НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ



## УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ

програма та матеріали

ХVІІ КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ УЧЕНИХ

КАФЕДРИ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА

**07 грудня 2023 р.**

НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ

**УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ**

програма ТА МАТЕРІАЛИ

ХVІІ КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ УЧЕНИХ

КАФЕДРИ ЕКОНОМІКИ ТА права

**07 грудня 2023 р.**

Харків

2023

УДК 330.36(063)

У67

Редакційна колегія: *Рубан Л.О.* канд. екон. наук (відп. ред.); *Іванова О. А.,* канд. екон. наук; *Компанієць В. В.*, д-р екон. наук; *Тимохова Г. Б.,* канд. екон. наук; *Цибульська Е. І.,* канд. екон. наук, *Величко К. Ю.,* канд. екон. наук.

У збірнику представлено основні результати науково-дослідної роботи молодих учених закладів вищої освіти України, в яких проаналізовано процеси формування інвестиційної привабливості підприємств, розробки інвестиційної стратегії, функціонування системи контролінгу, управління інвестиційними ризиками як чинники економічної рівноваги на макро- і мікрорівнях.

Для студентів та практичних працівників.

### У67

**Управління** як чинник економічної рівноваги : програма та матеріали ХVІІ конф. молодих учених каф. економіки та права, Харків, 07 груд. 2023 р. / Нар. укр. акад. – Харків, 2023.– 153 с.

*Рекомедовано до друку Радою факультету «Бізнес-управління», протокол №2 від 18.12.2023 р.*

**УДК 330.36(063)**

© Народная украинская академия, 2023

**ОргкомІтет конференцІЇ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Керівна група:** |  |
| **Рубан Л.О.** | – голова оргкомітету, завідувач кафедри економіки та права Народної української академії, канд. екон. наук, доцент |
|  |  |
| **Члени оргкомітету:** |  |
| **Іванова О. А.** | – проректор з науково-дослідної роботи, доцент кафедри економіки та права Народної української академії, канд. екон. наук, доцент |
|  |  |
| **Компанієць В. В.** | – професор кафедри економіки та права Народної української академії, д-р екон. наук, професор |
|  |  |
| **Цибульська Е. І.** | – доцент кафедри економіки та права Народної української академії, канд. екон. наук, доцент |
|  |  |
| **Тимохова Г. Б.** | – доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, канд. екон. наук, доцент |
|  |  |
| **Величко К. Ю.** | – доцент кафедри економіки та бізнесу Державного біотехнологічного університету, канд. екон. наук, доцент |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**Регламент**

**РОботИ конференцІЇ**

**07 грудня 2023 року**

**середа**

|  |  |
| --- | --- |
| 14.30 – 15.00 | Реєстрація учасників |
| 15.00 – 16.45 | Робота конференції |
| 16.45 – 17.00 | Підведення підсумків конференції |

|  |
| --- |
| **НАУКОВІ ДОПОВІДІ. УЧАСТЬУ ДИСКУСІЇ** |
| Бабенко Н. М., студентка Кудінова М.М., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, к.е.н.Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна | Форми організації управління зовнішньоекономічною діяльністю на прикладі глобальних міжурядових організацій  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Кудінова М. М. |
| Берест К. В., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Benefits and drawbacks of global AI employment in an attempt to increase IT company competitiveness  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Беспалов І. А., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Порівняльний аналіз та майбутні прогнози фінансування оборони в ключових глобальних економіках |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Бойко Є. О., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Фінансове планування на підприємстві |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Бугаєнко А. О., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Особливості аналізу фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Голікова Є.К., студентка Державний біотехнологічний університет | Моделі мотиваційних процесів у міжнародних компаніях |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Величко К. Ю. |
| Гончаров Г. І., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Особливості стратегування конкурентоспроможності університетів |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Данько А. Т., аспірантНауково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НДЦ ІПР НАН України | Development of Ukraine’s military-industrial complex amid evolving challenges  |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Кизим М. О. |
| Дмитрієнко О. С., студентНаціональний технічний університет «ХПІ» | Вплив воєнного стану на бізнес-клімат Харківської області |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Достоєвська А. Ю., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Державне фінансування соціальної сфери в Україні  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Жицький В.С., студент Харківський гуманітарний університет «НУА» | Необхідність впровадження функції комплаєнс в господарчу практику агробізнесу  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Тимохова Г. Б. |
| Зайцев О. С., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Вплив кіберзлочинності на сучасний бізнес: адаптація до технологічних змін та захист споживачів |
| Науковий керівник: д-р. екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Зозуля І. В., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Щодо економіки уваги |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Іванов Д. Ю., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Роль держави в кредитуванні і розвитку малого та середнього бізнесу в Україні  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Іванов Д. С., студентХарківський національний університет радіоелектроніки | Особливості логістики підприємств України в умовах війни |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Калашнік Д. М., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Етичність як найцінніша складова успішного бізнесу |
| Науковий керівник: д-р. екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Ковальчук О.Ю., Самуляк С.С., студентиКЗ «Харківський Фаховий Коледж Спортивного Профіля» Харківської Обласної Ради | Як лідер може мотивувати свою команду нематеріально для досягнення поставлених цілей  |
| Науковий керівник: викл. Піковець Н. Л. |
| Корніцка Т. В., студенткаНаціональна академія Національної гвардії України | Удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності |
| Науковий керівник: ст. викл. Сахненко О. І.  |
| Кошарновська А. А., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Державна система охорони здоров'я (на прикладі України та Великобританії)  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Krapyvna K. D., studentKharkiv University of Humanities «PUA» | Importance of change management in IT-companies. ADKAR model |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Крилова С. Б., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Особливості розвитку етичного цифрового маркетингу |
| Науковий керівник: д-р. екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Кудінова М.М., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, к.е.н, Рубайко М.О., студентка Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна | Механізм міжнародної підтримки зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Кудінова М. М. |
| Курило М.С., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Фінансування системи охорони  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Лавінда М. Б., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Особливості вимірювання соціального капіталу |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Лікунова С. В., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Як пов’язані базові категорії ринкової економіки попит і маркетинг? |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Статівка Н. В. |
| Lisovol A. S., Ph. D. studentKharkiv Humanitarian University«PUA» | Transformation of Human Capital in the Conditions of War |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Макасєєв О. В., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Економічна безпека України та проблеми викриття економічних злочинів  |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Михайлов М. В., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Управління, фінансування та ефективність закладів вищої освіти  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. |
| Монастирський Г. О., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Інтеграція гнучких систем управління в стратегічний кризовий план підприємства |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |
| Моргун К. В., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Вплив воєнного стану на введення бізнесу в Україні |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рубан Л. О. |
| Mopoз M.A., студентка Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна | Репутаційний ризик як складова процесу стратегічного управління підприємством |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Тимохова Г. Б. |
| Наугольний M. I., студентХарківський національного університету імені В.Н. Каразіна | Особливості розвитку соціального підприємництва в умовах військових дій |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Тимохова Г. Б. |
| Полупан Д. О. аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Оцінки економічної ефективності логістичних рішень |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Польова О. О., студенткаХарківський гуманітарний університет «НУА» | Економічна безпека підприємства |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Путятін О.О., аспірантХарківський гуманітарний університет «НУА» | Важливість інноваційного розвитку як складової внутрішнього управління підприємством |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Семененко В. В., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Державне регулювання економічної діяльності |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Цибульська Е. І. |

|  |  |
| --- | --- |
| Сидоренко О. М., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Цифрові гроші центрального банку: користь та шкода для економіки, суспільства та людини |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, проф. Компанієць В. В. |
| Тарасова І. М., студенткаНаціональна академія Національної гвардії України | Теоретичні засади дослідження суті маркетингової стратегії як підсистеми стратегічного управління |
| Науковий керівник: ст. викл. Сахненко О. І.  |
| Shapoval O.V., PhD studentNational Academy of Sciences of Ukraine Research Center for Industrial Problems of Development | Challenges of Transformation Management in Higher Education |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, доц. Решентяк О. І. |
| Шевченко А.В., студенткаХарківський національний університет імені В.Н. Каразіна | Особливості системи просування продукції підприємства в умовах невизначеності |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Тимохова Г. Б. |

|  |  |
| --- | --- |
| Юрченко О.Ю., аспірантНауково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України | Роль цифровізації в сучасному бізнесі та менеджменті |
| Науковий керівник: д-р екон. наук, доц. Решентяк О. І. |
| Яковенко В. А., студенткаКорчма Д. Є., студентХарківський гуманітарний університет «НУА» | Трансформація міграційних процесів в Україні під час війни |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Величко К. Ю. |
| Yakovenko V. A, studentKharkiv University of Humanities «PUA» | Changes in the labor market in Ukraine under military situation  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Іванова О. А. |
| Yeremieiev O. V., PhD studentScientific and Research Center for Industrial Development Problemsof the National Academy of Sciences of Ukraine | Public management of the development of the regions of Ukraine in the post-war period  |
| Науковий керівник: канд. екон. наук, Тур О. В.  |

**Бабенко Н. М., студентка**

**Кудінова М.М., доцент кафедри маркетингу,**

**менеджменту та підприємництва, к.е.н.**

 *Харківський національний університет*

*імені В. Н. Каразіна*

**ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРИКЛАДІ ГЛОБАЛЬНИХ МІЖУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Кожна країна, щоб підтримувати власну економіку, має розвивати зовнішньоекономічні зв’язки з іншими країнами, тим самим налагоджуючи систему обміну товарами та послугами, ресурсами та капіталом. Однією з важливих задач ЗЕЗ є ведення зовнішньоекономічної діяльності підприємства,

Зовнішньоекономічна діяльність країни (далі – ЗЕД) полягає в тому, що українські суб’єкти господарювання взаємодіють з іноземними суб’єктами як на території України, так і поза її межами. Регулюється ЗЕД виключно Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність»

ЗЕД має певну різновидність здійснення на території України, а саме [2]:

- експортування та імпортування товарів, капіталу чи робочої сили,

- надання різних послуг між країнами, спільна підприємницька діяльність,

- науково-дослідна співпраця з суб’єктами інших країн,

- операції з приводу обміну товарами чи послугами без грошового внеску,

- робота громадян України з іноземцями на контрактній основі,

- операції з передачі тимчасового володіння певним матеріальним/фізичним товаром за грошову плату тощо.

Окрім керуючої системи управління ЗЕД (законодавча база, фінансова складова тощо), у здійсненні ЗЕД також бере участь й керована система у складі фізичних та юридичних осіб (рис. 1.6) [3, ст. 53].

Рис. 1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю [3, ст. 53]

Якщо керуюча система представляє собою спеціальні органи працівників управління, націлених на розробку та реалізацію рішень щодо покращення досягнення потенційних можливостей та цілеспрямованості мети, то керована система піддається впливу першої.

Окрім продукції, в ЗЕД суб’єкти господарювання надають зовнішньоекономічні послуги, які, в свою чергу, є таким видом товару, що не проходить контролю на митниці та не отримує вантажну декларацію.

Важливими міжнародними організаціями, що впливають на регулювання та контроль зовнішньоекономічною діяльністю, є МВФ, СОТ, Світовий банк та Конференція ООН, що займається питанням торгівлі й розвитку.

На даний момент УВКБ ООН являється одною із провідних гуманітарних організацій у світі, а її персонал (6500 працівників) допомагає 20,8 мільйонам осіб у більше ніж 100 країнах – біженцям, шукачам притулку, особам, які повертаються на батьківщину та іншим категоріям, що складають близько 20-25 млн людей, які перебувають під захистом країн-учасниць організації) (рис. 2) [1].

Управління діяльністю організації досить складний процес, який вирішує як внутрішні конфлікти між робітниками, так і загальні.

Рис. 2. Ключові види діяльності УВКБ ООН [1]

Отже, до проблем, які має вирішити УВКБ ООН, відносять гендерне насильство/несправедливість, освіту, дорогу оренду житла, несвоєчасні виплати від держави, адаптування до нового місця, працевлаштування, нестачу коштів на медичне обслуговування тощо. Виникає проблема в юридичній допомозі щодо оформлення документів, вирішення юридичних проблем, проблем із зруйнованим будинком, державними виплатами і т. д.)

**Література**

1. UNHCR Україна, (2001‑2023). *Загальна інформація* [online]. Available at: [https://www.unhcr.org/ua/загальна-інформація](https://www.unhcr.org/ua/%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0-%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) [Accessed 2 Dec. 2023].

2. Наумов, М. С. (2018). *Сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності фірми.* Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 61 с.

3. Лазарєва, О. В. *Сутність, принципи та методи управління зовнішньоекономічною діяльністю* [online]. Available at: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/329/5.pdf> [Accessed 1 Dec. 2023].

**Berest K. V. Ph. D. student**

*Kharkiv University of Humanities*

*«People’s Ukrainian Academy»*

**BENEFITS AND DRAWBACKS OF GLOBAL AI EMPLOYMENT IN AN ATTEMPT TO INCREASE IT COMPANY COMPETITIVENESS**

Nowadays, both researchers and business consultants are likely to advise on using AI to increase the effectiveness of any modern digital company and, therefore, enhance its competitiveness. Although AI is widely acknowledged for its advantages in handling tasks and processing data, there is a growing awareness of concerns such as inadequate regulation and potential risks like data loss and damage to reputation.

Modern companies use a few prevalent strategies to enhance their competitiveness through artificial intelligence usage:

* They employ AI to facilitate the creation of innovative products and services, allowing quick adjustments to individual user needs, thereby boosting sales and retaining customers without altering the core product significantly.
* Companies increase effectiveness and reduce resource consumption by using AI to automate internal processes, logistics, and enhance customer service.
* More and more often, AI analyzes large datasets. Thus, company leadership has a source of unbiased data to support their strategic planning and help them find optimal opportunities and growth strategies [1].
* Moreover, some companies mitigate operational risks associated with safeguarding valuable information through AI usage. Information is a critical asset, and AI helps detect and prevent cyberattacks and security threats [4].

However, the last point has become more and more questionable lately. The reason is that AI is not only a way to reduce the risks of external interference but also a potential way to lose critical information due to employees' voluntary non-compliance with information security guidelines. It also explains why we see such a low adoption of AI-powered tools by public or government institutions [5].

The discussion extends to prominent global entities, including Google, Amazon, Facebook, Tesla, and Netflix, elucidating how these companies leverage AI for diverse benefits. For these industry leaders, AI usage isn't fundamentally novel but rather an execution of long-term development plans. Notably, these companies made major AI investments in the past decades, prompting a shift from validating these investments to optimizing returns, maximizing profits, and preserving market dominance [3].

Thus, the global deployment of artificial intelligence raises concerns about fair competition, particularly as AI can empower monopolies to sustain dominance by providing many competitive advantages and reinforcing their leadership [3].

Regulating and supervising AI use within monopolistic structures is a challenge for both authorities and society. Addressing these concerns is imperative to ensure equitable competition and prevent undue concentration of power [2].

In conclusion, we cannot deny the transformative impact of AI, which now looks similar to the revolutionary effects of Internet access thirty years ago. However, while recognizing the positive outcomes, we should also consider developing comprehensive regulatory and social frameworks to navigate the evolving intersection of AI and business competitiveness, ensuring responsible and unbiased deployment.

**References**

1. Agrawal, A., McHale, J. and Oettl, A. (2018). Finding needles in haystacks: Artificial intelligence and recombinant growth. [online] In: *The economics of artificial intelligence,* 149‑174. Chicago: University of Chicago Press. Available at: <https://doi.org/10.3386/w24541> [Accessed 11 Nov. 2023].
2. Davenport, T. H., Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard business review*, [online] 96(1), рр. 108‑116. Available at: https://doi.org/[10.4236/ojbm.2022.101026](https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101026) [Accessed 21 Nov. 2023].
3. Coeckelbergh, M. (2019). Artificial intelligence: some ethical issues and regulatory challenges. *Technology and regulation*, [online] vol. 1, рр. 31‑34. Available at: <https://doi.org/10.26116/techreg.2019.003> [Accessed 11 Nov. 2023].
4. Gupta, D. G., Jain, V. (2023). Use of Artificial Intelligence with Ethics and Privacy for Personalized Customer Services. [online] In: *Artificial Intelligence in Customer Service.* Cham: Palgrave Macmillan, pр. 231‑257. Available at: [https://doi.org/](https://doi.org/10.26116/techreg.2019.003)[10.1007/978-3-031-33898-4\_10](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-33898-4_10) [Accessed 12 Nov. 2023].
5. Obschonka, M., Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics*, [online] 55(3), рр. 529‑539. Аvailable at: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00202-4> [Accessed 12 Nov. 2023].

**Беспалов І. А., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА МАЙБУТНІ ПРОГНОЗИ ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ В КЛЮЧОВИХ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІКАХ**

У нинішньому глобальному контексті, коли такі військові конфлікти, як в Україні та Ізраїлі, мають значні міжнародні наслідки, аналіз і прогнозування військових витрат стає критично важливим. Розуміння оборонних бюджетів дає змогу зрозуміти стратегічні пріоритети та готовність країни, що є життєво важливим для передбачення та пом’якшення потенційних глобальних ризиків для безпеки. У випадку України та Ізраїлю ці конфлікти підкреслюють складність динаміки регіональної безпеки та важливість військової готовності. Таким чином, ретельний аналіз військових витрат не лише проливає світло на безпосередню оборонну стратегію країни, але й на її ширші геополітичні цілі та потенційний вплив на глобальну стабільність. У цьому документі представлено комплексний аналіз оборонних бюджетів п’яти найбільших світових економік: Сполучених Штатів, Китаю, Росії, Індії та Великобританії, зосереджуючись на їхніх фіскальних асигнуваннях на 2023 рік. Досліджуючи ці асигнування, ми прагнемо з’ясувати, стратегічні пріоритети та оборонні позиції цих країн, а також прогнозувати майбутні тенденції глобальних витрат на оборону.

Розподіл національних ресурсів на оборону є критично важливим елементом стратегічного планування та глобального позиціонування країни. Аналіз оборонних бюджетів не тільки розкриває поточний військовий потенціал і пріоритети, але й служить прогнозом майбутньої геополітичної динаміки.

У цьому документі використовується кількісний аналіз оборонних бюджетів вищезазначених країн, отриманий з офіційних урядових релізів і надійних інформаційних агентств. Аналіз включає порівняльну оцінку бюджетних показників та їх частки у загальнодержавному бюджеті, а також темпи зростання в річному обчисленні. Цей аналіз має на меті зрозуміти стратегічні пріоритети та оборонні позиції цих країн і спрогнозувати майбутні тенденції глобальних витрат на оборону.

Сполучені Штати: оборонний бюджет США на 2023 фінансовий рік становить 816,7 мільярда доларів США, що є значною цифрою, яка відображає глобальні військові зобов’язання країни. Цей розподіл вказує на те, що оборона залишається пріоритетною у фіскальній політиці США [1].

Китай: оборонний бюджет Китаю у розмірі приблизно 1,55 трильйона юанів (224,79 мільярда доларів) на 2023 рік, із збільшенням на 7,2% порівняно з попереднім роком, свідчить про постійне зростання його військових витрат, що відповідає його амбіціям щодо військової модернізації та регіонального впливу [2].



Рис. 1 – Оборонні бюджети ключових глобальних економік у 2023 році

Росія: витрати Росії на оборону, що становлять понад 100 мільярдів доларів США, що становить третину її загальних державних витрат, свідчить про її активізацію військової участі, особливо у світлі конфлікту в Україні.[3]

 Індія: оборонний бюджет Індії в розмірі 5 93 537,64 крор рупій (13,18% від загального бюджету) відображає її стратегічну спрямованість на зміцнення оборонних можливостей на тлі викликів регіональній безпеці [4].

Сполучене Королівство: виділення Сполученим Королівством приблизно 55,5 мільярдів британських фунтів стерлінгів на оборону підкреслює його зобов’язання підтримувати потужну військову присутність [5].

Аналіз показує тенденцію до збільшення оборонних бюджетів у цих країнах, зумовлену різними стратегічними імперативами: геополітичною напруженістю, викликами регіональній безпеці та глобальними військовими зобов’язаннями. США та Китай, як провідні світові економіки, демонструють найвищі абсолютні витрати на оборону, що свідчить про їхні ширші стратегічні цілі.Виходячи з поточних тенденцій, прогнозується, що глобальні витрати на оборону продовжуватимуть зростати, а США та Китай збережуть свої позиції як найбільші витрати. Однак геополітичні зрушення, такі як ескалація напруженості або нові альянси безпеки, можуть суттєво вплинути на майбутні розподіли.

Моделі витрат на оборону цих країн відіграють ключову роль у формуванні динаміки глобальної безпеки. Постійний моніторинг і аналіз цих тенденцій є важливими для розуміння майбутніх геополітичних ландшафтів і оборонних стратегій.

**Література**

1. U.S. Department of Defense, (2023). *FY 2023 Defense Budget* [online]. Available at: <https://www.defense.gov/Spotlights/FY2023-Defense-Budget/> [Accessed 13 November 2023].
2. Chas.News, (2023*). Китай збільшить фінансування армії до $ 224 млрд. у цьому році* [online]. Available at:<https://chas.news/news/kitai-zbilshit-finansuvannya-armii-do-224-mlrd-u-tsomu-rotsi> [Accessed 13 November 2023].

3. Reuters, (2023). *Exclusive: Russia doubles 2023 defense spending plan as war costs soar* [online]. Available at: <https://www.reuters.com/world/europe/russia-doubles-2023-defence-spending-plan-war-costs-soar-document-2023-08-04/> [Accessed 13 November 2023].

4. Government of India, Ministry of Defence (2019). *Annual Report 2018–2019* [online]. Available at: <https://mod.gov.in/dod/sites/default/files/MoDAR2018.pdf> [Accessed 13 November 2023].

5. Statista, (2024). *Military expenditure of the United Kingdom (UK) from 2000 to 2019*[online]. Available at: <https://www.statista.com/statistics/547441/military-expenditure-total-uk/> [Accessed 13 November 2023].

**Бойко Є. О., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Існуючі підприємства стикаються з унікальними проблемами в сучасних умовах. Підвищення рівня динамізму зовнішнього середовища, ускладнення внутрішніх умов функціонування підприємства посилюють вимоги до рівня управління, потребують пошуку та запровадження прогресивних підходів. Недостатня увага до питань планування діяльності підприємств викликає економічні прорахунки. Для значної кількості підприємств притаманна відсутність опрацьованої методики фінансового планування, тому функції планування, контролю, та управління фінансовими ресурсами, що викликає невизначеність в майбутньому фінансового стану та підвищує ймовірність зниження фінансової стійкості та втрати платоспроможності. Такі умови викликають у підприємства потребу здійснення раціонального планування діяльності, особливо, бюджетування, контролю фінансових та товарно-матеріальних потоків, відслідковування стану розрахунків з контрагентами, аналізу показників фінансово-господарської діяльності. Отже, фінансове планування повинно відігравати роль комплексного інструменту, спрямованого на оптимізацію витрачання фінансових ресурсів підприємства.

