація об'єктів); зниження ризиків та захист виробників і споживачів (регулювання цін і тарифів; розвиток конкурентного середовища; публічний контроль і оцінка); залучення приватних коштів (підвищення інвестиційної привабливості об'єктів; поліпшення регіонального інвестиційного клімату; надання поруки щодо позик (кредитів)).

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розробка та реалізація ефективної регіональної політики спільної участі у процесах формування та розвитку інфраструктури послуг життєзабезпечення населення дозволить максимально використати регіональні фактори та сприятливі передумови для створення в регіонах України системи об'єктів виду інфраструктури, що розглядається, а також поліпшити якість і підвищити доступність наданих послуг.

Ключові слова: державно-приватні взаємодії, державно-приватне партнерство, інфраструктура послуг життєзабезпечення населення, модель регіональної інфраструктури послуг життєзабезпечення населення, регіональна політика спільної участі.

Одержано редакцією: 10.01.2023 р.
Прийнято до публікації: 25.01.2023 р.

Вимоги

до оформлення статей які подаються у збірник наукових праць
«Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право»

Періодичність: 2 рази на рік. Статті приймаються до 01 листопада та 30 березня.

Статті друкуються за рубриками:

1. Економіка та управління підприємствами.
2. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит.
3. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.
4. Фінанси, гроші та кредит.
5. Авіаційна промисловість: економіка, проблеми, перспективи, правове регулювання.
6. Менеджмент та маркетинг.
7. Туризм: економіка, правове регулювання, корпоративний бізнес, проблеми та перспективи.
8. Право: актуальні загальнотеоретичні та галузеві правові питання, пропозиції до законодавства, зарубіжний правовий досвід, авіаційна безпека.

Робочі мови – українська, англійська.

Вимоги до змісту та оформлення статті:

Стаття повинна мати складові, що відповідають чинним вимогам до оформлення статей у фахових виданнях:

Анотація – від 5 рядків.

Ключові слова: не менше 5.

Постановка проблеми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Мета статті.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел.

References (обов'язковий переклад англійською мовою).

Англійською мовою дублюється інформація про автора (авторів): П.І.Б. (повністю, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, назва статті).

Abstract (від 30 рядків, не менше 250 слів).

Key words: не менше 5.

Технічні вимоги:

Стаття має бути набрана у редакторі MS Word.

Обсяг статті: від 10 друкованих сторінок.

Вимоги до оформлення: формат А4, орієнтація – книжна. Поля: верхнє – 2 см., нижнє – 2 см., ліве – 3 см., праве – 1,5 см., Times New Roman, кегель 14, міжрядковий інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см.

Список використаних джерел має складатися із двох блоків (ця вимога діє і для англійських статей):

1) **Список використаних джерел** (для англійських статей: References (in language original). Це джерела мовою оригіналу, оформлені відповідно до українського стандарту бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015).

2) **References** – ті самі джерела, оформлені за міжнародним бібліографічним стандартом APA-2010. Назви періодичних україно-мовних видань (журналів, збірників тощо) подаються транслітерацією, а в дужках – англійською мовою. Наприклад: Ekonomisnii Casopis-XXI (Economic Annals-XXI).

Назви джерел (не менш як 5) у списку використаних джерел розміщуються за абеткою.

Компонування тексту:

УДК – у лівому кутку (обов'язково);

прізвище й ініціали автора (авторів) жирним шрифтом праворуч, а також науковий ступінь, звання, посада, місце роботи, ORCID;

через 1 інтервал – назва статті великими літерами жирним шрифтом симетрично до тексту;

через 1 інтервал – анотація та ключові слова українською мовою;

через 1 інтервал – текст;

через 1 інтервал список використаних джерел, References;

через 1 інтервал – англійською мовою дублюється інформація про авторів, назва статті;

через 1 інтервал – подається розширена англійська анотація (Abstract), не менше 30 рядків;

через 1 інтервал – ключові слова англійською мовою.

Для авторів, які не мають наукового ступеня необхідна рецензія фахівця (кандидата або доктора наук) у галузі наук, за якою підготовлена стаття.

Матеріали, що не оформлені відповідно до зазначених вимог або не відредаговані, розглядатися не будуть.

Стаття та відомості про автора (авторів) надсилається на
E-mail: **fmlanau2019@ukr.net**

Більш детальну інформацію можна дізнатись за посиланням
<https://fmnzb.sfa.org.ua/informacziya/vymogy-do-statej/>

Наукове видання

НАУКОВИЙ ВІСНИК ЛЬОТНОЇ АКАДЕМІЇ

Серія: Економіка, менеджмент та право

Збірник наукових праць

Відповідальність за зміст матеріалів
та достовірність викладених фактів несуть автори публікацій

Відповідальний за випуск: *Письменна Марія Сергіївна*
Відповідальний секретар: *Урсол Оксана Володимирівна*
Комп'ютерна верстка: *Канчі Катерина Геннадіївна*

Електронну версію збірника розміщено за веб-адресою:
<https://fmnzb.sfa.org.ua/>

Підписано до друку 16.06.2023 р.
Формат 60x84 1/8. Ум. друк. арк. 23,25.
Тираж 150 прим. Зам. № 377.

Віддруковано з оригінал макету
ТОВ «Центр учбової літератури»
Свідоцтво держ. реєстру ДК No 2458 від 30.03.2006 р.
04176, м. Київ, вул. Лаврська, 20, info@cul.com.ua
тел.: 0444516595