За сучасних ринкових умов фінансове планування знаходиться під впливом чинників, які обмежують його використання на підприємствах:

– високий ступінь невизначеності на українському ринку, пов’язаний з триваючими глобальними змінами у всіх сферах громадського життя;

– відсутність ефективної діючої нормативно-правової бази в сфері внутрішньофірмового фінансового планування;

– обмеженість фінансових можливостей для здійснення фінансових розробок в галузі планування на підприємствах;

– недовіра керівників підприємств до методів та прийомів фінансового планування [1].

Розв’язання описаних вище проблем дасть можливість для подальшого розвитку підприємницької діяльності та підвищення її ефективності.

Фінансове планування дає змогу дати відповідь на такі питання:

1) які грошові кошти може мати підприємство у своєму розпорядженні; які джерела їх надходження;

2) чи достатньо фінансових ресурсів для виконання накреслених завдань;

3) яка частина коштів має бути перерахована до бюджету, у позабюджетні фонди, банкам та іншим кредиторам;

4) як повинні здійснюватися розподіл та використання прибутку на підприємстві;

5) як забезпечується реальна збалансованість планових витрат і доходів підприємства на принципах самоокупності та самофінансування [2].

Отже, фінансове планування відіграє важливу роль у досягненні стратегічних цілей підприємства. Воно сприяє координації різних фінансових цілей та узгодженню їх з іншими цілями, а також дозволяє сформувати ефективний механізм управління фінансовою системою підприємства.

**Література**

1. Дергалюк, Б. В., Деркач, Н. С. (2023). Фінансова планування на підприємстві: сутність, проблеми та оптимізація. *Економіка та суспільство*. [online] 54. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-19> [Accessed 15 Nov. 2023].

2. Тєшева, Л. В., Хохлов, М. П. та Петрова, І. М. (2018). Роль фінансового планування у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 23, с. 314–320.

**Бугаєнко А. О., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

 *«Народна українська академія»*

**ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Оцінювати чи прогнозувати фінансову стійкість підприємства в умовах воєнного стану досить складно, оскільки фактично війна створює такі обставини, які передбачають не тільки скорочення обсягів активної діяльності підприємства, але й можливу повну його зупинку чи безповоротну втрату майна або ресурсів. Ці обставини характеризуються непередбачуваністю та неможливістю прогнозування, а це значно ускладнює процес аналітики. Саме в таких умовах, експертам, аналітикам та управлінцям більш доцільно говорити про виживання, а не забезпечення фінансової стійкості бізнесу. Але також практика показує, що військовий стан не завжди є кризою для бізнесу. Якщо грамотно управляти і швидко реагувати на ринкові зміни, то зформується можливість продовжувати роботу бізнесу в умовах війни, створювати умови для збереження активів та ресурсів і навіть їх розвитку. У класичній економіці підприємства вважається, що саме залучені кошти є двигуном розвитку. Кожне підприємство, що працює в умовах війни зіткнулося із проблемою неможливості використання залучених коштів. І практика показала, що постачальники продукції готові працювати із покупцями тільки на умовах повного розрахунку за поставлений товар одразу після отримання товару. Це зрозумілий і логічний підхід в умовах війни, який передбачає зменшення фінансових ризиків як для постачальників, так і покупців.

Аналіз фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану є складним завданням через тісний зв'язок економіки та політики в умовах конфлікту. Воєнний стан призводить до значних коливань на ринках, що може впливати на попит, ціни на ресурси та інші економічні фактори. Підприємства повинні враховувати цю нестабільність при плануванні та аналізі фінансових результатів. В умовах воєнного конфлікту підприємства можуть зіткнутися зі збільшенням витрат на забезпечення безпеки, змінами у вартості енергії та сировини, а також іншими економічними труднощами. Аналіз фінансових звітів повинен враховувати ці додаткові фактори.



Таблиця 1 – Критерії характеристики фінансового стану підприємства []

Воєнний стан може призвести до фізичних збитків для підприємств, таких як зруйнування майна та інфраструктури. При аналізі фінансового стану, слід оцінювати ступінь збитків та враховувати можливі ризики, пов'язані з продовженням конфлікту. Також ринкові умови можуть зазнати значних змін у зв'язку з військовим конфліктом і тому при аналізу фінансового стану повинні враховувати вплив цих змін на конкуренцію, попит та ціни на ринку.

Отже, фінансовий стан має комплексний характер, відбиває ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства, відображає рейтинг підприємства у ринковому середовищі, де воно функціонує, його потенційні можливості, дає змогу ідентифікувати резерви покращення наявної ситуації, тож оцінка фінансового стану зазвичай і в складних умовах війни відбувається за допомогою аналізу показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності, рентабельності, але обов´язково враховуючи особливості становища та умов діяльності підприємства.

**Література**

1. Бегун, С. М. (2023) Особливості аналізу фінансового стану підприємства в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки,* 4, 32 (лют.), с. 36–42.
2. Костенко, Ю., Короленко, О., Гузь, М. (2022). Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 5, с. 43‑47.
3. Юрчишин, В. (2023). *Які підприємства стійкіші* [online]. Available at: https://razumkov.org.ua/komentari/yaki-pidpryiemstva-stiikishi [Accessed 15 Nov. 2023].

**Голікова Є.К., студентка**

*Державний біотехнологічний університет*

**МОДЕЛІ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЯХ**

 Сучасні міжнародні компанії включають мотиваційні процеси до своєї стратегії для забезпечення ефективності та залучення талановитого персоналу. Взагалі, мотивація представляє собою комплекс факторів, які визначають вибір людей у визначеній моделі поведінки. У кожній культурі існує свій унікальний набір факторів, що впливають на спосіб, яким люди виконують свої обов'язки, і це важливо враховується міжнародними компаніями при побудові власних мотиваційних стратегій. Аналіз потреб і цінностей працівників є основою розуміння процесу мотивації. Потреби представляють собою те, що індивід хоче або повинен мати, тоді як цінності визначають те, чому він придає велике значення. Урахування цих аспектів дозволяє компаніям створювати ефективні мотиваційні моделі, які враховують культурні особливості та індивідуальні потреби працівників.

 Практично всі теоретичні підходи до опису мотиваційних процесів можна поділити на три категорії [1, с. 127‑128].

 По-перше, мотиваційні моделі, які засновані на потребах, це змістовні моделі, що дозволяють ідентифікувати потребу (сукупність потреб), що сформувалися як результат вмотивованої поведінки.

 По-друге, процесуальні моделі мотивації, тобто моделі, які більшою мірою враховують механізми усвідомленого роздуму, що використовується індивідом для вибору однієї моделі поведінки з низки доступних моделей.

 По-третє, «підкріплююча» (reinforcement) модель мотивації, яка описує мотиваційний процес, колив індивід аналізує наслідки попереднього вибору тієї чи іншої моделі поведінки і враховує ці оцінки при виборі моделей поведінки в майбутньому.

В міжнародних компаніях існують різні моделі мотивації, які враховують глобальний характер діяльності та різноманітність культур. Декілька підходів, які часто використовуються (рис 1).

*Теорія Герцберга*. Модель Герцберга, яка розглядає фактори гігієни та фактори мотивації, застосовна в міжнародному контексті. Важливо забезпечити належні умови праці (фактори гігієни) та стимулювати працівників досягати успіху та розвиватися (фактори мотивації).

Рис. 1. Теоретичні підходи до мотивації в міжнародних компаніях

*Теорія очікувань.* Ця модель визнає, що різні індивіди мають різні очікування та цілі. В міжнародних компаніях важливо враховувати культурні відмінності у визначенні успіху та визнання досягнень.

*Модель Equity (рівноправ'я).* Забезпечення відчуття справедливості та рівноправ'я в оплаті, визнанні та можливостях розвитку є ключовим у міжнародних компаніях.

*Теорія культурної інтеграції*. Зокрема, врахування культурних особливостей та розробка підходів, які враховують різні уявлення про мотивацію у різних країнах.

*Глобальні програми розвитку*. Спрямовані на створення умов для професійного зростання, розвитку та кар'єрних можливостей на глобальному рівні, що може служити джерелом мотивації для персоналу.

*Теорія Г. Хофстеде*, що ґрунтується на потребах, вивчає модель мотивації найбільш повно. Вона дозволяє аналізувати причини відмінностей, які існують між моделями мотивації в різних культурах.

У міжнародних компаніях впровадження моделей мотиваційних процесів є важливим аспектом успішного управління персоналом. Специфіка таких компаній, яка включає різноманітність культур, мов, правових систем і стандартів праці, створює унікальні виклики у сфері мотивації працівників. Моделі, такі як теорія Герцберга, теорія очікувань, і принципи рівноправ'я, потребують адаптації до культурних особливостей, забезпечуючи індивідуалізовані підходи до мотивації. Гнучкість та культурна чутливість є ключовими факторами для успішної реалізації цих моделей.

Правильно розроблені мотиваційні стратегії враховують різні уявлення про успіх, розуміння визнання та індивідуальні потреби працівників, що сприяє підвищенню ефективності та задоволеності персоналу. Високий рівень адаптації та урахування місцевих умов дозволяють міжнародним компаніям побудувати міцний фундамент для успішного управління та розвитку свого персоналу.

**Література**

1. Ушакова, Н. Г., Величко, К. Ю. (2016). Моделі мотиваційних процесів у міжнародних компаніях. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність.* Харків: ХДУХТ, с. 127‑128.

**Гончаров Г. І., аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УНІВЕРСИТЕТІВ**

Ще до війни та пандемії сучасна освіта зіткнулася з невирішеними проблемами, оскільки досі не було стратегії розвитку українського суспільства як у публічному, так і в соціокультурно-освітньому дискурсі. Тому одним із найактуальніших завдань є не лише переосмислення домінуючих тенденцій у розвитку освіти, а й вжиття конкретних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності навчальних закладів, насамперед університетів.

Характерною рисою еволюції та розвитку теорії формування стратегії на цьому етапі є орієнтація на продукти поглибленого критичного аналізу, нові знання, отримані за результатами досліджень реальних об’єктів, вивчення та накопичення досвіду роботи з господарюючими суб’єктами. Умови нової норми та їх подальше впровадження в прикладні інструменти та практичні поради для менеджерів. Довгострокові стратегії, розроблені для вирішення більшості одних і тих же проблем протягом багатьох років, були замінені динамічними стратегіями, в яких нові виклики та проблеми потрібно було пасивно розуміти, а вирішення проблем вимагало встановлення та досягнення відповідних цілей значною мірою по-новому. З точки зору цього напрямку особливості стратегування конкурентоспроможності університетів повинні бути зосереджені у напряму розвитку підприємницької та інноваційної якості університетів.

Конкурентоспроможність підприємницьких університетів полягає в їхніх можливостях займати та підтримувати стабільні позиції та частку в певних сегментах ринку, надавати освітні послуги з потужним науковим і педагогічним потенціалом, наявність ефективної системи управління, диференційованих фінансів, добре розвинених інноваційних систем та забезпечення високоякісної освіти та наукових досліджень на основі генерації та комерціалізації нових наукових знань.

Сьогодні університети конкурують за людський капітал так само, як і бізнес — вони «продають» майбутній успіх так само, як кадрові агентства та приватні компанії. На відміну від традиційних університетів підприємницькі університети створюють і поширюють нові знання не тільки для розвитку окремих предметів і науки в цілому, але й для пошуку їх практичного застосування. Водночас підприємницькі університети реагують на соціальні вимоги та потреби за допомогою певних концепцій розвитку та основних методів. Залучення університетів до практичного застосування знань зумовлює їхнє зростання значення в економіці та суспільстві в цілому.

Поліпшення умов та середовища для підприємницької діяльності матиме позитивний вплив на соціальний розвиток країни, тому питання розвитку не лише підприємницької діяльності, а й підприємницьких університетів є важливим аспектом, адже саме освіта може стати правильною і здоровий напрям для подальшого становлення стабільності в українській базі.

У сучасних університетах для підвищення майбутньої цінності студентів можна впливати на два параметри: швидкість набуття відповідних навичок і можливість забезпечити найбільші проекти, в яких ці навички застосовуються. Оскільки інновації та інтелектуальне підприємництво вимагають широкого спектру можливостей і великої кількості ресурсів, компанії часто не мають цих можливостей.

 Дослідники відокремлюють наступні напрями стратегування конкурентоспроможності підприємницького університету[1, 2]:

а) підприємницький університет створює і поширює нові знання не тільки з метою розвитку окремих дисциплін і науки в цілому, але і з метою пошуку їх практичного застосування;

б) підприємницький університет сприймає потреби держави, суспільства та бізнесу з точки зору можливості їх практичної реалізації;

в) підприємницький університет відрізняється високим ступенем незалежності щодо інших інститутів держави і суспільства;

г) в підприємницькому університеті з'являються різноманітні змішані форми взаємодії в залежності від того, в якій сфері здійснюється пошук можливостей застосування наукових відкриттів;

д) підприємницький університет володіє відносно гнучкою внутрішньою структурою підрозділів і дослідницьких одиниць залежно від того, які співвідношення інтересів існують в кожному конкретному проекті у держави, бізнесу і науки в цілому.

є) навчання дорослих було визначене як головна тема Європейського освітнього простору на період 2021–2030 років. Відповідно до основної мети Плану дій Європейського стовпа соціальних прав, до 2030 року 60% усіх дорослих мають брати участь у навчанні щороку.

**Література**

1. Тимохова, Г. Б. (ред.). (2019). *Соціальний капітал як фактор економічного зростання суспільства: інституційний аспект аналізу.* Харків: Вид-во НУА, 180 с.

2. Тищенко, О. М., Хміль, Т. М., Василик, С.К., Чечетова-Терашвілі, Т. М. та Ревенко, О. В. (2009). *Стратегічне управління*. Харків: Вид-во «ІНЖЕК». 280 с.

**Данько А. Т., аспірант**

*Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НДЦ ІПР НАН України*

**DEVELOPMENT OF UKRAINE'S MILITARY-INDUSTRIAL COMPLEX AMID EVOLVING CHALLENGES**

Ukraine's military-industrial complex (DIC) is a crucial component of national security and a driver of technological advancement [1]. Despite the country's substantial combat experience in the face of Russian aggression, a sobering reality emerged in 2022: Ukraine's military equipment did not align with modern standards and technological trends[1; 2]. At the beginning of 2022, the Ukrainian DIC was undergoing reforms, having lost its leading role in supplying the Armed Forces with weaponry and military equipment (WME) [1].

As a result, Ukraine found itself ranked 22nd among 142 countries worldwide in terms of military strength. The problems in the domestic military-industrial complex worsened significantly with the onset of Russia's aggression [2]. This included the destruction of enterprises and production facilities within the DIC, the suspension of investment projects due to heightened war risks, disruptions in cooperative relationships and supply chains for components, raw materials, and materials essential for the DIC, decreased (or halted) export of DIC products, insufficient readiness of the industry's production and repair base, the outflow of human resources due to internal migration and emigration abroad, and the absence of necessary scientific, technical, and production technological foundations for creating and manufacturing modern weapons, combat aircraft, air defence and missile defence systems, and ammunition of various calibres [2]. Ukraine's Armed Forces were transitioning from outdated Soviet models to modern WME from Western allies, among other challenges [2].

Currently, Ukraine heavily relies on external arms procurement, but according to Western experts, this is seen as a temporary solution. Inventories of military equipment and munitions, including those of Soviet origin owned by NATO countries, are not infinite, and the depletion of resources is becoming increasingly evident. Western experts and policymakers have long emphasized the need to intensify the defence industry, including the potential of Ukraine's DIC [3].

Therefore, the challenge of bolstering Ukraine's military potential, primarily through its own DIC, is a top priority for the nation [3]. The defence industry sector plays a pivotal role in catering to the country's military and economic needs, including the provision of weaponry, munitions, military equipment, military property, component products, and materials, as well as performing relevant work and services, ensuring export-import supplies in the field of military-technical cooperation between Ukraine and other countries worldwide [3].

As the analysis reveals, the potential of the domestic DIC does not adequately meet the security and defence needs of the country in most positions [4]. The main reason for this state of affairs is the insufficiency and non-compliance with the current level of technological development in design and production in most types of weaponry[4]. Additionally, the ongoing war has led to the necessity of repairing a large nomenclature of foreign-made weaponry in the absence of the required design documentation and production technological preparation [4]. Despite the risks and challenges posed by the war, opportunities for the development of Ukraine's DIC have also emerged. The active transition of the Armed Forces to modern WME may accelerate partnerships between Ukrainian enterprises and Western manufacturers [4]. Increased global attention to Ukraine may have a positive impact on the export activities of defence industry enterprises, including joint projects and funding from international partners [4]. The transfer of advanced foreign military technologies currently taking place may expedite the innovative development of the domestic DIC [4].

In conclusion, as Ukraine faces the ongoing conflict with Russia, the country's military-industrial complex is undergoing a transformation. This transformation necessitates significant changes in the management model of the defence industry [1]. This underscores the overarching scientific problem of identifying the priority directions for the development of Ukraine's DIC, considering the modern threats and opportunities arising from the war and post-war reconstruction [1].

**References**

1. Semenenko, O., Skurinevska, L., Ostapets, O. and Shcherbliuk, S. (2023). Recommendations on improving the defense resource management system and defense management of Ukraine, taking into account the experience of foreign countries. *Social Development and Security*, [online] 13(3), рp. 116‑134. Available at: [https://doi.org/10.33445/sds .2023.13.3.8](https://doi.org/10.33445/sds%20.2023.13.3.8) [Accessed 11 Nov. 2020].
2. Shemaev, V., Onofriychuk, A. and Tolok, P. (2022). Status and priorities of the development of the Ukraineʼs arms under the conditions of martial law. *Social Development and Security*, [online] 12(4), рp. 46‑55. Available at: <https://doi.org/10.33445/sds.2022.12.4.5> [Accessed 11 Nov. 2020].
3. Коломійцев, О., Місюра, О., Осієвський, С., Третяк, В., Комаров, В., Пустоваров, В., Філіппенков, О., Старцев, В., Кривчун, В., Гайдак, В., Стригун, В. та Гайдак, Г. (2023). Аналіз напрямків розвитку військової техносфери країн НАТО. *Scientific Collection «InterConf+»,* [online] 37(171), рp. 379–397. Available at: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.09.2023.033> [Accessed 11 Nov. 2020].
4. Фролов, В. С., Семененко, В. М. (2019). Формування перспективної моделі організації оборони України. *Наука і оборона* [online] 3, рр. 3‑9 Available at: <https://doi.org/10.33099/2618-1614-2019-8-3-3-9> [Accessed 11 Nov. 2020].

**Дмитрієнко О. С., гр. БЕМ-М-323**

*Національний технічний університет*

*«Харківський політехнічний інститут»*

**вплив воєнного стану на бізнес-клімат харківської області**

З початком військової агресії з боку Російської федерації українська економіка зазнала суттєвих втрат. Лише за два перших місяці війни український бізнес втратив більше, ніж за два роки карантинних обмежень під час пандемії ковід-19. За офіційними даними, у 2022 році відбулось зниження експорту з України на 35%, ВВП – на 30%, а середньозважений показник безробіття склав 30%, індекс інфляції зріс до 28% (за оцінками деяких експертів ‑ до 35%). Одночасно, збитки, завдані економіці України військовими діями, з урахуванням непрямих втрат недоотриманого прибутку підприємств та втраченого ВВП становили 700–750 млрд. дол., з них прямі загальні матеріальні втрати національної економіки після 12 місяців війни склали 140 млрд. дол., а також зовнішня міграція населення України становить близько 8 млн. осіб [1].

Не оминули ці процеси й Харківську область, адже Харків є найбільш постраждалим від військових дій обласним центром. Прямі втрати Харківської області з початку військових дій становлять 31,2 млрд. дол., що виводить її на друге місце за рівнем втрат після Донецької області [2]. При цьому близько 10% прямих втрат становлять основні засоби підприємств. Харків знаходиться на другому місця після Маріуполя за рівнем втрат житлового фонду, а кількість зруйнованих або пошкоджених об’єктів житлового фонду Харківської області в цілому становить 7,7 тис. од. Харківська область також знаходиться на найвищих позиціях за рівнем втрат об’єктів охорони здоров’я, закладів освіти, об’єктів соціальної сфери, культурних та спортивних установ, релігійних об’єктів, доріг та мостів, кількість ВПО з Харківської області складає 461,9 тис. осіб. Агресор неодноразово обстрілював потужності великого нафтопереробного заводу, що був активним, у Шебелинці, пошкоджено теплоелектроцентраль у смт Есхар, ТЕЦ 2 у м. Харкові, значну кількість котелень та свердловин, 52 водопровідні насосні станції, значну кількість каналізаційних мереж, каналізаційних насосних станцій, каналізаційних очисних споруд.

Все це не могло не вплинути на умови ведення бізнесу в Харкові та Харківській області. На початку військових дій 70% бізнесу чи припинили своє існування чи працювали глибоко у збиток. Європейська бізнес-асоціація восени 2022 року зробила індекс легкості ведення бізнесу в регіонах. Якщо Львів впав на 17%, Одеса ‑ на 5%, Дніпро ‑ на 13%, то Харків впав майже на 60%. Це означає, що більше ніж у два рази цей індекс скоротився [3]. Звичайно, багато факторів, які впливають на те, як ведеться бізнес, однак найважливіші з низ наведено на рис. 1.

Рис. 1 ‑ ТОП-3 фактори, які впливають на ведення бізнесу в Харкові та області [3]

До війни в Харкові було понад 16% всіх айтівців України, це 47 тис. людей. Наразі більшість айтівців з Харкова виїхали, виїхали практично всі великі компанії. Ми можемо бачити великі компанії, які казали, що штаб-квартири в них в Харкові, вони відкривають свої представництва у містах Західної України, за кордоном. Харків був столицею торговельної нерухомості й малого підприємництва. Найбільша кількість малих підприємців і мікропідприємств була у Харкові. Наразі їх кількість значно зменшилась. Взагалі, від 14 до 17% цього бізнесу, переважно це великий і середній, зробили релокацію в межах України. 36% харківських агропідприємств втратили свої активи на окупованих територіях. Агросектор на цих звільнених територіях майже не діяв через замінування полів та бойові дії [3].Наразі спостерігається економічне пожвавлення. Станом на 1 жовтня 2023 року кількість ФОП у Харкові склала майже 119 тис., а протягом року офіційно свій бізнес зареєстрували 10,5 тис. [4].

Отже, у Харківські області значно погіршились умови для ведення бізнесу через те, що йдуть військові дії й усі громади мають статус тих, на території яких ведуться активні бойові дії. Однак, бізнес поступово пристосовується до нових умов, виникають нові ФОП та мікропідприємства, працює промисловість та оборонний сектор економіки.

**Література:**

1. Кравченко, В. (2023). *Рік незламності: 25 цифр, що характеризують економічні втрати України за період війни* [online]. Available at: https://mind.ua/publications/20253782-rik-nezlamnosti-25-cifr-shcho-harakterizuyut-ekonomichni-vtrati-ukrayini-za-period-vijni [Accessed 20 Nov. 2023].

2. Київська школа економіки, (2023). *Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення* [online]. Available at: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR\_Feb23\_FINAL\_Damages-Report-1.pdf [Accessed 16 Nov. 2023].

3. Солодовнік, М., Кривко, Р. (2022). *Як війна змінила бізнес-клімат Харкова: пояснює аналітик* [online]. Available at: https://suspilne.media/296974-ak-vijna-zminila-biznes-klimat-harkova-poasnue-analitik/ [Accessed 20 Nov. 2023].

4. Харківська міська Рада (2023). *У Харкові цього року відкрили бізнес майже 11 тисяч підприємців* [online]. Available at: https://www.city.kharkiv.ua/uk/news/u-kharkovi-tsogo-roku-vidkrili-biznes-mayzhe-11-tisyach-pidpriemtsiv-54988.html [Accessed 11 Nov. 2023].

**Достоєвська А. Ю., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ДЕРЖАВНЕ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ**

Державне фінансування соціальної сфери в Україні за останні 4-5 років можна проаналізувати на основі даних про видатки державного бюджету за функціональною та економічною класифікацією. За функціональною класифікацією, до соціальної сфери можна віднести такі видатки: охорона здоров’я, духовний та фізичний розвиток, освіта, соціальний захист та соціальне забезпечення. За економічною класифікацією, до соціальної сфери можна віднести такі видатки: оплата праці і нарахування на заробітну плату, соціальне забезпечення, капітальні трансферти [1].

За даними статті, видатки зведеного бюджету на соціальний захист та соціальне забезпечення в Україні в 2019 році склали 835,6 млрд грн, що становило 30,9% від загального обсягу видатків зведеного бюджету (2705,3 млрд грн) та 10,8% від ВВП (7722,8 млрд грн). У 2020 році ці показники зросли до 1056,8 млрд грн, 27% від загального обсягу видатків зведеного бюджету (3912,1 млрд грн) та 9,6% від ВВП (10977,7 млрд грн). У 2021 році планується збільшити видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення до 1196,6 млрд грн, що становитиме 28,7% від загального обсягу видатків зведеного бюджету (4166,7 млрд грн) та 9,5% від ВВП (12568,4 млрд грн) [1].

За даними Міністерства фінансів України, видатки державного бюджету за економічною класифікацією в 2020 році склали 1490,3 млрд грн, з яких на соціальну сферу припадало 608,8 млрд грн, або 40,9% від загального обсягу видатків. Частка фінансування соціальної сфери в загальному обсязі державних видатків зменшилася на 0,7 відсоткових пункти порівняно з 2020 роком, коли вона становила 41,6%. Найбільші обсяги видатків на соціальну сферу були спрямовані на соціальне забезпечення (343,5 млрд грн, або 23,1% від загального обсягу видатків), оплату праці і нарахування на заробітну плату (262,8 млрд грн, або 17,6%) та капітальні трансферти (2,7 млрд грн, або 0,2%) [1].

За даними Міністерства фінансів України, видатки державного бюджету за економічною класифікацією в 2021 році склали 1490,3 млрд грн, з яких на соціальну сферу припадало 608,8 млрд грн, або 40,9% від загального обсягу видатків. Частка фінансування соціальної сфери в загальному обсязі державних видатків зменшилася на 0,7 відсоткових пункти порівняно з 2020 роком, коли вона становила 41,6%. Найбільші обсяги видатків на соціальну сферу були спрямовані на соціальне забезпечення (343,5 млрд грн, або 23,1% від загального обсягу видатків), оплату праці і нарахування на заробітну плату (262,8 млрд грн, або 17,6%) та капітальні трансферти (2,7 млрд грн, або 0,2%) [1].

За даними Міністерства соціальної політики України, видатки державного бюджету на соціальну сферу в 2022 році складуть 1196,6 млрд грн, що становить 80,3% від загального обсягу видатків державного бюджету (1490,3 млрд грн) та 9,5% від ВВП (12568,4 млрд грн). Це свідчить про збільшення видатків на соціальну сферу порівняно з попередніми роками, як за абсолютними, так і за відносними показниками [1].

Таблиця1 – Видатки державного бюджету на соціальну сферу в 2019-2022 рр., млрд. грн

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік  | Видатки на соціальну сферу | Загальний обсяг видатків державного бюджету | ВВП | Частка видатків на соціальну сферу в загальному обсязі видатків державного бюджету, % | Частка видатків на соціальну сферу в ВВП, % |
| 2019 | 835,6 | 2705,3 | 7722,8 | 30,9 | 10,8 |
| 2020 | 1056,8 | 3912,1 | 10977,7 | 27,0 | 9,6 |
| 2021 | 608,8 | 1490,3 | 12568,4 | 40,9 | 23,1 |
| 2022 | 1196,6 | 4166,7 | 12568,4 | 28,7 | 9,5 |

Якщо враховувати частку видатків на соціальну сферу в ВВП, то можна виділити такі фактори, які вплинули на її зменшення:

– зростання ВВП за останні роки, що відбувалося внаслідок відновлення економічної активності, збільшення обсягів виробництва та експорту, підвищення цін на основні товари, які експортує Україна, а також позитивного впливу структурних реформ.

– низький рівень фінансування соціальної сфери в Україні порівняно з іншими країнами, особливо з країнами ЄС, які витрачають на соціальну сферу близько 20% ВВП в середньому.

– неадекватність критеріїв визначення потреб населення в соціальному захисті та соціальному забезпеченні, які не відповідають сучасним умовам життя, а також недостатність контролю за цільовим використанням коштів, які виділяються на соціальну сферу [2].

Для поліпшення ситуації з фінансуванням соціальної сфери в Україні необхідно реалізувати такі заходи:

– провести комплексну реформу системи соціального захисту та соціального забезпечення, яка б передбачала перехід від категорійного до цільового підходу, від пільг до субсидій, від пасивних до активних заходів соціальної підтримки, а також запровадження ефективних механізмів соціального діалогу та громадського контролю.

– забезпечити адекватне фінансування соціальної сфери з урахуванням реальних потреб населення, якість та доступність надання соціальних послуг, а також збалансування інтересів держави, роботодавців та працівників.

– здійснити оптимізацію видатків на соціальну сферу шляхом ліквідації неефективних та несправедливих соціальних пільг та субсидій.

**Література**

1. Min.gov.ua (2012). *Про затвердження Інструкції щодо застосування економічної класифікації видатків бюджету та Інструкції щодо застосування класифікації кредитування бюджету.* Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0456-12#Text [Accessed 30 Nov. 2023].

2. Коляда, Т. А. (2017). Вплив бюджетних видатків на темпи соціально-економічного розвитку України*. Економіка та суспільство*, 9, с. 997–1004.

**Жицький В.С., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ФУНКЦІЇ КОМПЛАЄНС В ГОСПОДАРЧУ ПРАКТИКУ АГРОБІЗНЕСУ**

Україна увійшла до трійки країн світу з експорту сільськогосподарської продукції до ЄС, що свідчить про надзвичайну важливість діяльності вітчизняних агрокомпаній відповідно до міжнародних цінностей відповідності.Хоча агробізнес лише нещодавно став на шлях впровадження комплаєнс, існуючі механізми та підходи, засновані на міжнародній практиці та з урахуванням вимог національного законодавства, дозволяють нам ділитися досягненнями та підходами антикорупційних практик і методів, які можливо адаптувати.

Комплаєнс означає конкретну поведінку суб'єктів господарювання в цілому, окремих команд або працівників на будь-якому рівні у відповідності з будь-якими внутрішніми або зовнішніми вимогами (законами, стандартами, нормами, положеннями тощо) [1].

Дотримання законів, нормативних актів і стандартів у сфері відповідності часто включає такі питання, як

* дотримання належних стандартів поведінки на ринку,
* управління конфліктами інтересів,
* чесне ставлення до клієнтів і забезпечення чесності під час надання порад клієнтам.

Сфери відповідності також включають такі конкретні сфери, як:

1. боротьба з легалізацією доходів, одержаних злочинним шляхом, і фінансуванням тероризму;
2. розробка документів та процедур для забезпечення відповідності діяльності компанії чинному законодавству,
3. захист потоку інформації,
4. боротьби з шахрайством та корупцією,
5. створення кодексів поведінки працівників тощо.

План комплаєнс – це визнана міжнародним співтовариством універсальна система управління ризиками та контрзаходів для забезпечення відповідності діяльності компанії вимогам національних агентств, само регулятивних громадських та інших організацій, а також для координації діяльності компанії відповідно до правових норм. , правила, рекомендації та стандарти [2].

Впровадження функції комплаєнс дозволяє учасникам з усіх бізнес-підрозділів діяти більш ефективно та сприяє зміцненню клімату довіри та прозорості в країні та за кордоном. Інтеграція заходів комплаєнсу в щоденні операційні процеси допоможе мінімізувати ризики та запровадити правильну бізнес-культуру, яка відповідає не лише національному, а й міжнародному законодавству. Основою впровадження принципів комплаєнсу в діяльність українських компаній, особливо агрокомпаній, є підтримка міжнародних та національних ініціатив, а також створення на цій основі антикорупційної ідеології.

Причини, чому сільськогосподарські підприємства потребують впровадження функції комплаєнс:

- суттєве збільшення кількості законодавчих та нормативних вимог, які необхідно враховувати при веденні господарської діяльності та звітності;

- підвищити рівень соціальних очікувань і потреб;

- значно підвищений ризик фінансових, матеріальних, соціальних та репутаційних втрат;

- зросла невизначеність і нестабільність бізнес-середовища, зріс загальний ризик.

У бізнесі комплаєнс може реалізовуватися на двох рівнях: дотримання зовнішніх правил (законодавчі вимоги) і внутрішні правила (статутні документи юридичних осіб, положення та стандарти, що встановлюють внутрішні організаційні правила) [2].

Міжнародна асоціація комплаєнс (далі – ISA) ISA наголошує на головних завданнях, які постають перед керівниками комплаєнс департаментів суб'єктів господарювання:

- визначення методології та попередження господарських ризиків підприємства;

- розробка та впровадження систем контролю для захисту бізнесу від ризиків;

- моніторинг та звітність керівництва суб'єктів господарювання щодо ефективності системи контролю ризиків;

- розв'язання ускладнень та конфліктів;

- консультування суб'єктів господарювання щодо дотримання правил і процедур.

Як ми вже акцентували ризики виникають у різних місцях і в різні часи, з рядом зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на їх рівень і, отже, через їхні методи аналізу та опису. Загалом усі види ризиків взаємопов’язані та впливають на діяльність суб'єкта господарювання.

**Література**

1. Шевченко, Л. С. (2019). *Стратегічний бізнес-консалтинг.* Харків: Право, 302 с.

2. Тимохова, Г. Б. (2021). *Стратегія підприємств та бізнесу.* Харків: Вид-во НУА, 140 с.

**Зайцев О.С., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ВПЛИВ КІБЕРЗЛОЧИННОСТІ НА СУЧАСНИЙ БІЗНЕС: АДАПТАЦІЯ ДО ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН ТА ЗАХИСТ СПОЖИВАЧІВ**

У сучасному світі, де нові технології, у т.ч. поява цифрових платформ та штучного інтелекту визначають ритм розвитку, підприємства стикаються з унікальними викликами та можливостями.

 Спрощений процес створення та запуску бізнесу, що випливає з росту «кібер-економіки», тобто сектору економіки, який заснований на використанні цифрових технологій та штучного інтелекту, дозволяє підприємцям реалізувати свої ідеї без великих витрат та складнощів. Реєстрація компаній онлайн та можливість розробки віртуальних прототипів високоякісним програмним забезпеченням відкривають безмежні можливості для творчості та інновацій.

Зростання популярності краудфандингу і онлайн-консалтингу дозволяє підтримувати ідеї та проекти, які можуть не мати забезпечення традиційними шляхами фінансування. Це створює більше можливостей для новаторів та допомагає вирішувати складнощі в попередній стадії розвитку бізнесу [1].

Однак зростання сектору «кібер-економіки» вносить і свої виклики.Згідно даних звіту «Глобального огляду економічних злочинів і шахрайства за 2022», компанії PricewaterhouseCoopers найпоширенішими видами шахрайства, з якими стикаються організації, є: кіберзлочинність, обман клієнтів і незаконне привласнення активів [2]. Причому на перше місце в 2022 році вийшла саме киберзлочинність.

Кіберзлочинність стала найбільшою загрозою для малого, середнього та великого бізнесу після того, як вплив хакерів значно зріс за останні два роки. За результатами цьогорічного опитування PricewaterhouseCoopers кіберзлочинність зі значним відривом випередила шахрайство клієнтів, найпоширеніший у 2020 році злочин. Близько 42% великих компаній повідомили, що стикалися з кіберзлочинністю в цей період, тоді як лише 34% стикалися з шахрайством клієнтів [2].

З розвитком цифрових платформ вони стають дедалі більшою точкою входу для багатьох зовнішніх шахраїв, причому 40% тих, хто стикається з шахрайством, стикаються з певною формою шахрайства саме на платформі [2]. Розвиток цифрових платформ, таких як соціальні медіа, електронна комерція або послуги (поїздки, житло) і електронна комерція відкриває двері для багатьох ризиків шахрайства та інших економічних злочинів, які більшість компаній тільки починають усвідомлювати.

Ризики платформи можуть створити ефект хвиль, коли вплив шахрайства проникне в численні організаційні відділи або структури. Оскільки шахрайство на платформі є загальнокорпоративною проблемою, боротьба з нею вимагає міжфункціональних зусиль усієї організації.

Взагалі кіберзлочини здійснюються з метою прямої фінансової вигоди: отримання викупу за відновлення вкрадених даних і систем; користь від крадіжки інтелектуальної власності; отримання доходів від продажу даних у «темній мережі». Крім того, є економічна злочинність, пов’язана з кібермережами: така, що починається як кібератака, а потім перетворюється на шахрайство постачальників, шахрайство клієнтів або відмивання грошей, коли шахрай пробирається крізь системи, пристрої та ідентифікаційні дані користувачів, щоб отримати остаточну вигоду [3].

Втрати компаній, пов’язані з кіберзлочинністю, включають: пошкодження та знищення даних; викрадені гроші; зниження продуктивності; крадіжку інтелектуальної власності; крадіжку особистих і фінансових даних; розкрадання, шахрайство, порушення нормального ходу діяльності після хакерської атаки; витрати на судове розслідування, відновлення та видалення зламаних даних і систем; негативний вплив на репутацію [4]. Причому, протягом наступних чотирьох років витрати, пов’язані з кіберзлочинністю, [‑ $10,5 трильйонів щорічно до 2025 року](https://cybersecurityventures.com/hackerpocalypse-cybercrime-report-2016/) ‑ за оцінками, перевищать [світові витрати на кібербезпеку](https://www.gartner.com/document/4016190?ref=algobottomrec&refval=4004647) в 40 разів  [5].

Окреме питання – це забезпечення безпеки клієнтів компанії. У сучасний час навіть великі бізнеси потрапляють до рук шахраїв. Найчастіше з цими діями стикаються підприємства або бізнеси, які здійснюють клієнтську підтримку, це можуть бути банки, фінансові інституції, інтернет магазини. Шахраї часто використовують неправдиві сайти від імені компанії і просять клієнтів перерахувати кошти або зробити покупку за певним посиланням. Клієнтам обіцяють що всі посилання захищені і оплата на даних сайтах дозволена банком або інтернет магазином, але результат даних операцій - зняття коштів з картки.

Ключовими моментами під час захисту персонального оточення є:

1. Усвідомлення наскрізного життєвого циклу продуктів, призначених для клієнтів. Знайдіть час, щоб визначити, де існують можливості для шахраїв використати продукт і завдати фінансової, юридичної чи репутаційної шкоди. Як це могло статися, що потрібно зробити, щоб цього не сталося, і яка реакція потрібна, якщо це станеться?

2. Визначення правильного балансу між досвідом користувача та засобами контролю шахрайства. Захист каналів, спрямованих на клієнтів, вимагатиме тонкого балансу між забезпеченням зручності користувачів і виявленням та припиненням шахраїв. Подвійні цілі — якомога менше помилкових спрацьовувань і виявлення справжнього шахрайства можна досягти за допомогою поєднання технологій та стратегії.

3. Впорядкування даних. Часто сигнали про шахрайство надходять від різнорідних, відключених систем, і їх можна виявити лише за допомогою періодичного перегляду вручну. Дуже важливо, щоб індикатори шахрайства були організовані на централізованій платформі, яка може відстежувати наскрізний життєвий цикл користувачів (шахраїв чи ні) і створювати значущі сповіщення.

Отже, кібербезпека може стати спільною ниткою, яка поєднує бізнес-стратегії організації та технології, забезпечуючи успішну трансформацію бізнесу, безпеку клієнтів, зростання та конкурентоспроможність бізнесу. Але цей підхід вимагає від організацій зміни фокусу.  Замість того, щоб наголошувати на тимчасовому усуненні ризиків і пом’якшенні загроз, необхідно зробити безпеку центральною частиною бізнесу.

**Література**

1. Etienne, H., Munoz, J. M. (2021). *Building an Ethical Competitive Advantage in Times of Growing Complexity* [online]. Avaliable at: https://www.europeanbusinessreview.com/building-an-ethical-competitive-advantage-in-times-of-growing-complexity/ [Accesed 21 Nov. 2023].
2. Рwc.com, (2022). *PwC’s Global Economic Crime and Fraud Survey 2022*. [online]. Avaliable at: https://www.pwc.com/gx/en/services/forensics/ economic-crime-survey.html [Accesed 21 Nov. 2023].
3. Рwc.com, (2022). *PwC’s Global Economic Crime and Fraud Survey 2022: US highlights* [online]. Avaliable at: [https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/ cybersecurity-risk-regulatory/library/global-economic-fraud-survey.html](https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/%20cybersecurity-risk-regulatory/library/global-economic-fraud-survey.html) [Accesed 21 Nov. 2023].
4. Sausalito, C. (2020). *Cybercrime To Cost The World $10.5 Trillion Annually By 2025* [online]. Avaliable at: https://cybersecurityventures.com/ hackerpocalypse-cybercrime-report-2016/ [Accesed 21 Nov. 2023].
5. Іbm.com. *Prosper in the cyber economy* [online]. Avaliable at: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/security-cyber-economy> [Accesed 21 Nov. 2023].

**Зозуля І. В.,** **студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ЩОДО ЕКОНОМІКИ УВАГИ**

Ми бачимо, що на протязі останніх років великі компанії приділяють досить багато значення рекламній діяльності на цифрових платформах, використовуючи на відповідні заходи досить велику частку свого бюджету. Усіма силами компанії намагаються залучити нових споживачів до власних прихильників через привернення до власних товарів та бренду їх уваги. Насправді це те, що науковці формують як новий тип спотворених економічних відносин – економіку цифрової уваги.

 Економіка уваги - це сучасний підхід до розуміння та управління ресурсом уваги в інформаційному суспільстві [1]. Вона досліджує, як індивідуальна та колективна увага впливає на рішення людей, їхню поведінку та економічні процеси в цілому [2]. В контексті економіки уваги, увага розглядається як обмежений ресурс, конкуренція за який може впливати на ринкові та соціальні явища [3].

Історія розвитку цього підходу сягає останніх десятиліть, коли інформаційний потік стрімко зростав, а рекламні та інформаційні технології стали суттєвою частиною нашого повсякденного життя.

З великим зростанням об'єму інформації та конкуренції між компаніями та країнами битва за увагу стає логічним явищем. Компанії, які можуть ефективно керувати увагою своїх клієнтів, мають конкурентну перевагу на ринку.

Економіка уваги базується на теоріях психології споживачів, нейроекономіки та соціології. Наукові відкриття в галузі когнітивної психології дозволяють розуміти, як люди обробляють інформацію та приймають рішення [4]. Методи досліджень включають в себе використання електроенцефалографії та інших методів нейрофізіології для вивчення реакцій мозку на різні види стимулів [5].

Які ефекти отримують компанії?Керування увагою стає стратегічно важливим аспектом для компаній. Розуміння та використання принципів економіки уваги дозволяє створювати більш ефективні маркетингові кампанії та покращувати користувальницький досвід. Наприклад, персоналізована реклама, яка враховує індивідуальні попередні інтереси, може привертати увагу споживачів ефективніше [3]. Все це впливає на збільшення обсягів продажу та прибутку.

Але головною проблемою залишається етичність методів, які використовують компанії з метою привернення уваги своїх майбутніх споживачів.Однією з головних критик економіки уваги є її використання для маніпуляції споживачами [5]. Рекламні та маркетингові стратегії, які використовують психологічні та нейрон-економічні принципи, можуть порушувати особисту приватність та свободу вибору. Тому з одного боку важливо розвивати етичні стандарти та регулювання з метою захисту прав споживачів та забезпечення справедливої конкуренції [7]. З іншого – необхідно працювати над формуванням критичного мислення та зменшення цифрової залежності молоді та підлітків.

На жаль, тренд економіки уваги дозволяє великим компаніям маніпулювати людьми, що є вкрай неетичним. Вважаємо за необхідне розроблення певних важелів контролю над діяльністю компаній в цифровому середовищі, щоб тримати їх від суцільного контролю над споживачами, та сприяння гармонійному розвитку особистості через освітній простір.

**Література**

1. Mintzer, A. (2020). *Paying Attention: The Attention Economy* [online]. Available at: https://econreview.berkeley.edu/paying-attention-the-attention-economy/ [Accessed 20 Nov. 2023].

2. Un.org (2021). *New economics for sustainable development. Attention Economy* [online]. Available at: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/attention\_ economy\_feb.pdf [Accessed 20 Nov. 2023].

3. Humanetech.com (2021). *The Attention Economy* *Why do tech companies fight for our attention?* [online]. Available at: https://www.humanetech.com/youth/the-attention-economy [Accessed 21 Nov. 2023].

4. Hendricks, V. F. (2022). *The Nuts and Bolts of Attention Economy* [online]. Available at: https://www.oecd-forum.org/posts/the-nuts-and-bolts-of-attention-economy [Accessed 21 Nov. 2023].

5. Rockefellerfoundation.org (2023). *Tim O’Reilly on AI’s Role in the Attention Economy* [online]. Available at: https://www.rockefellerfoundation.org/bellagio-conversations-in-ai/tim-oreilly-on-the-attention-economy/ [Accessed 22 Nov. 2023].

6. Dentsu.com (2019). *What is the Attention Economy?* [online]. Available at: https://www.dentsu.com/attention-economy [Accessed 22 Nov. 2023].

7. Labo.societenumerique.gouv.fr (2022). *What are the levers of the attention economy?* [online]. Available at: https://labo.societenumerique.gouv.fr/ en/articles/what-levers-face-to-the-economy-of-attention/ [Accessed 23 Nov. 2023].

**Іванов Д. Ю., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**РОЛЬ ДЕРЖАВИ В КРЕДИТУВАННІ І РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Малі та середні підприємства (МСП) є важливим каталізатором економічного зростання та створення робочих місць в Україні. За даними урядового порталу МСП забезпечують близько 64% доданої вартості, 81,5% зайнятих працівників у суб’єктів господарювання та 37% податкових надходжень.

Для підтримки цього сектору та сприяння підприємницькій ініціативі, уряд України вживає ряд заходів та стратегій, спрямованих на полегшення доступу до фінансових ресурсів для МСП.

1. Державні програми та гарантії: Уряд України впроваджує різні державні програми та гарантії, спрямовані на полегшення умов кредитування для МСП. Програми, такі як «Державна програма підтримки малого та середнього підприємництва», надають фінансові засоби та гарантії, щоб зменшити ризики для банків при видачі кредитів цьому сектору.

2. Розвиток фінансових інструментів: Для розширення можливостей кредитування, Україна активно розвиває фінансові інструменти, спрямовані на МСП. Це включає роботу над ринком венчурного капіталу, створення фондів підтримки та інноваційні фінансові продукти для задоволення потреб підприємців.

3. Взаємодія із міжнародними фінансовими організаціями: Уряд активно співпрацює з міжнародними фінансовими організаціями, такими як Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), для отримання технічної допомоги та фінансової підтримки. Це допомагає реалізувати кращі практики у сфері кредитування МСП та підвищує фінансову стійкість цього сектору.

4. Сприяння інноваціям та розвитку технологій: Україна ставить акцент на розвиток інновацій та використання сучасних технологій у МСП. Це включає підтримку стартапів через фінансування та активну участь у глобальних ініціативах з розвитку технологій.

5. Спрощення бюрократії: Для полегшення процесу отримання кредитів, Україна вживає заходів щодо спрощення бюрократичних процедур та скорочення часу розгляду кредитних заявок. Це сприяє швидшому та ефективнішому доступу МСП до необхідних фінансових ресурсів.

6. Освіта та консультації: Україна розвиває програми освіти та консультування для підприємців, спрямовані на підвищення фінансової грамотності та надання практичних порад щодо управління фінансами та кредитуванням.

Найефективнішим інструментом «Державної програми підтримки малого та середнього підприємництва» являється програма «Доступні кредити 5-7-9%». Від початку дії програми підприємці отримали майже 74 тис кредитів на загальну суму 242 млрд грн, а від початку повномасштабного вторгнення за програмою «5-7-9%» уже видано понад 39 тис. позик на загальну суму понад 152 млрд грн.

За час великої війни кількість пільгових кредитів зросла майже вдвічі. Динаміка видачі позик дозволяє прогнозувати, що у 2024 році популярність програми може зрости мінімум на 40%. Ці дані демонструють важливість державної підтримки малого та середнього бізнесу і свідчать про довіру підприємців до програми.

Важливим інструментом підтримки МСП також являється «Урядова грантова програма», за якою безповоротну фінансову допомогу у вигляді гранту можуть отримати підприємства в таких напрямках, як:

своя справа – програма мікрогрантів до 250 тис. грн;

новий рівень – програма грантів для переробних підприємств до 8 млн грн;

свій сад — програма грантів до 400 тис. грн за гектар;

своя теплиця — програма грантів до 7 млн грн за 2 гектари;

ІТ-стартап (у стадії розробки) — гранти до 3,5 млн грн;

старт в ІТ (у стадії розробки) — гранти на навчання у сфері ІТ.

В результаті цих кроків Україна створює сприятливе фінансове середовище для розвитку МСП, сприяючи їхньому зростанню та впровадженню новаторських проектів. При цьому важливо продовжувати вдосконалювати та адаптувати стратегії для відповіді на змінні умови ринку та потреби підприємців. Зокрема, посилення механізмів державної підтримки бізнесу, таких як «Доступні кредити 5-7-9%» та «Урядова грантова програма» у вигляді збільшення лімітів та строків кредитування для галузей та напрямів, які дають найбільший економічний ефект. А також поширення цих механізмів на інші галузі, особливо для МСП у деокупованих територіях.

**Література**

1. Business.diia.gov.ua, (2023). *Підтримка бізнесу в умовах війни* [online]. Available at: https://business.diia.gov.ua/wartime [Accessed 10 Nov. 2023].
2. Урядовий портал, (2023). *Підтримка малого і середнього підприємництва* [online]. Available at: https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednogo-pidpriyemnictva [Accessed 10 Nov. 2023].
3. Національний банк України, (1991‑2023). *Розвиток державної програми «Доступні кредити 5-7-9 %» у фокусі уваги засідання Ради з фінансової стабільності* [online]. Available at: https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozvitok--derjavnoyi-programi-dostupni-krediti-5-7-9--u-fokusi-uvagi-zasidannya-radi-z-finansovoyi-stabilnosti [Accessed 10 November 2023].
4. Міністерство економіки України, (2023). *Відновлення економіки на деокупованих територіях та підтримка вітчизняного виробника: уряд удосконалив умови підтримки бізнесу за програмою «5-7-9»* [online]. Available at: https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b754837a-806c-4206-92e6-2e9adce60882&title=VidnovlenniaEkonomiki [Accessed 10 November 2023].

**Іванов Д. С., студент**

*Харківський національний*

*університет радіоелектроніки*

**ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Логістика для будь-якої країни є чи не найбільш важливою галуззю в економіці. Особливо від якості та ефективності логістики залежать країни у стані війни. «Піхота виграє битви, логістика виграє війни" [3]. Так сказав генерал армії США Джон Першинг під час Першої світової війни». Зараз Україна напряму залежить від ефективності логістичних процесів, проте в нашої країни є багато логістичних проблем які треба вирішувати.

Успішне функціонування будь-якого підприємства та конкурентоспроможність безпосередньо залежать від грамотної взаємодії усіх його підсистем, провідне місце серед яких займає саме логістична. Питання функціонування логістичних систем та вибір найбільш ефективної завжди були в полі зору любого сучасного підприємства, особливо важливою складовою цій напрям є для виробничих підприємств. В теорії та практиці дослідження питань управління логістичними рішеннями є багато сучасних напрацювань. Багато уваги приділяється оцінки ефективності логістичних рішень на підприємстві, використанню комплексу логістичної системи, з урахуванням, що логістика покликана знижувати витрати або їх оптимізувати [2].

Україна мала велику кількість проблем в галузі логістики і до війни. Але в воєнний час старі проблеми загострюються, а нові починають виникати [1]:

* недостатній рівень розвитку мережі автодоріг та інфраструктури, відсутність сучасних вантажних терміналів, високий рівень фізичного і морального зношування автомобільного, залізничного та інших видів транспорту;
* низький рівень впровадження систем зв’язку, через що в багатьох логістичних компаніях виникають труднощі з відстеженням логістичних ланцюжків і процесу транспортування вантажів країною та за її межами;
* недосконалість вітчизняного законодавства та відсутність програм розвитку логістики, що стимулювало б підвищення її ефективності;
* низька забезпеченість кадрами, нестача фахівців, які володіють належним рівнем знань в сфері інформаційних технологій і мають практичні навички швидкого реагування в мінливих ринкових умовах;
* відсутність коштів на придбання сучасних транспортних засобів, на придбання і установку систем моніторингу руху транспортних засобів;
* недостатня підтримка з боку держави, інфляція, корупція, бездіяльність політичних діячів та загальне зниження обсягів виробництва;
* нестабільна економічна ситуація в країні.
* у перші місяці війни всі іноземні постачальники, або перевізники перестали працювати;
* повністю зникла можливість використовування авіатранспорту;
* майже повна неможливість використання водного транспорту;
* нестача складських приміщень, яка мала місце й до війни, далась взнаки під час воєнних дій. Особливо це стосується західних регіонів України, які стали місцем формування логістичних хабів, котрим катастрофічно бракує складських площ для зберігання, переробки і відправлення вантажів далі шляхами України.

Проте ситуація почала покращуватись, наприклад почався експорт річковими портами. Звісно це не може повністю замінити експорт морськими портами, проте саме завдяки річковим портам експортна логістика України трималася перші місяці війни. Але оскільки перевезення вантажів морським і залізничним транспортом мають свої обмеження, вітчизняний ринок транспортних послуг почав надавати пріоритет автомобільному транспорту для перевезень вантажів, а вантажовідправники та перевізники були вимушені змінити логістику експортних перевезень і спрямувати вантажі на західні прикордонні переходи.

З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну багато вже встановлених логістичних ланцюгів обірвалося. Проте потреби підприємств у надійних логістичних поставках залишилася. Наразі вибудовуються нові логістичні зв’язки з новими партнерами.

**Література**

1. Дорошенко, Г. О., Іванова, О. А. (2023). Цільовий підхід у прийнятті управлінських рішень у системі логістики та принципи побудови дерева цілей. *Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»,* т. 29, с. 203–211.
2. Іванова, О. А. (2014). Оцінка економічної ефективності логістичних рішень сучасного підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва,* 1 (6), с. 70‑73.
3. Кусий, С. В. (2018). Розвиток логістики в Україні. *Молодий вчений,* [online] 10 (62). с.835–839. Available at: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/10/192.pdf [Accessed 12 November 2023].

**Калашнік Д. М., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ЕТИЧНІСТЬ ЯК НАЙЦИННІША СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ**

Сучасне ринкове середовище, а також бізнес-співтовариства, що входять до нього (бізнесмени і підприємці, політичні діячі, представники громадських і некомерційних організацій) все більше усвідомлюють гостру необхідність в збільшенні ступеня морально-етичної відповідальності і етики на всіх рівнях. Пріоритетним стає режим фокусування на соціально-значущих пріоритетах компанії і суспільства в цілому, створення безпечного, комфортного і стабільного робочого середовища для співробітників.

Актуальність даної теми пов'язана із зростаючою значущістю бізнес-етики не тільки для успішного функціонування сучасних організацій, але і їх стійкого розвитку в майбутньому, формування сприятливої репутації і зростання конкурентоспроможності на ринку.

Роль бізнес-етики у фінансовому світі постійно зростає. Знання етичних принципів настільки ж важливе, як і знання стандартів фінансової звітності. Наприклад, у міжнародній кваліфікації ACCA майбутні сертифіковані бухгалтери вирішують етичні кейси практично в кожному з 13 іспитів програми і додатково проходять спеціально розроблений модуль з етики! Навіщо включати етику в кожен іспит? Справа в тому, що етика – це не збірка математичних правил. Розуміння, як застосовувати на практиці етичні норми, приходить далеко не відразу, тому без спеціальної підготовки прийняти правильне рішення дуже складно [1].

В процесі ідентифікації проблем і вибору різних альтернативних варіантів для прийняття управлінських рішень, сучасні організації все частіше починають створювати корпоративні кодекси або декларації етичних норм, що дозволяють встановлювати ціннісні орієнтири, норми і правила поведінки. В даний час не існує єдиного стандарту для формування таких організаційних кодексів корпоративної етики, присутні істотні відмінності для організацій з різноманітних сфер діяльності, але більшість таких кодексів як правило базується на чотирьох основних підходах, що сформувалися: утилітарному, індивідуальному, морально-правовому і справедливому.

Етичність є найціннішою складовою бізнесу, націленого на ефективний і стійкий розвиток, з максимально високими показниками рентабельності.

Підвищення етичної культури в організації є важливим з міркувань довгострокового успіху та сталого розвитку. Забезпечення високих стандартів етики має кілька важливих переваг:

1. Довіра і репутація: збереження довіри клієнтів, партнерів та інших зацікавлених сторін є ключовим для успішної роботи. Висока етична культура допомагає утримувати та підвищувати репутацію компанії.

2. Залучення талановитих кадрів: співробітники шукають роботодавців, які дотримуються етичних принципів. Висока етична культура привертає талановитих фахівців та сприяє їх задоволенню роботою.

3. Зменшення ризиків: етично орієнтована компанія менше схильна до правопорушень та скандалів, що може запобігти юридичним проблемам та втратам ринкової вартості.

4. Сталість відносин: компанії з високою етичною культурою зазвичай забезпечують сталість відносин з клієнтами, партнерами та співробітниками, що може впливати на довгостроковий успіх.

5. Соціальна відповідальність: підвищення етичної культури сприяє соціальній відповідальності компанії, що може мати позитивний вплив на спільноту та навколишнє середовище [2].

Отже, підвищення етичної культури є стратегічною необхідністю для забезпечення успішного функціонування організації в довгостроковій перспективі.

Розглянемо декілька прикладів репутаційних скандалів на підприємствах, які тісно пов’язані з їхньою неетичною поведінкою в бізнес-середовищі:

 1. Enron (2001): гучний банкрут підприємства Enron в США був пов'язаний із шахрайською бухгалтерією, прихованням заборгованості та штучним збільшенням фінансових показників. Фінансова звітність Enron була подана без консолідації збитків компаній, які фактично були створені й контролювалися Enron та яким відвантажували продукцію за завищеними, не ринковими цінами. Це призвело до завищення прибутків, що вплинуло на ціни акції Enron. Коли ж маніпуляції були виявлені й компанія збанкрутіла, інвестори втратили 65 млрд доларів.

2. Volkswagen (2015): скандал дизельного двигуна VW виявив, що компанія маніпулювала програмним забезпеченням, щоб обходити випробування на викиди, що викликало серйозний вплив на її репутацію.

3. Facebook (2018): витік інформації користувачів Facebook, яку використовувала компанія Cambridge Analytica для впливу на політичні процеси, став причиною серйозних сумнівів у збереженні конфіденційності та етики дій соціальної мережі.

4. Boeing (2019): аварії літаків Boeing 737 MAX та подальше виявлення проблем з безпекою призвели до серйозних втрат репутації та критики у адресу компанії. Ці приклади ілюструють, як репутаційні скандали можуть виникати через фінансові махінації, екологічні порушення, проблеми з безпекою або недостатньою етичністю [3].

Фінансова звітність Enron була подана без консолідації збитків компаній, які фактично були створені й контролювалися Enron та яким відвантажували продукцію за завищеними, не ринковими цінами. Це призвело до завищення прибутків, що вплинуло на ціни акції Enron. Коли ж маніпуляції були виявлені й компанія збанкрутіла, інвестори втратили 65 млрд доларів [5].

Один із способів оцінки того, наскільки компанія дотримується етичних правил у власній діяльності, є так звані етичні рейтинги. Декілька прикладів успішних компаній, які визначаються високими етичними стандартами та мають високі етичні рейтинги:

1. Patagonia: відомий виробник одягу та екіпіровки, Patagonia активно прагне до сталого виробництва, відмовляючись від шкідливих хімічних речовин та підтримуючи соціально-екологічні ініціативи.

2. Microsoft: компанія зосереджується на етичному використанні технологій, акцентуючи питання приватності, безпеки та відповідальності штучного інтелекту.

3. Salesforce: ця компанія CRM визначається високими стандартами корпоративної соціальної відповідальності, зосереджуючись на різноманітності, включеності та добровільних ініціативах.

4. Google (Alphabet Inc.): Крім технологічного лідерства, Google розвиває етичні принципи в розробці технологій штучного інтелекту та вивченні етичних викликів в галузі інформаційної безпеки [4].

Ці компанії відомі своєю спроможністю об'єднувати успішний бізнес із високими етичними стандартами, що дозволяє їм займати лідируючі позиції в етичних рейтингах.

Отже, забезпечення високих стандартів етики має важливі переваги для сучасних бізнес-організацій, а їх порушення може привести як до значних репутаційних скандалів, виникнення недовіри до компанії та її керівництва, так і до фінансових втрат, зниження долі ринку. Тому підвищення етичної культури є стратегічною необхідністю для забезпечення успішного функціонування організації в довгостроковій перспективі.

**Література**

1. Онищук, Ж. (2019). *Як бізнес-етика може виростити або вбити компанію* [online]. Available at: https://biz.nv.ua/ukr/experts/kak-biznes-etika-mozhet-vyrastit-ili-ubit-kompaniyu-50008579.html [Accessed 01 Dec. 2023].

2. Сушик, І. В. Сушик, О.Г., Мартинюк, Я. М. та Вісин, В. В. (2029). *Етика бізнесу*. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 268 c.

3. Тютлікова, В. В. (2011). *Формування етичної організаційної поведінки в сучасних умовах* [online]. Available at: https://www.problecon.com/export\_pdf/ problems-of-economy-2011-4\_0-pages-95\_100.pdf [Accessed 01 Dec.2023]

4. Чирва, Г. М., Ткачук, С. П., Корнієнко, Т. О. та Підлісний, Є. В. (2023). Роль керівника в розвитку етичної культури та дотриманні етичних норм. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*, вип. 37, с. 155‑160.

5. Любящева, О. (2022). *Порушення етичних норм – це угода із совістю* [online]. Available at: https://ibuhgalter.net/ru/material/1398/27472 [Accessed 01 Dec.2023]

**Ковальчук О.Ю., Самуляк С.С., студенти**

*КЗ «Харківський Фаховий Коледж Спортивного Профіля»*

*Харківської Обласної Ради*

**ЯК ЛІДЕР МОЖЕ МОТИВУВАТИ СВОЮ КОМАНДУ НЕМАТЕРІАЛЬНО ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ**

У наш час високої турбулентності та невизначеності прийшло усвідомлення, що мотивована команда разом може зробити набагато більше, ніж просто відділ співробітників. Тому зараз однією з важливих та затребуваних навичок керівника та лідера є створення та збереження ефективної та вмотивованої команди.

Питання мотивації команди розглядали як вітчизняні так і західні автори, а саме: Герцберг, Э. Лоулер, Д. МакГрегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, М. Мескон, Л. Портер, А.О. Азарова, О.А. Грішнова, С.Л. Іванов, Г.В. Іванченко, О.В. Тужилкіна, В.В. Гончар, Н.О Обухова. Більшість із вказаних авторів наголошують на матеріальних методах мотивації працівників, адже вони є більш реально відчутними та піддаються виміру. Проте на нашу думку не менш важливою є нематеріальна складова мотивації, якій відводиться не значна увага серед дослідників менеджменту.

Лідер/керівник часто стикається з задачею: як же мотивувати свою команду на гарну роботу та досягнення результатів? Зарплата важлива для членів команди і вони повинні отримувати гідну оплату своєї праці. Але при досягненні певного рівня матеріальна винагорода не буде такою важливою і лідеру потрібні інші варіанти мотивації, а саме нематеріальної.

Ми пропонумо для використання наступні інструменти нематеріальної мотивації:

1. Створення Культури Довіри. Культура довіри сприяє розвитку інновацій та креативності. Інновації – це ключ до довголіття у бізнесі, тому що вони дозволяють нам швидко змінювати напрямок та передбачати майбутні тенденції [1].
2. Давати та приймати зворотний зв'язок. Для цього можна використовувати сендвіч-метод (позитивний, конструктивний, позитивний). Треба давати конструктивний зворотний зв'язок та підказувати шлях до поліпшення [1].
3. Залучати команду до формування цілей та прийняття рішень. Будь-які ініціативи, які «спускаються зверху», зазвичай дуже важко приживаються всередині команди і часто є демотивуючими. Якщо ви хочете, щоб завдання було виконано швидко та ефективно, необхідно підключати представників команди до формування завдання та процесу його виконання.
4. Розвиватися та навчатися. У свою команду варто обирати людей, які прагнуть розвиватися і навчатися та надавати їм таку можливість [2]
5. Дякувати за роботу. Дякуйте людям за те, що вони роблять.
6. Вміти звільняти нелояльних працівників, які демотивують інших.

Впроваджуючи ці інструменти, ви отримаєте мотивовану команду, яка досягатиме поставлених цілей.

**Література**

1. Піковець, Н. Л. (2023). *Чим можна мотивувати команду крім підвищення заробітної плати* [online]. Available at: https:// https://thepage.ua/ua/experts/yakimi-metodami-motivuvati-spivrobitnikiv [Accessed 12 Nov. 2023].
2. Гончар, В. В., Обухова, Н. О. (2015). Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період. [online] У: *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності,* Available at: https://core.ac.uk/download/pdf/74515356.pdf [Accessed 12 Nov. 2023].

**Корніцка Т. В., студентка**

*Національна академія Національної гвардії України*

**Удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності**

Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності є завданням, що вимагає вдумливого стратегічного підходу та гнучкості. Нестабільні умови можуть виникати через різноманітні фактори, такі як економічні кризи, політична нестабільність, технологічні зміни або здоров’я глобальної екосистеми.

По-перше, важливо зосередитися на аналізі та передбаченні ризиків. Підприємство повинно мати систему моніторингу та аналізу ринкових та зовнішніх умов для своєчасного виявлення потенційних загроз. Ретельний аналіз дозволяє підготуватися до можливих викликів та розробити стратегії їх запобігання чи мінімізації.

По-друге, посилення гнучкості виробництва та управління ланцюгом постачання. Здатність швидко адаптуватися до змін у попиті, виробничих процесах чи постачальницьких ланцюгах надає підприємству конкурентну перевагу в нестабільних умовах.

По-третє, інновації та пошук нових можливостей. Нестабільні умови можуть створювати нові ринкові можливості, і підприємство повинно бути готовим використовувати їх через впровадження нових продуктів, послуг або технологічних рішень [1].

Крім того, забезпечення фінансової стійкості важливе в умовах нестабільності. Підприємство повинно управляти ефективності фінансовими ресурсами, розглядати альтернативні джерела фінансування та планувати бюджет таким чином, щоб бути готовим до змін в економічному середовищі.

Нестабільність також вимагає активної комунікації та взаємодії зі стейкхолдерами. Важливо підтримувати сталі контакти з клієнтами, партнерами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами для збереження взаєморозуміння та підтримки.

До найвагоміших пріоритетів при запровадженні механізму управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах нестабільності треба віднести: обережність; професіоналізм; вчасне виявлення небезпек; поглиблений аналіз ситуацій, що виникають; пошук найоптимальніших варіантів розвитку; запобігання помилок; мотивування, яке зорієнтоване на антикризові заходи; пошук і запровадження інновацій тощо [2].

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності – це процес роботи під впливом обставин таким чином, щоб це дало змогу керівництву підприємства здійснювати аналіз, планування, організацію і контроль цілого ряду взаємопов’язаних операцій для прийняття необхідних та раціональних рішень з невідкладних проблем, що виникли перед суб’єктом господарювання [3].

Враховуючи вищезазначене, доцільним буде запропонувати механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності, який передбачає такі етапи:

1. Проведення аналізу конкурентних сил, які впливають на підприємство.

2. Побудова логічної концепції з управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності.

3. Здійснення оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

4. Реалізація заходів із підвищення рівня конкурентоспроможності суб’єкта господарювання в умовах нестабільності.

Узагальнюючи, удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю в умовах нестабільності вимагає системного підходу та постійної готовності до змін, стратегічного мислення, гнучкості та готовності до інновацій. Ті підприємства, які вміють швидко реагувати на зміни та ефективно впроваджувати нові стратегії, мають більше шансів на успіх у складних умовах сучасного бізнес-середовища.

**Література**

1. Сахно, І. В., Сахненко, О. І. (2019) Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*, 31, с. 362–368.
2. Назарова, Л. В. (2018) Необхідність антикризового управління на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами*, 23, с. 281–286.
3. Кривіцька, В. В., Зянько, В. В. (2020) Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. *Ефективна економіка*, [online] 8. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8\_2020/153.pdf [Accessed 29 Nov. 2023].

**Кошарновська А. А., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ДЕРЖАВНА СИСТЕМА ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ)**

Державні системи охорони здоров’я грають найважливішу роль сучасному суспільстві, забезпечуючи турботу про фізичний та психічний добробут громадян. Насамперед ці системи гарантують доступність медичної допомоги для всіх верств населення, мінімізуючи соціальні та економічні бар’єри до здоров’я. Вони сприяють запобіганню та контролю за інфекційними захворюваннями через програми вакцинації та ефективний моніторинг епідеміологічної обстановки.

Завдяки державним системам охорони здоров’я суспільство може оперативно реагувати на кризові ситуації, у тому числі на пандемії та природні лиха, забезпечуючи координацію та своєчасне надання медичної допомоги. Вони також відіграють ключову роль в освіті населення про принципи здорового способу життя, профілактику хвороб та регулярне медичне обслуговування.

Державні системи охорони здоров’я сприяють науковим дослідженням та інноваціям, сприяючи розробці нових методів лікування, діагностики та ліків. Вони також підтримують навчання та розвиток медичного персоналу, забезпечуючи високий професійний рівень послуг.

Одним із важливих аспектів є забезпечення соціальної справедливості у доступі до охорони здоров’я, зменшення нерівності в галузі здоров'я та підтримання громадського здоров'я на належному рівні. Державні інвестиції у охорону здоров’я сприяють як лікуванню хвороб, а й їх запобіганню, створюючи стійке і здорове майбутнє суспільству загалом. Таким чином, державні системи охорони здоров’я є наріжним каменем суспільного добробуту та людського розвитку в сучасному світі.

Система державного фінансування охорони здоров’я в Україні ґрунтується на принципах обов’язкового медичного страхування (ОМС). Згідно із Законом України «Про основи державного соціального страхування», ЗМС є формою соціального страхування, яка забезпечує громадянам право на отримання медичної допомоги за рахунок коштів обов'язкового соціального фонду.

Джерелами фінансування ЗМС є:

– страхові внески роботодавців, які становлять 3,6% фонду оплати праці;

– страхові внески громадян, які становлять 1,5% від розміру мінімальної заробітної плати;

– бюджетні кошти.

Бюджетні кошти спрямовуються на фінансування ЗМС у разі, якщо: розмір страхових внесків не забезпечує надання застрахованим особам медичної допомоги у повному обсязі; застраховані особи не мають змоги сплачувати страхові внески.

Відповідно до Закону України «Про охорону здоров’я», фінансування медичної допомоги в Україні здійснюється за рахунок бюджетних коштів, коштів обов’язкового соціального страхування, коштів підприємств, установ, організацій та фізичних осіб.

Частка бюджетних коштів у загальному обсязі фінансування охорони здоров'я в Україні становить близько 60%. Вони використовуються для фінансування надання медичної допомоги в установах державної та комунальної власності, реалізації державних програм охорони здоров'я, розвитку медичної науки та освіти і підготовки та перепідготовки медичних кадрів.

Система державного фінансування охорони здоров’я у Великобританії заснована на принципах загального медичного страхування (ЗМС). Національна служба охорони здоров’я (NHS) надає безкоштовну медичну допомогу всім громадянам Великобританії, незалежно від їхнього соціального статусу чи доходу.

У 2022-2023 фінансовому році витрати NHS становили 184,6 мільярда фунтів стерлінгів. Це становить близько 12% загального обсягу державних витрат у Великобританії. NHS надає широкий спектр медичних послуг, включаючи первинну, вторинну та третинну медичну допомогу. Первинна медична допомога надається у загальних практиках, які очолюють сімейні лікарі. Вторинна медична допомога надається у лікарнях, які надають спеціалізовану медичну допомогу. Третинна медична допомога надається у спеціалізованих центрах, які надають передову медичну допомогу. Також надає широкий спектр стоматологічних, офтальмологічних та інших медичних послуг.

**Література**

1. Іванов, Ю. Б., Бережна, Ю. В. (2014). Особливості фінансового забезпечення сфери охорони здоров’я в Україні. *Ефективні економіка*, [online], 11. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3493 [Accessed 29 Nov. 2023].
2. Гавриченко, Д., Козирєва, О., Попова, Т. та Сергієнко, Л. (2022). *Механізм фінансування охорони здоров'я України в умовах трансформацій* [online]. Available at: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3674 [Accessed 29 Nov. 2023].
3. Семенченко, О. (2010). *Британія: Національно система охорони здоров'я безкоштовна для**всіх* [online]. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/1973941.html> [Accessed 29 Nov. 2023].
4. Мініч, Р. (2018). *Переваги та недоліки британської системи охорони здоров'я, яку впроваджує Україна* [online]. Available at: <https://euukrainecoop.medium.com/uk-healthcare-c3638b1151e0> [Accessed 29 Nov. 2023].

**Krapyvna K. D., student**

*Kharkiv University of Humanities*

*«People’s Ukrainian Academy»*

**IMPORTANCE OF CHANGE MANAGEMENT IN IT-COMPANIES. ADKAR MODEL**

In the dynamic business landscape, embracing innovations presents a key avenue for the company to maintain competitiveness by optimizing internal processes, fostering a robust work performance culture. Research finds that anywhere from 50%–75% of change efforts fail. And for those that do succeed, many don’t achieve the goals of the original vision. The biggest hurdle to effective organizational change is people. A core part of your job as a leader is to help others overcome the inherent, very human bias toward maintaining the status quo [1]. In the context of information technology and remote work, there is an urgent necessity to promote understanding and awareness regarding the imperative for change management, particularly in the realm of human resources, within the contemporary dynamic environment.

People are the source for resistance, mostly because they are feeling rushed and lack of respect [1].  Forrester’s research shows that traditional change management concepts are ineffective in tackling change resistance in IT. Transformation leaders need to explore new or updated methodologies to be successful [2]. One of them is ADKAR model - a change management methodology that underscores the significance of fostering positive motivation for embracing changes [4]. It consists of five key elements: Awareness, Desire, Knowledge, Ability, and Reinforcement [3]. The main benefit is that ADKAR model can be used both in small and big companies, and on individual level. Moreover, it has been extensively field-tested, ADKAR is one of the most popular and widely used change models [5].

The initial phase of the model involves establishing "Awareness" of the necessity for change. This stage is deemed "successfully achieved" when employees comprehend the reasons for the changes, embrace them, and can evaluate the potential risks associated with resisting the proposed changes [3]. Within the ADKAR model, "Desire" plays a pivotal psychological role in the change management journey. This aspect is propelled by two primary forces: motivation and individual choice. At the heart of the "Desire" element lie the essential queries: "Why is change necessary?" and "What’s in it for me?". To address these questions effectively, it is crucial to grasp the advantages that the proposed change will yield for each team and effectively communicate them. The third component of the ADKAR model, labeled "Knowledge," outlines the process of implementing changes (“How?”). Successful strategies for disseminating knowledge are critical at this juncture, as the mindset of both individual employees and the organization undergoes transformation. They may include training programs, seminars, informational materials, and online resources. "Knowledge" emphasizes the significance of employing pedagogical methods tailored to diverse learning styles and preferences, thereby fostering motivation. The "Ability" helps develop the competence of employees to effectively implement an initiative and achieve the desired level of productivity. Several factors influence an individual's ability to adapt to changes [3]:

* Psychological barriers;
* Physical capabilities;
* Intellectual abilities;
* Time available for developing necessary skills;
* Availability of resources for developing new abilities.

"Reinforcement," the fifth element within the model, encompasses the deployment of measures and strategies to guarantee the enduring success of recently implemented behavioral, procedural, or systemic changes introduced during the initiative. The objective of this stage is to safeguard against regression and ensure the continued integration of changes within the organization over the long term [3].

In contemporary settings, leveraging efficient change management methods is crucial for IT companies seeking to capitalize on modern opportunities and implement innovation with utmost efficiency. To achieve optimal effectiveness in the implementation of change, it is recommended to foster open communication, articulate the necessity for change, offer accessible training and support during the active phase of transformations. Additionally, it is essential to delineate the specific benefits of innovation implementation for each employee group, inform them accordingly, and establish a structured system of recognition and rewards for employees. In the realm of IT, where rapid advancements are the norm, adept change management becomes even more pivotal to navigate and capitalize on the evolving technological landscape.

**References**

1. Blount, S., Carroll, S. (2017). *Overcome Resistance To Change With Two Conversations* [online]. Available at: https://hbr.org/2017/05/overcome-resistance-to-change-with-two-conversations [Accessed 30 Nov. 2023].
2. Geitz, M. (2023). Change Management In Digital Transformation: There’s No Tunnel, There’s No Light*.* [online] In: *Forrester.* Available at: https://www.forrester.com/blogs/change-management-in-digital-transformation-theres-no-tunnel-theres-no-light/ [Accessed 30 Nov. 2023].
3. Hiatt, J. M. (2006). *ADKAR: a model for change in business, government and our community*. Prosci Inc.
4. Prosci (2023). *Definition of Change Management* [online]. Available at: https://www.prosci.com/resources/articles/definition-of-change-management [Accessed 17 Oct. 2023].
5. WalkMe Team (2021). *The ADKAR Model of Change Management: Pros and Cons* [online]. Available at: https://change.walkme.com/adkar-model/#:~:text=As%20mentioned%20ADKAR%20comes%20ready,sophisticated%2C%20complex%20change%20management%20processes [Accessed 28 Nov. 2023].

**Крилова С. Б., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕТИЧНОГО ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

Сьогодні споживачі все частіше шукають в Інтернеті найкращі пропозиції від продавців у всьому світі порівняно з традиційними методами. Технології змінюють контекст і практику маркетингу: маркетологи все частіше змушені працювати в складному, постійно мінливому світі, де вони більше не мають повного контролю над медіа та повідомленнями. Поведінка клієнтів також змінюється: клієнти втрачають довіру та стають більш критичними, розумними, поінформованими та проактивними, ніж будь-коли раніше. Тому питання етики у використанні цифрового маркетингу зараз стають все більш важливими.

Концепція соціально-етичного маркетингу є розвитком концепції маркетингу, у центрі уваги та аналізу якої знаходяться споживачі, які є носіями та представниками суспільних інтересів. Діяльність підприємства базується на балансі трьох факторів, а саме: прибутку підприємства, потенційних потреб споживачів та соціальних інтересів. Оскільки ці інтереси можуть відрізнятися, а питання маркетингу можуть виходити за межі існуючих законодавчих та правових обмежень, керівництво компанії має прагнути знайти рішення, прийнятні для всіх сторін, які можливі при використанні ділової етики та соціальної відповідальності суб’єктів ринку. Серед професійної маркетингової спільноти, як місцевої, так і глобальної, існує загальновизнана точка зору на необхідність офіційного кодексу етики в маркетингу [1,2].

Норми GDPR і CCPA (General Data Protection Regulation (GDPR) і California Consumer Privacy Act (CCPA) - документи, які суттєво розширюють права суб'єктів персональних даних і піднімають рівень вимог до забезпечення захисту персональних даних) були введені для захисту прав на конфіденційність і даних осіб, які проживають на території, на яку поширюються ці норми. Обидва положення застосовуються до організацій, які здійснюють діяльність з жителями, які проживають у районах, до яких застосовуються ці положення, незалежно від того, чи знаходяться ці організації в межах дії цих положень [3]. Розберемо їх.

Регламент GDPR ‑загальний регламент захисту персональних даних ‑ це закон Європейського союзу (ЄС), який набув чинності у квітні 2016 року. Регламент призначений для покращення захисту персональних даних та підвищення організаційної відповідальності за порушення безпеки даних з метою захисту резидентів Європейського союзу. GDPR передбачає штрафи у розмірі до 4% від світового виторгу або 20 мільйонів євро (залежно від того, що більше). Організація, яка опрацьовує або контролює персональні дані резидентів ЄС, підпадає під дію цього регламенту, незалежно від свого місцезнаходження [3].

Другий регламент ‑ Закон Каліфорнії про захист персональних даних споживачів (CCPA) набув чинності на початку 2020 р. Він був розроблений, щоб надати резидентам Каліфорнії більше контролю за тим, які персональні дані збираються і як ці дані використовуються.

Компанії, визнані винними у порушенні CCPA, зобов'язані сплатити штраф у розмірі 7500 дол. США за кожне навмисне порушення. Ненавмисні порушення менш обтяжливі, але все ж таки обходяться дорого: 2500 дол. США за кожне порушення. Однак цивільне судочинство потенційно може негативно вплинути на організації, які не дотримуються вимог. Для кожного споживача, порушеного недотриманням CCPA, організаціям загрожує громадянський збиток у розмірі до 750 дол. США на одного споживача [3].

Окрім розробки зовнішніх норм етичного цифрового маркетингу, також розвивається впровадження внутрішніх норм етичної поведінки. Наприклад, відомі інтернет-компанії, щоб забезпечити безпеку та повагу до своїх платформ, розробили стандарти для визначення та заборони вмісту, який є шкідливим або неприйнятним для користувачів. У Google Play є окремі вимоги до розміщення додатків: зображення людей, які повністю або майже оголені (навіть якщо деякі частини тіла розмиті), позують у провокаційних позах або в одязі, невідповідному соціальному середовищу, статевому акті чи сексуальному позиції, а також сексуальні зображення частин тіла, вміст, що містить сексуальні пропозиції, незаконні теми, пов’язані з сексом, а також зображення секс-іграшок і сексуальних об’єктів, вміст, який зображує або пропагує зоофілію, контент, що використовується для погроз або спроб сексуальної експлуатації людей, як-от фото чужого оголеного тіла, отримані без згоди або зроблені прихованою камерою, контент сексуального характеру, створений без згоди шляхом технології "дипфейк" чи її аналогів, або контент, що містить насильство [4].

Варто зазначити, що у зв’язку з вищеописаними тенденціями посилюються вимоги до норм доброчесності при формуванні змісту та форми реклами, а також у відносинах між рекламодавцями та споживачами рекламних послуг. В Україні для забезпечення етичного функціонування рекламного ринку необхідно вдосконалити правове регулювання діяльності рекламних агентств. Незважаючи на певні успіхи на законодавчому рівні, залишаються значні прогалини у зв’язку з сучасними реаліями цифрового світу та появою цифрового маркетингу.

**Література**

1. Гавура, Г. (2022). *Digital-marketing: що це таке й кому він потрібен* [online]. Available at: https://thepage.ua/ua/experts/digital-marketing-sho-ce-take-i-komu-vin-potriben [Accessed 30 Nov. 2023].

2. *Українська асоціація маркетингу* (2023). [online]. Available at: https://www.uam.in.ua/ukr/about/ [Accessed 30 Nov. 2023].

3. Картавченко, Д. (2023). *Що таке GDPR: основні принципи, чи діє регламент в Україні та яким вимогам захисту даних має відповідати бізнес* [online]. Available at: https://web-promo.ua/ua/blog/shho-take-gdpr-osnovni-prynczypy/ [Accessed 30 Nov. 2023].

4. (2023). *Правила програми для розробників* [online]. Available at: https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/ [Accessed 30 Nov. 2023].

**Кудінова М.М., доцент кафедри маркетингу,**

**менеджменту та підприємництва, к.е.н,**

**Рубайко М.О., студентка**

*Харківський національний університет*

 *імені В. Н. Каразіна*

**МЕХАНІЗМИ МІЖНАРОДНОЇ ПІДТРИМКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

На даному етапі багато українських сільськогосподарських компаній беруть активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, яка є важливою частиною ринкових відносин. Проте відсутність у вітчизняних підприємств досвіду роботи на зовнішніх ринках, міжнародної підтримки зумовлюють актуальність пошуку шляхів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Оскільки Росія розв'язала повномасштабну війну проти нашої країни, українська економіка зазнала великих втрат. Загалом закрито 9,9% підприємств, частково – 21,8% (без урахування зайнятих), свідчать дані репрезентативного опитування Центру інновацій та розвитку, Офісу розвитку підприємництва та експорту, національного проекту Дія.Бізнес [6].

Прямі збитки для малих і середніх підприємств склали приблизно 87 мільярдів доларів США, оскільки ділова активність зменшилася, а експортери зіткнулися з обмеженими можливостями через блокування портів.

В Україні досі тривають активні військові дії. Наразі найбільш складною є ситуація на сході та півдні країни, крім того, не можна виключити можливість повторних військових вторгнень противника через північний кордон. У цій складній ситуації з кожним днем зростає потреба у залученні інвестицій, у тому числі іноземних, для відновлення та повноцінного функціонування вітчизняних підприємств, тому залучення інвестицій є одним із головних завдань сучасної економіки.

Найбільшими інвесторами в український аграрний сектор до війни були Кіпр, Німеччина, Данія та Польща [3]. Незважаючи на те, що наразі ситуація в країні є нестабільною, очікується, що в майбутньому інвестиційна привабливість України зросте, а інвестиційна діяльність відповідно збільшиться. Проте для залучення інвестицій необхідно створити умови, які дозволять іноземним інвесторам безпечно та ефективно вкладати кошти в національну економіку.

Сталий розвиток економіки, відродження сприятливих галузей промисловості, повна реалізація регіонального потенціалу та підвищення рівня життя людей – все це вимагає відповідних інвестицій у промислову та соціальну сфери.

Аналіз досвіду діяльності міжнародних проектів показує, що в багатьох розвинених країнах світу одним із важливих завдань органів місцевого самоврядування є спрямування роботи, пошук альтернативних джерел позабюджетного фінансування та налагодження співпраці з міжнародними організаціями, програмами та грантами.

У період повномасштабного вторгнення в Україну важливо реалізувати міжнародну програму підтримки агробізнесу з наступних причин:

‒ економічна стабільність: підтримка агробізнесу в складних умовах вторгнення допоможе зберегти економічну стабільність країни;

‒ продовольча безпека: аграрний сектор відіграє ключову роль у забезпеченні національної продовольчої безпеки. Підтримка агробізнесу забезпечить стабільність поставок продуктів харчування на внутрішній ринок;

‒ збереження робочих місць: сільське господарство займає значну частину робочої сили України. Збереження робочих місць у сільському господарстві допоможе уникнути соціально-економічних криз і забезпечить дохід населення;

‒ підтримка експорту: Україна є одним із найбільших експортерів сільськогосподарської продукції у світі. Міжнародна підтримка допоможе зберегти та розширити експортні можливості, які важливі для платіжного балансу країни;

‒ технічна допомога: міжнародні програми можуть надавати технічну допомогу сільськогосподарському сектору для сприяння впровадженню сучасних технологій для підвищення продуктивності та стійкості господарств;

‒ фінансова підтримка: міжнародні організації можуть надати фінансову підтримку у формі позик або грантів, щоб допомогти сільськогосподарським підприємствам подолати економічну нестабільність.

Гранти є найпоширенішою формою фінансування проектів для донорських організацій.

Отримання аграрного гранту – це процес подачі заявки на отримання фінансової підтримки для розвитку аграрного сектору нашої країни. Гранти можуть надавати різні організації, такі як державні установи, міжнародні фонди, благодійні фонди та інші організації, призначені для підтримки розвитку сільського господарства.

Розглянемо добірку актуальних грантів для аграріїв, які діють за підтримки міжнародних організацій, можливих в реалізації для досліджуваного в цій роботі підприємства (рис. 1).

Сільськогосподарським підприємствам, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність порадимо подати заявку на отримання гранту «Експортер» від Департаменту сільського господарства USAID для подальшого вдосконалення та розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Фінансова Підтримка: Грант надає значну фінансову допомогу для реалізації проектів з вдосконалення та розширення зовнішньоекономічної діяльності. Це включає в себе покращення інфраструктури, технологічного обладнання та розвитку нових методів виробництва, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності на світовому ринку.

Рис. 1. Актуальні гранти для аграріїв за підтримки міжнародних організацій (складено автором за джерелом [5])

Обраний грант включає в себе можливість отримати консультації від експертів у галузі зовнішньої торгівлі та експортного менеджменту. Це допоможе аграрним підприємствам ефективно визначити стратегії розвитку, а також вирішити питання, пов'язані з міжнародними стандартами та регуляціями. Також він не аби як сприяє розширенню ринків збуту та збільшенню обсягів експорту. Це дозволить визначити нові перспективні ринки та забезпечити стійкий збут своєї продукції на міжнародному рівні.

Грант «Експортер» надає можливість отримати довгострокову підтримку, що робить його ідеальним інструментом для планування та реалізації стратегій зовнішньої економічної діяльності. Ця стабільність сприяє підвищенню довіри партнерів та інвесторів. Він також сприяє впровадженню інноваційних підходів у сільське господарство, що дозволяє підприємствам створювати продукцію відповідну світовим стандартам та вимогам.

Впровадження міжнародних програм підтримки сільськогосподарських підприємств є важливим стратегічним кроком для забезпечення економічної стабільності, продовольчої безпеки та збереження робочих місць в умовах геополітичної нестабільності. Ці програми забезпечують необхідну фінансову, технічну та міжнародну підтримку для сприяння розвитку та модернізації сільськогосподарського сектора та зміцнення партнерства та зв’язків на міжнародних ринках. Ці заходи не лише цілеспрямовано сприяють внутрішньому економічному здоров’ю країни, а й підтримують її позиції на світовій арені, сприяють зміцненню взаєморозуміння та міжнародної співпраці.

**Література**

1. Багрова, Н. І. Рєдіна, В. Є. Власюк, О. О. та Гетьман В. В. (2004). *Зовнішньоекономічна діяльність підприємств*. Київ: Центр навч. літ., 580 с.
2. Батченко, Л .В., Дятлова, В. В., Мойсеєнко, К. Є. та Ткаченко, О. Г. (2018). *Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності*. Харків: Вид-во «НТМТ», с. 259.
3. Бахрамов, Ю. М., Глухів, В. В. (2021). *Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту*. Київ: Вид-во «Лань», 448 с.
4. Василенко, В. А. (2013). *Теорія і практика розробки управлінських рішень*. Київ: Центр навчальної літератури, 165 с.
5. Миколаївська громада, (2023). *Перелік міжнародних програм, конкурсів та грантів в розрізі напрямів: економіка та підприємництво, аграрний розвиток, енергоефективність та екологія* [online]. Available at: https://mykolaivska-gromada.gov.ua/news/1695972666/ [Accessed 30 Nov. 2023].
6. Скрипник, С. В., Процевят, О. С. та Воронова, О. В. (2022). Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 38, с. 22.

**Курило М. С., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Актуальною проблемою в кожній сучасній державі є фінансування системи охорони здоров’я. Охорона здоров’я нації є одною з провідних цілей і задач кожного уряду. Україна в цьому питанні не є виключенням.

У цій роботі буде досліджено та проаналізовано, як змінювалися витрати на охорону здоров’я в Україні впродовж 5-ти останніх років. Та як змінювалася частка цих витрат у загальних витратах бюджету.

Для розуміння всієї картини в цілому, завдяки діаграмі №1 відслідкуємо, як змінилися загальні видатки держбюджету за 5 останніх років (рис. 1.).

Як чітко видно на діаграмі, з початком війни, загальні видатки держбюджету збільшилися майже вдвічі. Чи така само ситуація з видатками на охорону здоров’я? Побачимо на рис. 2.

Рис. 1 – Видатки державного бюджету України за 2019–2023 рр.

Рис. 2 – Витрати на охорону здоров’я в Україні за 2019–2023 рр.

В принципі, динаміка зрозуміла. Цікаво, що у 2022році, попри війну, видатки на охорону здоров’я збільшилися приблизно на 8%. Але для більш правильного відображення, виведемо частку видатків на охорону здоров’я у відсотках до загальної суми видатків держбюджету. Це дасть нам можливість зрозуміти реальний стан речей.

На рис. 3 представлена відсоткова частка видатків на охорону здоров’я у загальній сумі видатків держбюджету з 2019 по 2023 рр.

Бачимо зведену статистику. Перше, що одразу видно, це зріст, більше ніж у 2,5 рази, витрат на охорону здоров’я у 2020–2021 роках у зв’язку з впровадженням чергового етапу медичної реформи. Було підвищено зарплату працівникам сфери охорони здоров’я, а також покращено забезпечення медичних закладів.

Рис. 3 – Відсоткова частина видатків на охорону здоров’я у держбюджеті України у 2019‑2023 рр.

Дослідження показали, що у зв’язку з початком війни, видатки бюджету було перерозподілено на інші сфери діяльності, такі, як оборона та громадський порядок. Наприклад видатки на оборону збільшилися у майже у 5 разів: з 8,56% у 2021році, до 42,24% у 2022-му та 53,47% у 2023-му. Дана динаміка свідчить про погіршення фінансування системи охорони здоров’я.

**Література**

1. Мінфін, (2023). *Видатки державного бюджету* [online]. Available at: https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/ [Accessed 30 Nov. 2023].

2. Урядовий портал. *Медична реформа* [online]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-sistemi-ohoroni-zdorovya> [Accessed 30 Nov. 2023].

**Лавінда М. Б. ,аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ОСОБЛИВОСТІ ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

Яскравою особливістю економічного розвитку сучасного світу є те, що в розвинених країнах сформувалося постіндустріальне суспільство, засноване на інноваційному виробництві. Цей факт принципово змінює статус і роль людини в економіці, а також структуру економіки. Постіндустріальний світ характеризується багатьма абсолютно новими ситуаціями. Одним із найважливіших факторів економічного прогресу є формування та накопичення соціального капіталу, особливо завдяки інтелекту, креативності та комунікативним навичкам.

Основну увагу дослідників, які розробляють метод вимірювання соціального капіталу на мікрорівні суспільства, зосереджено на:

* особливостях визначення співвідношення між рівнями соціального капіталу та рівнями однорідності серед членів мікрогруп доходу;
* особливостях вивчення того, наскільки окремі особи беруть участь у механізмах прийняття рішень, що зачіпають інтереси всіх членів мікрогрупи;
* особливостях визначення ймовірності того, що члени спільної мікрогрупи вчинять колективні дії;
* особливостях обчислення рівня довіри в групі чи спільноті [1].

Дослідження зарубіжних вчених показують, що існує тісний зв’язок між рівнем соціального капіталу дітей сім’ї та легшим доступом до економічних ресурсів, високооплачуваної роботи та накопиченням людського капіталу. Вимірювання соціального капіталу на макрорівні передбачає пошук закономірностей між накопиченням соціального капіталу та темпами економічного зростання. В країнах, де населення задоволені урядом, було виявлено, що високий рівень соціального капіталу позитивно впливає на економічне зростання [2]. Італійський дослідник Р. Лапорта [1] запропонував вимірювати рівень соціального капіталу за допомогою індексів, які враховують рівень корупції, участь населення в політичних партіях та об'єднаннях, якість інфраструктури. Його дослідження дійшли такого ж висновку.

Експерти Світового банку заявили, що при вимірюванні соціального капіталу якісні та кількісні показники можуть використовуватися для характеристики компонентів соціального капіталу, таких як групи та мережі, довіра, участь у колективних діях, соціальна інтеграція, інформація та комунікація тощо [1]. Як і інші форми капіталу, соціальний капітал потребує інвестицій і забезпечує відповідний прибуток у формі зростання фінансових і фізичних активів, зниження операційних витрат і рівня ризику. Але у випадку соціального капіталу ці інвестиції здійснюються безпосередньо в соціальні відносини між людьми. Вони здійснюються не тільки в матеріальній і грошовій формі, а й у формі витрачання культурних ресурсів, вільного часу і т. д. Вони не обов'язково спрямовані на створення соціального капіталу, а часто переслідують зовсім інші цілі.

У цьому сенсі формування соціального капіталу можна розглядати як позитивний зовнішній ефект для інвестицій в інші види капіталу, починаючи з інвестицій у людський капітал.

**Література**

1. The (2020). Future of Jobs Report 2021. [online] In: *The World Economic Forum*. Available at: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/executive-summary#executive-summary> [Accessed 01.12.2023].

2. Тимохова, Г. Б. (ред.). (2019). *Соціальний капітал як фактор економічного зростання суспільства: інституційний аспект аналізу.* Харків: Вид-во НУА, 180 с.

**Лікунова С. В., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*“Народна українська академія”*

**Як пов’язані базові категорії ринкової економіки попит і маркетинг?**

Сучасне підприємництво все більше набуває рис активної впливовості споживачів. Якість і функціональні особливості продукту, виробничі і технологічні процеси його виготовлення, інструментарій після продажного обслуговування клієнтів, які застосовуються суб’єктами підприємництва, є переважно клієнто орієнтованими. К. Друрі зазначав, що сучасний підприємець повинен «підлаштовуватися» під споживача, бо в іншому випадку він не матиме шансів навіть вийти на ринок. Потребу й бажання споживача придбати певний товар (послугу) за наявних у нього ресурсів називають попитом, а можливість і бажання продавця реалізувати товар за умов, які склалися на ринку, – пропозицією. Ключові суб’єкти ринку постійно намагаються максимізувати свій виграш: домогосподарства – не переплачувати вищу ціну за куплений товар і можливість придбати його вдосталь, а фірми – максимізувати прибуток, що можливо в умовах досягнення ринком рівноважного стану. І це не стільки бажання справедливості, а основа гармонізації інтересів суб’єктів ринку через найбільш ефективний розподіл обмежених ресурсів економічної системи. В умовах посилення конкуренції на ринку на фоні великої пропозиції товарів, ключовим гравцем стає споживач, бо від його рішення залежить доходність і результативність бізнесу. Натомість, виробники і продавці продукції відшуковують можливості все більше здійснювати вплив на прийняття рішень споживачами на користь вибору саме їхнього продукту чи послуги. У цьому їм допомагає маркетинг, який є посередником між виробником і споживачем.

Одне із завдань маркетингу – вплив на поведінку потенційних покупців, формування попиту крізь призму мети підприємницької діяльності. Для цього постійно проводять дослідження задля визначення потреб і бажань споживачів. Після оцінки ситуації на ринку маркетинг допомагає знайти ефективні шляхи задоволення споживчих потреб спираючись на можливу користь для виробника. При вирішенні ключових питань, які виникають в процесі організації підприємницької діяльності: «Що виробляти? Як виробляти? Для кого виробляти?», обов’язково буде задіяно маркетинг. Очевидно, що перше й третє питання будуть основою організації маркетингової діяльності суб’єктом підприємництва. Втім, раціональний і обачливий підхід до другого питання та правильне подання інформації в маси, дозволить побудувати довіру й прихильність споживачів.

Маркетинг не обмежується лише рекламними кампаніями (хоча пропаганда є важливою складовою), його сфера діяльність набагато ширша: статистичні дослідження, планування, прогнози, аналіз цінової політики. Інструменти маркетингової діяльності видозмінюються залежно від безлічі факторів: економіко-географічних, суспільних, історичних тощо. Зупинюся детальніше на тому, як тип ринкової структури може вплинути на принципи розробки маркетингових схем. Від досконалої конкуренції до чистої монополії існує безліч проміжних станів ринку за силою монопольної влади (монополістична конкуренція, олігополія, монопсонія, олігопсонія, двостороння монополія, дуополія тощо), в яких буде застосовано різний підхід до налагодження зв’язків зі споживачем. У «ланцюгу вартості» М. Портера маркетинг є одним з основних видів діяльності для формування доданої вартості й конкурентних переваг. М. Портер досліджував, як конкуренція всередині ринку пов’язана з рівнем вимог внутрішніх споживачів, і висловив думку, згідно з якою, чим більший рівень конкуренції в середині ринку, тим більша ймовірність успіху підприємства на міжнародному рівні. Важливо не тільки задовільнити всі потреби споживача, а й переконати його, що саме запропонована продукція матиме найвищу корисність. На цьому етапі, звісно, можна орієнтуватися на дію соціальних ефектів: ефекту приєднання до більшості, ефекту сноба чи ефекту Веблена. Кожен з можливих варіантів спиратиметься на еластичність попиту групи споживачів, на яких орієнтовано пропозицію.

Еластичність попиту на продукцію дуже впливатиме на вибір певної маркетингової схеми. Так, за А. Маршаллом, товари першої необхідності є нееластичними, тому маркетингові схеми на ринку цих товарів будуть значно простіші порівняно з ринком товарів розкоші, які характеризуються високою еластичністю попиту за доходом). Хоча в більшості випадків маркетинг спрямований на залучення споживача, сприяння його зацікавленості, задоволення вимог; проте в окремих ситуація маркетингові інструменти спрямовані на протилежні результати. Наприклад, при ірраціональному попиті (на алкоголь, тютюнові вироби, азартні ігри) маркетинг намагатиметься йому протидіяти: ліквідує, значно обмежує, антирекламує подібні пропозиції. Також, коли попит перевищує пропозицію та з’являється дефіцит, маркетингові інструменти намагаються його сповільнити з уникненням негативних наслідків для бізнесу.

Отже, з розвитком економічної системи дедалі більше підприємців спирається на інтереси споживачів. У сучасному світі саме попит визначає подальший стан і перспективи розвитку ринку. В організації підприємницької діяльності важливу роль відіграє маркетингова діяльність, завдяки якій формуються довірчі відносини між виробниками та споживачами. Маркетинговий інструментарій постійно видозмінюється й вдосконалюється, підлаштовується під конкретну ситуацію на ринку і особливості її функціонування (конкурентний чи монопольний). Основними чинниками, що впливають на розробку маркетингових схем на галузевих ринках, є: еластичність попиту, тип ринкової конкуренції, інші ринкові фактори тощо. Не завжди за допомогою інструментів маркетингу можна і доцільно стимулювати збільшення попиту, що пов’язане з іншою цільовою установкою.

Отже, розкриття змістовності ключових понять сучасного ринку «попиту» і «маркетингу» надає більшого розуміння при розробці моделей ведення бізнесу задля забезпечення його конкурентоспроможності і успіху.

**Література**

1. Грехем, Х. (2008). *Ви – знавець маркетингу. Як переконати у цьому оточуючих* [online]. Available at: https://ukrainianaudiobooks.com/3844-grekhem-kharding-vy-znavec-marketyngu.html [Accessed 25 Nov. 2023].

2. Краузе, О. (2011). Маркетинговий інструментарій формування споживчого попиту. *Галицький економічний вісник*, [online] 2(31), с.183–189. Available at: https://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/1368?locale=et [Accessed 25 Nov. 2023].

3. Гурчунова, Є. (2022). Типи попиту в маркетингу. In: *About Marketing* [online]. Available at: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/typy-popytu-v-marketynhu/> [Accessed 30 Nov. 2023].

**Lisovol A. S., Ph. D. student**

*Kharkiv Humanitarian University*

*«People's Ukrainian Academy»*

**Transformation of Human Capital in the Conditions of War**

The profound impact of war on human capital necessitates an exploration of strategies for development amidst conflict. War disrupts established systems, presenting challenges in education, skills acquisition, and professional growth.

Recent studies emphasize the significance of understanding the factors influencing human capital recovery post-war, particularly leveraging digitalization for reconstruction [2]. The digital transformation strategy in the aftermath of conflict emerges as a crucial aspect of rebuilding human capital [1]. Additionally, the role of formal institutions in the observed changes during digitalization highlights the importance of adapting to new economic and societal paradigms [4].

The profound impact of war on human capital manifests across various dimensions, necessitating a comprehensive exploration of strategies for sustainable development amid conflict. Educational disruptions stand at the forefront, with war often causing the displacement of educational institutions, disrupting learning processes, and diminishing access to quality education [2]. This disruption creates a ripple effect, affecting not only current education but also the long-term skills acquisition and professional growth of individuals.

In addressing these challenges, the integration of digital advancements into educational systems emerges as a pivotal strategy for efficient recovery. Recent research [3] underscores the transformative power of digitalization in reconstructing educational frameworks post-war. Digital tools not only facilitate remote learning, bridging geographical gaps caused by conflict but also offer innovative approaches to skill development in a rapidly evolving landscape [4].

Moreover, the role of formal institutions becomes paramount in navigating the challenges posed by digitalization. Establishing resilient educational systems requires a strategic alignment of formal institutions with the evolving needs of human capital development during and after war. This alignment involves not only technological infrastructure but also adaptive curriculum design and supportive policies that foster continuous learning [1].

As the main thrust of these theses, the exploration of educational disruptions and the strategic integration of digital advancements underscore the resilience needed in human capital development during war conditions. Formal institutions play a critical role as the backbone of this transformation, ensuring that education remains a beacon of hope and progress even in the face of upheaval.

Understanding the multifaceted challenges of human capital transformation during war conditions is pivotal for effective recovery. The integration of digital tools not only accelerates rehabilitation but also opens new avenues for skill development and adaptability. Policymakers and educators, recognizing the symbiotic relationship between education and recovery, must collaborate to forge adaptive systems resilient to the disruptions caused by conflict.

**References**

1. Irtyshcheva, I., Trushliakova, A. and Sirenko, I. (2020). Strategic human capital management in the context of digitalization. *Baltic Journal of Economic Studies*, [online] 6(5), pp. 178‑183. Doi: 10.30525/2256-0742/2020-6-5-178-183 [Accessed 30 Nov. 2023].
2. Novikova, O., Zaloznova, Yu. and Azmuk, N. (2023). Human capital recovery in Ukraine in the post-war period using the advantages of digitalization. *Journal of European Economy*, [online] vol. 21, 4, pp. 399‑419. Doi: https://doi.org/10.35774/jee2022.04.399 [Accessed 30 Nov. 2023].
3. Antoniuk, V. Р. (2023). Perspective Chapter: The War as a Factor of Upheavals and Transformations in Higher Education – Experience of Ukraine. *Higher Education – Reflections From the Field,* [online] vol. 1. IntechOpen. Available at: http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.109688 [Accessed 30 Nov. 2023].
4. Zaborovskaia, O., Nadezhina, O. and Avduevskaya, E. (2020). The Impact of Digitalization on the Formation of Human Capital at the Regional Level. *Technology, Market and Complexity,* [online] vol. 6, iss. 4, рp. 184. Available at: https://doi.org/10.3390/joitmc6040184 [Accessed 30 Nov. 2023].

***Макасєєв О. В.,******аспірант***

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ВИКРИТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ**

Стале функціонування соціально-економічних систем завжди пов’язане із питаннями забезпечення економічної безпеки держави а також викриття і протидії економічним злочинам. Адже успішна реалізація політики економічної безпеки сприяє сталому розвитку країни та забезпечує конкурентоспроможність кластерів економіки, суб’єктів господарювання та благополуччя її громадян.

Категорія «економічної безпеки держави» в сучасній літературі має багато тлумачень. Скористаємось тим, що визначено в законодавстві України: економічна безпека - це стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання [1].

На нашу думку, основні елементи, що утворюють економічну безпеку держави включають декілька складових, які характеризуються певними параметрами. Це:

1. Стійкість соціально-економічної системи як такої, що зокрема характеризується :

- її здатністю витримувати зовнішні та внутрішні загрози, такі як війни та військові конфлікти, фінансові кризи, економічні рецесії, природні катастрофи тощо;

- наявністю в ній розвиненої системи соціального захисту, яка забезпечує стабільність суспільства в умовах кризи;

- забезпеченням прозорості економічної діяльності та її супроводження, наявністю механізму запобігання корупції, яка є одним із ключових факторів підриву економічної безпеки.

2. Спроможність соціально-економічної системи до адаптації, яка означає її гнучкість та здатність швидко реагувати на зміни в умовах внутрішніх та зовнішніх факторів.

3. Збалансованість економічних відносин, у т. ч.: забезпечення раціонального використання ресурсів та рівномірного розподілу доходів; зменшення економічних нерівностей, які приводять до соціальної нестабільності.

4. Сприятливий інвестиційний клімат, який характеризується: прозорістю та стабільністю правової системи; захистом прав власності та інвестицій.

5. Ефективна фінансова система основними параметрами якої є: спроможність банків і фінансових установ функціонувати стабільно та надійно; контроль над інфляцією та управління грошово-кредитною політикою.

6. Якісна зовнішньоекономічна діяльність, яка характеризується: розширенням експортних ринків та диверсифікації економічних зв'язків; збалансованими та вигідними угодами з міжнародними партнерами.

7. Технологічна інноваційність, яка передбачає: розвиток та впровадження новітніх технологій для підвищення конкурентоспроможності; сприяння науковим дослідженням і розвитку.

Усі ці складові є взаємопов’язаними і корелюють з ефективним управлінням, стратегічним плануванням та взаємодією між різними інституціями держави та секторами суспільства.

Також необхідно відмітити, що є не тільки те, що будує економічну безпеку держави, а й те, що її знищує. Це, насамперед, такі явища як корупція та економічна злочинність.

Економічна злочинність (злочини у сфері економіки) – це насамперед усі діяння, в яких прямим мотивом є економічна вигода суб’єкта, тобто мають корисливий характер, а метою таких злочинних посягань є привласнення недозволеного. Для того щоб злочин вважався економічним, він повинен мати тривалий, неодноразовий характер, здійснюватись систематично і в рамках економічної чи господарської діяльностей, які не є примітивними [2, с. 10].

Існують різні способи виявлення та запобігання економічній злочинності в державі. Одним з них є створення певних державних інституцій з наділенням їх відповідними повноваженнями.

Однією із таких інституцій є створене у травні 2021 року Бюро економічної безпеки України (БЕБ). Це український правоохоронний орган у сфері охорони [економічної безпеки](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0) держави, який діє як [центральний орган виконавчої влади](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD_%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%BE%D1%97_%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B8). Він створювався як єдиний орган по боротьбі з економічною злочинністю, замість податкової міліції, економічних підрозділів СБУ та національної поліції. Мета Бюро – протидія економічним [злочинам](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BB%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%BD) проти держави шляхом реалізації правоохоронної, аналітичної, економічної, інформаційної та інших функцій.

За задумом, Бюро економічної безпеки України повинно було розвиватись насамперед в векторі аналітичного а не карального органу, взаємодіяти з бізнесом, для створення доброчесної конкуренції, а також упереджувати негативні прояви та «пробіли» в законодавстві через державні інституції.

Аналітики Бюро відповідно до [Закону України «Про Бюро економічної безпеки України»:](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text) оцінюють загрози та ризики вчинення кримінальних правопорушень, віднесені законом до підслідності БЕБ; прогнозують їх розповсюдження; напрацьовують способи їх мінімізації, усунення та попередження; здійснюють інформаційно-пошукову та інформаційно-аналітичну роботу; створюють аналітичні продукти на підставі інформаційних ресурсів та матеріалів кримінальних проваджень [3].

БЕБ, на противагу іншим правоохоронним органам оперує, передусім, аналітичною складовою, метою якої є оцінювання ризиків та загроз у бюджетній, податковій, митній, грошово-кредитній або інвестиційній сферах економіки, підготовка прогнозів та рекомендацій, спрямованих на їх усунення та/або мінімізацію.

Щодо показників діяльності БЕБ. Протягом січня-червня 2023 року працівниками БЕБ виявлено ризиків у сфері економіки на загальну суму 171,6 млрд грн. (з них: 89 млрд грн реальні ризики 82,5 млрд грн потенційні ризики) [4].

Було створено 581 аналітичний продукт щодо правопорушень, які впливають на економічну безпеку держави на загальну суму 99,6 млрд грн. [4].

 Також БЕБ було направлено 202 рекомендації до державних органів, органів місцевого самоврядування, розпорядників/одержувачів бюджетних коштів з метою підвищення ефективності прийняття ними управлінських рішень щодо регулювання відносин у сфері економіки відносно наявних ризиків втрат бюджету в сумі 12,1 млрд грн. Це дозволило упередити втрати держави в сумі 4,3 млрд грн, (у тому числі за рахунок викриття незаконного відшкодування податку на додану вартість - 1,1 млрд грн., недопущення розкрадання під час тендерних процедур в бюджетній сфері - 691,7 млн. грн., недопущення розповсюдження ризикового податкового кредиту з ПДВ - 2,5 млрд грн.) [4].

БЕБ було забезпечено відшкодування збитків у всіх кримінальних провадженнях на суму 1,6 млрд грн. Вилучено підакцизних товарів, у тому числі обладнання для їх незаконного виготовлення на суму 3 млрд грн. [4].

Але діяльність Бюро все ж не можна вважати успішною. На думку деяких експертів про це свідчить, зокрема, зниження кількості судових вироків за економічні злочини. Так, кількість вироків за економічні злочини за останні шість років упала більш ніж удвічі [5].

Звісно, кількість вироків не свідчить про ефективність системи. Проте, за [даними](https://www.epravda.com.ua/news/2023/02/1/696589/) агентства Kantar Ukraine, нелегальний ринок тютюнових виробів в Україні, який у 2017 році ледь перевищував 2%, за 2022 рік зріс до 17,8%. Однак проблема не тільки в акцизі. Це і несплата податків (три вироки у 2022 році), і ["міскодинг"](https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/8/697831/) в ігорному бізнесі (накладені на галузь санкції РНБО), і фіктивне підприємництво у вигляді вивезення аграрної продукції за чорними схемами по "зерновому коридору" (20 вироків у 2022 році) [5].

Так, після відповідної критики, та після змін у керівництві в роботі БЕБ намітилися позитивні зрушення. Але, на нашу думку, цього замало. Ми вважаємо, що мета задля якої була створена структура, поки що не досягнута.

На нашу думку українським фахівцям у сфері економічної злочинності необхідно використовувати не тільки правові заходи впливу. Перед усім потрібно піклуватись про системне вивчення та забезпечення економічних, психологічних та моральних умов за яких в соціально-економічній системі України економічні злочини стануть або невигідними, або неможливими.

Також важливим, щоб є кадровий склад відповідних інституцій, у т.ч. БЕБ, був сформований з фахівців, які мають як високі професійні, так і морально-психологічні якості. Крім того, необхідно формувати в суспільстві культуру доброчесності, як повертатись до нашої історичної практики, так і вивчаючи відповідний західний досвід.

**Література**

1. Rada.gov.ua, (2013). *Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України* [online]. Київ, Україна. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text [Accessed 20 Nov. 2023].

2. Невмеженський, Є. В. (2005). *Правові проблеми боротьби з економічною злочинністю і корупцією*. Київ: АПСВ, 415 с.

3. Rada.gov.ua, (2013). *Про Бюро економічної безпеки України* [online]. Київ, Україна. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text [Accessed 20 November 2023].

4. Бюро економічної безпеки, (2023). *Пів року роботи БЕБ: до бюджету відшкодовано 1,6 млрд гривень, зросли усі показники* [online]. Available at: https://esbu.gov.ua/news/piv-roku-roboty-beb-do-biudzhetu-vidshkodovano-16-mlrd-hryven-zrosly-usi-pokaznyky [Accessed 27 November 2023].

5. Економічна правда (2023). *З економікою відбувається щось не те. І не тільки через війну* [online]. Available at: https://www.epravda.com.ua/weeklycharts/2023/04/13/699080/ [Accessed 28 November 2023].

**Михайлов М. В., аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**УПРАВЛІННЯ, ФІНАНСУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Сучасна вища освіта стоїть перед рядом складних завдань, пов'язаних з управлінням, фінансуванням і досягненням ефективності закладів вищої освіти. Помітний зріст обсягів фінансування та швидкі темпи змін у суспільстві створюють необхідність в нових стратегіях управління та раціонального використання ресурсів. Проте існує ряд серйозних проблем, які необхідно вирішити.

Недостатнє фінансування може призвести до обмежень в доступі до вищої освіти та зниження якості навчання. Важливо зазначити, що фінансування закладів вищої освіти може бути складним завданням, особливо в умовах економічних коливань і бюджетних обмежень [1]. Заклади повинні активно працювати над пошуком додаткових джерел фінансування, таких як гранти, спонсорські кошти, та розвивати стратегії залучення фінансової підтримки від держави та приватних секторів. Дієве фінансування дозволяє забезпечити доступність освіти та підвищити якість навчання.Однією з головних мет цілей вищої освіти є забезпечення якості навчання та досягнення ефективних результатів [2].

Важливо визначити оптимальний баланс між регулюванням державою та ринковими принципами у вищій освіті, оскільки це впливає на якість освіти, доступність для студентів, та загальний розвиток системи вищої освіти [3].

З одного боку, регулювання державою може гарантувати стандарти якості, забезпечити рівний доступ до освіти для різних соціальних груп та гарантувати фінансову стабільність університетів. Відповідні норми та стандарти можуть сприяти запобіганню корупції, забезпеченню якості навчання, та створенню прозорих правил гри для всіх учасників системи вищої освіти.

З іншого боку, ринкові принципи можуть сприяти конкуренції, інноваціям, та адаптації до змінних потреб ринку праці. Залучення приватного сектору може забезпечити додаткові ресурси для освіти та сприяти розвитку нових програм, які відповідають вимогам сучасного суспільства.

Світовий ринок освіти стає дедалі конкурентнішим. Ця конкуренція відбувається на кількох рівнях і впливає на заклади вищої освіти, студентів та держави [4].

Міжнародний ринок студентів: Зарубіжна освіта стає все більш привабливою для студентів з різних країн. Заклади вищої освіти змагаються за цих студентів, пропонуючи різні програми, гнучкі умови вступу та фінансову підтримку.

Міжнародні рейтинги і репутація: Рейтинги університетів і навчальних програм набувають великої ваги в процесі вибору студентами місця навчання. Репутація закладу може впливати на його привабливість для іноземних студентів та інвесторів.

Міжнародна співпраця та обмін: Університети активно розвивають міжнародну співпрацю, включаючи обмін студентами та викладачами, спільні дослідження та проекти. Це допомагає створити міжнародне середовище для навчання та сприяє розвитку глобальних навичок.

Роль інновацій та цифрових технологій в освіті надзвичайно важлива та швидко зростає. Ці технології вносять значний вклад у розвиток освіти та мають вплив на всі її аспекти [5].

Покращення доступності: Інтернет та цифрові платформи дозволяють студентам отримувати освіту відомого вищого стандарту з будь-якої точки світу. Це особливо важливо для тих, хто має обмеження щодо фізичного присутності на уроках.

Гнучкість навчання: Онлайн-курси та дистанційні програми дозволяють студентам обирати графіки та навчатися в комфортний для них час. Це сприяє гнучкості та адаптації навчання до індивідуальних потреб студентів.

Інтерактивність та залучення: Інноваційні методи навчання, такі як віртуальна реальність, інтерактивні вправи та симуляції, роблять навчання більш захоплюючим та ефективним. Студенти можуть активно брати участь у навчальному процесі та більше розуміти та запам’ятовувати матеріал.

Миттєва зворотний зв’язок: Цифрові технології дозволяють вчителям та студентам миттєво отримувати зворотний зв'язок та оцінки.

На завершення, важливо наголосити, що управління, фінансування та ефективність закладів вищої освіти взаємопов'язані і впливають на якість та доступність освіти. Керівники та державні органи повинні працювати разом, щоб забезпечити сталість і розвиток системи вищої освіти. В ідеалі, ця співпраця сприятиме створенню освітнього середовища, яке готує молоде покоління до викликів сучасності та сприяє розвитку суспільства.

**Література**

1. Ткачук, О. В. (2012). *Фінансове забезпечення вищої освіти в Україні*. Мукачіво, 641 с.
2. Боголіб, Т. М. (2006). *Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період*. Міленіум, 324 с.
3. Загорій, А. М. (2012). Управління ресурсами вищої освіти. *Економічний вісник НГУ*, 3, с. 171‑175.
4. Rada.gov.ua, (2023). *Про вищу освіту* [online]. Київ, Україна. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> [Accessed 12 Oct. 2023].
5. Васильєва, Т. А. Петрушенко, Ю. М. (2022) *Цифрові технології в освіті: сучасний досвід, проблеми та перспективи*. Суми: Сумський державний університет, 150 с.

**Монастирський Г.О., аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**Інтеграція гнучких систем УПРАВЛІННЯ в стратегічний кризовий план ПІДПРИЄМСТВА**

Новітня економічна система характеризується низьким рівнем стабільності через непрогнозовані чи слабо прогнозовані стрес-фактори, як фінансові кризи, природні катастрофи, глобальні пандемії, геополітичні конфлікти та інше. Зростає рівень ризику втрати не тільки репутаційного капіталу, а і сталих конкурентних позицій.

Кризове планування як складова частина ризик-менеджменту — це інструмент забезпечення стійкості підприємства [1]. Однак лише наявність заздалегідь підготовленого алгоритму дій не гарантує успішну реакцію на кризу. Важливою складовою кризового плану є інтеграція гнучких систем управління (далі — ГСУ), налагодження яких дозволить підприємствам ефективно реагувати на кризові ситуації [2].

ГСУ розроблені для адаптації до змін в середовищі, реагуючи на нові умови та виклики. Їхня роль у кризовому менеджменті полягає у здатності швидко реагувати та змінювати стратегії в умовах нестабільності. Це означає не лише адаптивне реагування на кризу, але й попереднє планування та реактивне коригування стратегії для запобігання потенційним ризикам.

Антикризова програма – це спеціальним чином підготовлений внутрішній документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, що планується здійснити в межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети – виведення підприємства з кризового стану [3, c. 110]. Основна мета інтеграції гнучких систем управління в кризовий план полягає у створенні структури, яка дозволяє стейкхолдерам не лише реагувати на кризові ситуації, а й активно адаптуватися до змін [3, c. 113].

Існує кілька різновидів гнучких систем управління, які можуть бути використані в підприємствах в залежності від їхніх потреб та специфіки. Ось деякі з них:

1. **Агільні методології**: передбачає роботу в малих ітераціях, під час яких розробка, тестування та впровадження проводяться паралельно. Це дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни та коригувати стратегію в реальному часі [10].

2. **Методологія Lean**: спрямована на мінімізацію витрат та видалення всіх зайвих операцій у виробництві та управлінні. Вона покликана забезпечити більшу ефективність та якість виробництва, шляхом максимальноможливого скорочення виробничих операцій [4].

3. **Дизайн-мислення**: ставить споживачів в центр розробки продуктів та послуг. Він сприяє створенню інноваційних та користувацько-орієнтованих рішень шляхом спільної роботи та творчого мислення [5].

4. **Scrum методологія**: спрямована на розробку програмного забезпечення, але вона також може бути застосована у інших галузях. Вона передбачає роботу в коротких робочих періодах, відомих як «спринти», та постійну командну аналітику [6].

5. **Каїзен**: японський підхід до постійного покращення та оптимізації процесів, що підкреслює важливість невеликих, постійних змін та заохочує всіх співробітників брати участь у процесі вдосконалення [7].

6. **Теорія обмежень**: Ця методологія ставить акцент на ідентифікацію та усунення основних обмежень або буття організації, що заважає їй досягти своїх цілей [8, 11].

7. **Шостий сенс (Six Sigma)**: Six Sigma спрямований на зниження відхилень та дефектів в процесах, забезпечуючи високу якість продукції чи послуг та оптимізацію бізнес-процесів [9].

Незважаючи на те, що більшість новітніх гнучких систем відрізняються своєю агільністю і застосовуються у сфері розробки інформаційних технологій, впровадження ГСУ відбувається в різноманітних сферах, від логістики до фінансів. Інтеграція ГСУ дозволяє підприємствам забезпечити не лише виживання під час криз, а й сприяє максимізації ситуаційного потенціалу. Послідовне впровадження гнучких підходів у стратегічний кризовий план робить підприємства більш адаптивними, конкурентоспроможними та стійкими до різноманітних флуктуацій. Однак, важливо пам'ятати, що імплементація ГСУ потребує не лише певного рівня технологічного забезпечення, але й культурних змін у внутрішніх процесах організації. Це передбачає створення сприятливого середовища для інновацій, посилення комунікації та співпраці на всіх етапах та рівнях виробничого циклу.

В умовах агресивного середовища, в довгостроковій перспективі гнучкі системи управління повинні відповідати наступним вимогам:

1. **Реактивність:** Гнучкі системи повинні бути здатні виявляти кризові ситуації та реагувати на них негайно.

2. **Адаптивність.** Вони повинні бути адаптивними і змінювати свою стратегію відповідно до нових умов.

3. **Сталість.** Гнучкі системи мають забезпечувати стійкість підприємства в умовах кризи та зберігати його конкурентоспроможність.

Гнучкі системи управління, інтегровані в стратегічний кризовий план, є фундаментальною складовою сучасного підходу до реалізації кризового менеджменту [2]. Це дозволяє підприємствам не тільки пережити кризу, але й створити базу для подальшого розвитку та успіху в ринковому сегменті.

**Література**

1. Сосновська, О. О., Деденко, Л. В. (2019) Ризик-менеджмент як інструмент забезпечення стійкого функціонування підприємства в умовах невизначеності. *European Economic Journal*, 1(3), с. 70–79.

2. Кулакова, С. Ю., Мірошниченко, А. С. (2014). Особливості антикризового управління підприємством у сучасних умовах розвитку економіки. *Ефективна економіка,* [online] 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&amp;z=3429> [Accessed 06 Oct. 2023].

3. Ковалевська, А. В. (2016). Антикризове управління підприємством : конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 160 с.

4. Lean-методологія або 5 кроків для зменшення витрат та збільшення продуктивності виробництва. [online] У: *Дія. Бізнес.* Available at: <https://business.diia.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/lean-metodologia-abo-5-krokiv-dla-zmensenna-vitrat-ta-zbilsenna-produktivnosti-virobnictva> [Accessed 06 Oct. 2023].

5. Vinsel, L. Design Thinking Is a Boondoggle. [online] In: *The Chronicle Of Higher Education.* Available at: <https://www.chronicle.com/article/design-thinking-is-a-boondoggle/>[Accessed 06 Oct. 2023].

6. Скрам. [online] У: *Вільна енцеклопедія Вікіпедія*. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Скрам [Accessed 06 Oct. 2023].

7. Кайдзен. [online] У: *Вільна енцеклопедія Вікіпедія.* Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кайдзен [Accessed 06 Oct. 2023].

8. TOC Institute (2021). *Theory of Constraints of Eliyahu M. Goldratt* [online]. Available at: <https://www.tocinstitute.org/theory-of-constraints.html> [Accessed 06 Oct. 2023].

9. Шість сигма. [online] У: *Вільна енцеклопедія Вікіпедія.* Available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Шість\_сигма](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%81%D0%B8%D0%B3%D0%BC%D0%B0) [Accessed 06 Oct. 2023].

 10. Schwaber, K., Press, M.(2004). *Agile Project Management with Scrum.* 163 с.

11. Ґолдратт, Е., Кокс, Дж. (2019). [*Мета. Процес безперервного вдосконалення*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0._%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F)*.* Київ: [Наш Формат](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%88_%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82), 448 с.

**Моргун К. В., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**Вплив воєнного стану на введення бізнесу в Україні**

Ведення бізнесу в умовах військового становища процес дуже складний, однак конче необхідний. Окрім головної задачі - самозбереження підприємств, існує глобальна необхідність забезпечити населення робочими місцями і допомогти збройним силам. Війна, що почалася, завдала безпрецедентної шкоди вітчизняному бізнесу. Підприємці понесли колосальні збитки, але продовжують свою діяльність [3]. В даний час багато підприємств, опинившись в районах активних бойових дій, евакуйовуювалися в більш безпечні регіони і продовжують там свою діяльність або взагалі її припинили. Компанії, які мають необхідні ресурси та продовжують працювати, страждають від постійних ракетних обстрілів, відключень електроенергії, проблем з логістикою та нестачі сировини. Так за свідченнями опитувань Європейської Бізнес Асоціації лише 49% українських підприємств працюють у повному обсязі, а 51% − частково. Серед компаній, що працюють частково, 44% були вимушені скоротити географію своєї діяльності, 20% − закрити частину офісів чи торгових точок, 18% − перейти в онлайн, 18% − з інших причин [1]. Значно погіршились умови зовнішньоекономічної діяльності через закриття кордонів з Росією й Білоруссю та ускладнення в роботі українських морських портів. Крім того, з України за кордон виїхало 8 млн осіб, а майже 5 млн людей стали внутрішніми переселенцями [2].

Після початку повномасштабного вторгнення багато українців мігрували в інші країни, але значна частина тих, хто втратив роботу через зменшення чисельності штатних одиниць за місцем роботи або повне припинення роботи діяльності деяких компаній, залишилися в Україні. Таким чином, значна частина українців опинилася без постійного доходу. Наразі ситуація дещо покращується, так за даними Міністерства фінансів України, якщо в червні 2022 року кількість офіційно зареєстрованих безробітних в Україні становила 316 тис. осіб, то в листопаді 2022 року їх буде 239 тис. [1]. Така тенденція виникає внаслідок мобілізації, що впливає на зменшення кількості звернень чоловіків по безробіттю та масовий виїзд жінок за кордон.

У цих складних умовах більшість українців намагалися об’єднатися та підтримати вітчизняну економіку, невід’ємною частиною якої є бізнес. Так, багато людей почали віддавати перевагу товарам місцевих виробників, більшої популярності набувають українські бренди. Цьому сприяє відмова від російських і білоруських товарів, які раніше, на жаль, займали частину прилавків у місцевих магазинах і цілі торгові площі в ТРЦ. Українці перестали підтримувати економіку агресора грошима. Та й зараз все більше людей уважно вивчають діяльність іноземних компаній: якщо вони не покинули ринок нашого ворога, багато хто відмовляється від їхнього товару. І часто на користь українців, адже наші виробники, як ніколи, потребують підтримки.

Влада в Україні з початку повномасштабного вторгнення РФ зрозуміла, що паралізований війною бізнес потребує якнайшвидших заходів підтримки. Тому вже в березні минулого року був ухвалений закон про пільгове оподаткування бізнесу. Крім цього, було скасовано мито і ПДВ на весь імпорт, які, однак, були повернуті в червні. Також була запроваджена урядова грантова програма "єРобота", яка, зокрема, передбачає можливість отримати грант на власний бізнес із створенням нових робочих місць. А деякі підприємці змогли за допомогою держави перевезти свої підприємства у більш безпечні регіони в рамках програми релокації та налагодити там роботу заново. Згідно з інформацією Мінекономіки, станом на початок лютого було переміщено 791 підприємство, з яких 617 вже працюють на новому місці [3].

Якщо говорити за глобальніші перспективи, то в минулому році Україна отримала статус кандидата у країни-члени Євросоюзу та докладає максимум зусиль, аби пришвидшити процес інтеграції. Звичайно, це стане зміна і для вітчизняного бізнесу, адже Україна стане повноправним учасником європейського ринку, а значить, гратиме за новими правилами. На шляху до цього наша держава вже отримала п’ять так званих "безвізів" із ЄС. Вступ до ЄС означатиме посилення конкуренції для українського бізнесу, якому доведеться працювати над підвищенням власної конкурентоспроможності. Але це також означає розширення горизонтів щодо ринків збуту, додаткові інвестиції в українську економіку. В час війни сподіватися на відчутний економічний підйом марно, а оцінки бізнесменів найближчого майбутнього цілком реалістичні. Однак не варто складати руки – потрібно працювати на своєму місці і вичавлювати максимум із ситуації, що склалася. Прийде перемога, а з нею відновлення, зростання добробуту і нові перспективи для розвитку бізнесу.

**Література:**

1. Іванов, О. (2022). *Бізнес в умовах війни. Як змінювалось самовідчуття підприємців з березня – п’ять найважливіших показників в одній інфографіці* [online]. Available at: https://biz.nv.ua/ukr/economics/ukrajinskiy-biznespokrashchiv-ocinku-finansovoji-stiykosti-opituvannya-yeba-infografika-50262837.html [Accessed 12 Oct. 2023].

2. Богдан, Т. (2023). *Фінансово-економічні наслідки війни* [online]. Available at: https://lb.ua/blog/tetiana\_bohdan/550614\_finansovoekonomichni\_naslidki.html [Accessed 20 Oct. 2023].

3. Жирій, К. (2023). *Час для роботи: як відновлювався та адаптувався український бізнес за рік війни* [online]. Available at: https://www.unian.ua/economics/finance/chas-dlya-roboti-yak-vidnovlyuvavsya-ta-adaptuvavsya-ukrajinskiy-biznes-za-rik-viyni-12154170.html [Accessed 25 Oct. 2023].

**Mopoз M.A., студентка**

*Харківський національний університет*

*імені В.Н. Каразіна*

**РЕПУТАЦІЙНИЙ РИЗИК ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Оскільки комерційна репутація суб’єкта господарювання є досить крихким об’єктом, то при виборі репутаційної стратегії необхідно заздалегідь прорахувати, як вона буде діяти в кризовій ситуації. Кожен крок підприємства отримуватиме громадську увагу, повідомлення в ЗМІ та експертну перевірку, підприємствам необхідно мати фахівців, які зможуть вирішити кризові ситуації до їх виникнення, а також приділяти увагу завчасному інформуванню зацікавлених сторін. корпоративна діяльність.

Дослідники процесу рекомендують розділити процес управління корпоративною/комерційною репутацією на три основні етапи:

 Перший - формування корпоративної репутації (комплексний підхід до створення ділової репутації),

Другий - оцінювання рівня корпоративної репутації (комплексне оцінювання), коригування та підтримка ділової репутації (підтримання на наявному рівні ділову репутацію,

 Третій - розроблення програми захисту ділової репутації [1].

При формуванні репутації підприємства/організації обов’язково необхідно враховувати, що корпоративна репутація може бути позитивною і негативною і чинить вагомий вплив на організацію та її діяльність у протилежних напрямках. Позитивна репутація допомагає організації налагоджувати стійкі вигідні зв’язки із партнерами, потенційними інвесторами, органами влади, а негативна – навпаки, руйнує їх та може взагалі загрожувати життєздатності організації.

При формуванні репутаційної стратегії суб'єкта господарювання необхідно враховувати, що корпоративна репутація може бути позитивною або негативною і мати значний зворотний вплив на організацію та її діяльність. Позитивна репутація допомагає організації будувати стабільні та вигідні відносини з партнерами, потенційними інвесторами та владою, тоді як негативна репутація, навпаки, підриває ці відносини та може загрожувати загальній життєздатності організації.

Вищевикладене свідчить про те, що компанії повинні передбачати обставини, за яких очікування зацікавлених сторін можуть змінитися, і які заходи можна вжити для відновлення статус-кво [2]. Враховуючи розрив між очікуваннями та показниками компанії, дослідники питання стратегічного управління репутацією підприємства виокремлюють п’ять рівнів реакції зацікавлених сторін: розчарування, здивування, занепокоєння, відраза та роздратування. Відповідно [1; 2] акцентують увагу на тому, що як тільки виникає репутаційний ризик, можливі втрати еквівалентні вартості відновлення довіри зацікавлених сторін. Виходячи з природи невизначеності, дослідники розглядають репутаційний ризик як стан, який може виникнути внаслідок подій або тліючих ризиків, які можуть бути кризою або трансформуватися в таку [2]. З цього він вивів два різних типи діяльності: управління кризами та управління проблемами (ризиками). Завдяки аналізу причин і загроз репутаційних ризиків за останні роки репутаційні ризики поділяються на три категорії [1]:

1) Культурні ризики: правові та етичні

2) Ризики управління: менеджмент і операційні,

3) Зовнішні ризики: ризики взаємовідносин і екологічні ризики.

Різниця між ними полягає в можливості реагувати на кризу з мінімальною шкодою для репутації. Управління ризиком репутаційної стратегії має свої особливості та етапи. Важливо визначитись з алгоритмом дій, необхідних для прогнозування, моніторингу та реагування на нові загрози у зовнішньому середовищі та всередині компанії своєчасним і ефективним чином Одним із стовпів зовнішнього сканування є належне спілкування та залучення зацікавлених сторін. Він також здатний слухати зацікавлених сторін, розуміти їхні побажання та погляди на діяльність організації, а також розуміти, які проблеми чи можливі рішення критичні для репутації. З іншого боку, це дозволяє підприємствам зрозуміти своє справжнє становище з точки зору зовнішнього середовища та виявити проблеми, на виправлення яких слід зосередитися [1; 2].

Надійні та ефективні системи внутрішнього контролю та управління ризиками допомагають підвищити ефективність будь-якого бізнесу. Відповідальність за безперебійну роботу цих систем лежить на керівництві компанії, яке вимагає впровадження комплексної системи управління репутаційними ризиками та внутрішнього контролю з урахуванням специфічних умов невизначеності зовнішнього середовища.

**Література**

1. Доценко, І. О. (2020). Стратегія управління фінансовими ризиками підприємства в процесі формування його фінансової безпеки. *Modern economics,* [online] 20, с. 73–78. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\_2020\_20\_14 [Accessed 1.12.2023].

2. Ілляшенко, Н. С., Шипуліна, Ю. С. та Мельник, Ю. М. (2017). Формування «системної карти» стратегічного управління розвитком підприємства. *Актуальні проблеми економіки*, [online] 1, с. 119–128. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\_2017\_1\_14 [Accessed 1.12.2023].

**Наугольний M. I., студент**

*Харківський національного університету*

*імені В.Н. Каразіна*

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ**

 На теперішній час в умовах невизначеності, активних бойових дій, загострення соціально-економічних проблем та структурних змін у народногосподарському комплексі в Україні, соціальне підприємництво все більше привертає увагу підприємців, громадських організацій, правозахисних груп та науковців. Соціальне підприємництво – це досить новий напрям економічної діяльності, який використовує методи ведення бізнесу для інноваційного вирішення сучасних соціальних проблем.

 Науковці виокремлюють п’ять факторів, що визначають соціальне підприємництво:

вміння взяти на себе місію створення та підтримки соціальної цінності (благо);

вміння визначати та використовувати нові можливості для виконання обраних завдань;

здійснювати постійний процес інновацій, адаптації та навчання;

вміння приймати рішення яке не обмежене ресурсами;

нести високу відповідальність за результати своєї діяльності, чи перед прямими клієнтами, чи перед суспільством[1].

Соціальні підприємства, що працюють в Україні, суттєво відрізняються від закордонних. В Україні не існує законодавчо визнаного поняття «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство» чи «соціально-економічне підприємство». Проте в різних нормативно-правових джерелах є положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можна віднести до соціальних підприємств [1]. Успішні приклади українських соціальних підприємств: «Urban Space 100», «House of Nuts», «Hebron IT Academy», «Good Bread»from Good People», «Ласка», «Ясна Річ», «Майстерня Мрії», «Україна безсміття» тощо.

Соціально орієнтований бізнес в країні не завжди є соціальним підприємництвом, існує «гібрид» концепцій соціального підприємництва та соціально орієнтованого бізнесу, бізнесу та волонтерства. Добровільність участі в неприбутковому секторі може бути важливим чинником підвищення мотивації до соціального підприємництва порівняно з веденням бізнесу. Можливо, тому «соціальних підприємців» слід відрізняти від соціально відповідальних «бізнесменів»: якщо їхні функції, стилі та принципи допомоги, організації бізнесу нерозрізнені, то мотивація рішень щодо допомоги важлива для розуміння їх відмінностей.

В Україні неприбуткові активісти бачать у соціальному підприємництві засіб підвищення фінансової самодостатності українського некомерційного сектору, тому започаткували Програму розвитку Інституту соціального підприємництва в рамках міжнародних програм. Основними тенденціями розвитку соціального підприємництва в Україні є такі [3]:

✓ Більшість з них відбувається у великих містах, їхня діяльність охоплює переважно локальні території або всю територію України;

✓ Найбільш поширеною організаційною формою є неприбуткова організація;

✓ Термін роботи спільного підприємства від 1 до 3 років. Що стосується кількості працівників, то майже половина соціальних підприємств, які брали участь у дослідженні, мала 10 працівників. Колективи від 50 осіб – у тих соціальних підприємствах, які спрямовані на працевлаштування представників вразливих верств населення, зокрема осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб та учасників збройних конфліктів.

Кількість соціальних підприємств в Україні зростає, а перспективи їх розвитку стають більш довгостроковими, не лише вирішуючи поточні проблеми, а й сприяючи загальному Люди, які були відкинуті традиційним ринком праці (інваліди, люди похилого віку, багатодітні матері, колишні правопорушники, деякі етнічні меншини, біженці), є важливими ресурсами для соціальних підприємств. Зрештою, споживачі стають лояльними до продуктів таких компаній, тому що завжди приємно відчувати себе частиною доброї справи. Адже розвиток соціального підприємництва є «містком» між суспільними інтересами та комерційними інтересами і необхідний для соціального благополуччя та ефективного вирішення соціальних цілей.

**Література**

1. Євтушенко, Г. В., Тимохова, Г. Б. та Куриленко, О. Є. (2022). Аналіз форм реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах бойових дій в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»,* 103, с. 91–96.

2. *Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні* (2023). [online]. Available at: http://svb.ua/sites/default/files/201309\_ strategiya\_spriyannya\_rozvitku\_svb\_v\_ukrayini.pdf [Accessed 1.122023].

**Полупан Д. О.****аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**оцінки економічної ефективності логістичних рішень**

В сучасних умовах воєнного стану, який характеризується високим рівнем невизначеності, ризиків, стахостичних процесів та слабкими перспективами, питання прийняття ефективних логістичних рішень для любого бізнесу є актуальними та доцільними. Логістика в умовах війни також стала мати різні прояви, але її акутальність для підприємства стала ще більш очевидною. Логістика володіє високим потенціалом економічної ефективності. В системі логістики достатньо поширене поняття «функціональна ефективність», яке кількісно визначене як корисний ефект, отриманий в результаті функціонування логістичних систем за деякий час [2]. Корисний ефект може бути визначено кількістю виробленої продукції, обсягом логістичних послуг, скороченням витрат в ході реалізації логістичних рушень, розміром отриманого прибутку від логістичних операцій.

Сьогодні не існує єдиних методологічних підходів до оцінки ефективності логістичних рішень на підставі корисного ефекту з урахуванням чинника часу, ризиків та зміни грошових потоків сучасного підприємства [2].

Ефективність окремих логістичних операцій, пов'язаних з перетворенням матеріального або інформаційного потоку, повинна оцінюватися з точки зору досягнення глобальної мети функціонування всієї логістичної системи і зростання загальної ефективності. Тому задачами оцінки економічної ефективності логістичних рішень є [1]:

- формування концепції економічної ефективності логістичних рішень на основі системного підходу;

- виявлення еффектообразуючих факторів;

- формування системи показників ефективності логістичних рішень;

- розробка методики кількісної оцінки показників економічної ефективності логістичних рішень;

- розробка механізму розподілу економічного ефекту між учасниками логістичної угоди;

- виявлення і мобілізація резервів підвищення економічного ефекту логістики.

Поняття економічного зростання дає можливість зробити перший крок на шляху переходу від оцінки показників статистики в системі логістики до динаміки. Можливості визначення передумов і наслідків економічного зростання розвитку логістики в динаміці представляють за допомогою показників логістичної активності.

Вивчення спеціальної літератури по логістиці і управлінню матеріальними ресурсами показує, що економічне обґрунтування рішень по логістиці часто виконується декілька спрощено. Вважаємо доцільним як методичний апарат для економічного обґрунтування таких рішень використовувати положення теорії управління запасами, а також застосовувати відомі в теорії і практиці економічно розвинених країн методи оцінки ефективності інноваційно-інвестиційних рішень. Це означає необхідність застосування облікових (прибуток, рентабельність, термін окупності) або фінансових (чистий грошовий потік, індекс дохідності, внутрішня норма дохідності, термін окупності з урахуванням чинника часу) оцінок. Вибір виду оцінки повинен виходити з тривалості отримання економічних результатів і зміни вартості основних фондів, викликаної логістичними заходами.

Один із ключових викликів, з якими змушені зіткнутися українські компанії – необхідність повного переформатування логістики. Відновлення логістичних потужностей для забезпечення потреб торгівлі та виробництва, розбудова логістичних хабів, впровадження інновацій і автоматизація в логістичній галузі, розвиток міжнародного логістичного партнерства стають важливими чинниками для відновлення. Викликами ринку стали не лише пошук замовників, а й зміна постачальників, питання шляхів доставки. Що стало в пригоді – це вивчення досвіду закордонних колег. Наприклад, постійний моніторинг світових ринків дав змогу передбачити потенціал в формуванні ефективних логістичних систем.

Таким чином, грамотне ведення логістичних процесів допомагає оптимізувати діяльність компанії, правильна побудова логістичної системи з використанням сучасних технологій і її управління позитивно впливає на зростання ефективності підприємства, тому з метою підвищення конкурентоспроможності компанія та можливості витримати вплив чинників зовнішнього середовища дасть змогу функціонувати підприємствам в сучасних умовах. Тому має особливу увагу необхідність приділяти саме удосконаленню логістичних процесів, оцінки ефективності логістичних рішень, підвищенню функціонування підприємств.

**Література**

1. Васелевський, М., Білик, І. (2018). *Економіка логістичних систем*. Львів: Вид-во Національного ун-ту «Львівська політехніка», с. 534–549.

2. Іванова, О. А. (2014). Економічне обгрунтування часних логістичних рішень. *Вчені зап. Харків. гуманітар. ун-ту «Нар. укр. акад.»,* т. 20, с. 234– 243.

3. Smith, E., Collin, S-O. (2017). Corporate governance and corporate entrepreneurship in different organisational forms. In: *Handbook of Research on Corporate Governance and Entrepreneurship* [online] рр. 369–396. Available at: https://doi.org/10.4337/9781782545569.00024 [Accessed 15 Nov. 2023].

**Польова О. О., студентка**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА**

Для сьогодення економіка відіграє головну роль у забезпеченні національної безпеки від внутрішніх і зовнішніх загроз та у формуванні ефективної державної політики, подолання соціально-економічних криз в умовах посилення агресії з боку країни-терориста. Економічна безпека є актуальною проблемою, і її дослідження дозволить зробити важливий крок у підвищенні конкурентоспроможності підприємств зокрема та країни в цілому. Тому, порівняно з макро- та мезорівнями, актуальність вирішення питань економічної безпеки на мікрорівні є особливо важливою. Визначення напряму подальших досліджень для покращення ситуації, тобто розробка моделей, методів і систем, є важливим кроком на шляху підвищення рівня економічної безпеки вітчизняних підприємств.

Економічна безпека підприємства – це стан його фінансово-господарської діяльності, який дозволяє забезпечити стійкість до зовнішніх і внутрішніх загроз та ризиків, зберегти конкурентноздатність і ефективність функціонування, а також здатність до адаптації до змін у економічному середовищі. Необхідність її безперервного забезпечення залежить від завдань, які стоять перед кожним суб’єктом господарювання для забезпечення стабільної діяльності та досягнення основних цілей [1].

Економічна безпека підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, найважливішим з яких є рівень економічної безпеки, який визначається використанням ресурсів підприємства на основі нормативного рівня. Цей показник залежить від здатності керівництва підприємства та фахівців ефективно уникати можливих загроз та усувати шкідливий вплив окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовища.

Для досягнення економічної безпеки підприємство повинно враховувати наступні аспекти:

1. Фінансова стійкість
2. Ризикоменеджмент
3. Диверсифікація
4. Ефективне управління фінансами
5. Лояльність та залученість персоналу
6. Правове забезпечення
7. Конкурентоспроможність
8. Сталість постачання сировини та компонентів
9. Розвиток резервних планів
10. Відкритість до інновацій [2].

Для досягнення найвищого рівня економічної безпеки підприємства повинні прагнути забезпечити максимальну безпеку основних функціональних складових своєї роботи.

Функціональний склад економічної безпеки підприємства являє собою сукупність основних напрямків економічної безпеки підприємства, а зміст його досить різний.

Найбільш поширеними показниками економічної безпеки є результати господарської діяльності (здатність підприємства досягати поставлених цілей і виконувати місію в стратегічному вимірі), продуктивність (відношення кількості виробленої продукції до кількості витрачених ресурсів) , а наступні характеристики виділяють найбільш конкретні поняття: фінансова стійкість, платоспроможність, працездатність, ліквідність [3].

Основою для забезпечення економічної безпеки підприємства є досягнення стабільності в його діяльності та створення перспектив зростання для досягнення бізнес-цілей, що є завданням, яке стоїть перед кожним підприємством відповідно до його бізнес-філософії.

Отже, для досягнення найвищого рівня економічної безпеки підприємства повинні прагнути забезпечити максимальну безпеку основних функціональних складових своєї роботи, найважливішою з яких є фінансова складова. Стійкість і невразливість інформаційної, фінансової, технологічної та інших підсистем підприємства до атак є запорукою їх надійності та безпеки.

**Література**

1. Гапак, Н. М. (2013). *Економічна безпека підприємства: сутність, зміст та основи оцінки*. Ужгород, 256 с.
2. Сідун, В., Пономарьова, Ю. (2003). *Економіка підприємства*. Київ: Центр навчальної літератури, 168 с.
3. Сисоліна , Н. П., Савеленко, Г. В. (2014). *Економічна безпека підприємства.* Кіровоград: КНТУ, 58 с.

**Путятін О.О., аспірант**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ВАЖЛИВІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯК СКЛАДОВОЇ ВНУТРІШНЬОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Інноваційний розвиток є одним із найважливіших аспектів розвитку підприємництва. Інновації дозволяють йти далі, а не застигати в часі, що дуже часто призводить до зменшення продуктивності та обсягу виробництва послуг та товарів.

Для підвищення своєї конкурентоспроможності підприємства повинні відповідати вимогам технологічних укладів і користуватися результатами науково-технічного прогресу [1]. Є кілька типів інновацій: товарна інновація (введення нового продукту), технологічна інновація (введення нового методу виробництва), ринкова інновація (створення нового ринку товарів або послуг), маркетингова інновація (освоєння нового джерела поставки сировини або напівфабрикатів) управління) [1].

Процес впровадження інноваційної діяльності потребує часу. Це процес, який перетікає від одного етапу до іншого. Етапи інноваційної діяльності:

Соціально-психологічний етап - моральна готовність до того, що інновації необхідні та можливість організувати процес.

Організаційно-управлінський етап - методи та способи організаційної та управлінської діяльності які відмінні від попередніх рішень.

Маркетинговий етап - використання маркетингових інновацій, використання новітніх технологій та нових ідей щодо створення товарів, послуг та технологій, які найкраще сприяють досягненню цілей організації.

Економічний етап - зміни у фінансовій, бухгалтерській та інших сферах фінансового життя підприємства.

Виробничий етап - виробничий потенціал підприємства, можливість виробляти або модифікувати виробництво в нестабільних умовах.

Науково-технічний етап - науково-технічний потенціал підприємства. який визначається рівнями розвитку науково-технічного кадрового потенціалу, дослідно-експериментальної бази, нематеріальними активами [1].

Для спрощення та оптимізації внутрішнього управління підприємства необхідно скласти інноваційну програму. Інноваційна програма – це комплекс інноваційних процесів та заходів, погоджених за ресурсами, виконавцями та термінами їх здійснення; які забезпечують ефективне вирішення завдань щодо освоєння та поширення принципово нових видів продукції або технологій [2].

Структура інноваційної програми складається з 4 факторів: Нормативно-правове забезпечення, науково-методичне забезпечення, організаційне забезпечення, фінансове забезпечення [2].

Науково-методичне забезпечення: обґрунтування необхідності інноваційних змін на підприємстві. Розробка програмних завдань та показників. Визначення необхідної кількості фінансування та його джерел. Обґрунтування нового організаційного забезпечення. Оцінка результатів [2].

Фінансове забезпечення складається з двох факторів: пошук фінансування, та контроль за фінансами.

Нормативно правове забезпечення складається з: необхідності розробки нових нормативних актів, а також узгодження зі старими.

Останній тип забезпечення організаційне забезпечення складається з: підготовки кадрів, організації підпорядкованих структур та контролю за організаційною складовою [2].

Можна зробити висновок що інноваційна діяльність дуже комплексний процес, який необхідний для підприємництва та економіки вцілому. З боку управління необхідно підготувати все для якнайкращого результату, а також необхідно планувати всі кроки наперед для максимально ефективної інноваційної діяльності, яка потрібна для максимальної оптимізації виробничих процесів та виходу на нові рівні підприємництва.

**Література**

1. Микитюк, П. П (ред.), Крисько, Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна, О. Ф. та Скочиляс С. М. (2015). *Інноваційний розвиток підприємства* [online]. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 224 с*.* Available at: https://goo.su/XSdaNc1 [Accessed 29 Nov. 2023].

2. Олійник, Л. В. (2017). Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм. *Економіка і організація управління,* 3 (27), с. 51‑59. [online]. Available at: https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4997 [Accessed 29 Nov. 2023].

**Семененко В. В., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ДЕРЖАВНЕ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Державне фінансування економічної діяльності – це процес, за якого держава надає фінансову підтримку різним галузям економіки та проектам з метою стимулювання економічного зростання та досягнення соціальних та економічних цілей. Це може бути в формі бюджетних видатків, грантів, пільг, кредитів чи інших фінансових інструментів.

Державне фінансування може охоплювати різні сфери, такі як освіта, охорона здоров'я, інфраструктура, наука та технології, соціальна підтримка, розвиток підприємництва тощо. Це забезпечує державі можливість впливати на розвиток економіки, розподіл ресурсів та забезпечення важливих суспільних потреб.

Частка фінансування економічної діяльності в загальному обсязі видатків визначає, наскільки великий обсяг державних ресурсів спрямовується на підтримку різних економічних секторів. Це є важливим показником стратегії уряду та його підходу до стимулювання економічного розвитку та соціального благополуччя.

США схвалив законопроект бюджету на 2023 рік на суму 1,7 трлн доларів [1]. Законопроект про бюджет містить понад 4 тисячі сторінок. Він суттєво збільшує витрати, забезпечуючи 858 мільярдів доларів на військове фінансування і понад 772 мільярди доларів на внутрішні програми.
США витрачають значні кошти на оборону, дослідження та розвиток технологій. Це допомагає стимулювати інновації, підтримувати підприємництво та забезпечувати високу якість життя громадян.

Уряд Японії схвалив рекордний бюджет на наступний фінансовий рік, який розпочнеться у квітні 2023 року. У бюджет закладено видатки в розмірі 114,4 трлн ієн ($863 млрд), повідомляв Мінфін. Це на 6,3% вище рівня поточного фінансового року. Значну частину бюджетних витрат влада країни має намір профінансувати за рахунок податкових надходжень, які, за їхніми розрахунками, сягнуть рекордних 69,4 млрд ієн. Крім того, їй доведеться залучити позикові кошти в розмірі 35,6 трлн єн. Серед ключових статей витрат, закладених у бюджет Японії на наступний рік, – соціальне забезпечення, виплата відсотків за боргом, а також трансферти регіонам. Крім того, уряд виділив 6,8 трлн ієн на оборонні витрати.

Канада бюджет на 2023 р. – 342.44 млрд. Серед найзначніших заходів, передбачених у бюджеті 2023 року, можна знайти:

– 2,5 мільярда доларів на податкове відрахування за GST на купівлю продуктів;

– $46,2 млрд. на федеральні та провінційно-територіальні угоди в галузі охорони здоров'я;

– $13 млрд на розширення федеральної стоматологічної програми;

– 2-відсотковий ліміт на майбутнє підвищення акцизів на алкоголь.

 – збільшення збору з мандрівників $4,5 млрд на 30-відсотковий податковий кредит на виробництво чистих технологій $15,4 млрд [2].

 Канада акцентує увагу на фінансуванні освіти та соціальних програм.Це допомагає забезпечити високу якість життя громадян та розвиток людського капіталу.

Німецький парламент затвердив бюджет Німеччини на 2023 рік. Він становитиме 445,22 млрд євро. План спеціального активу «Цифрова інфраструктура» федерального бюджету на 2023 рік установлено на рівні 4,7 млрд євро; план «Допомога в будівництві» на 2023 бюджетний рік - на рівні 12,4 млрд євро; план «Бундесвер» на 2023 бюджетний рік - 8,4 млрд євро; план «Клімат» визначено на 2023 рік у розмірі 104,3 млрд євро [3].

Китай: бюджет 2023 р. – 6,38 трлн юаней
Військовий бюджет Китаю у 2023 році зросте на 7,2% та складе $224 млрд або 1,55 трлн юанів. Китай активно фінансує свою Belt and Road Initiative (BRI), яка спрямована на розвиток інфраструктури та фінансування . Цей проект допомагає побудувати зв'язки та співпрацю між країнами, розвиває ринки та зменшує надлишкову промислову потужність [4].

Загалом, державне фінансування сприяє стимулюванню інновацій, підтримці підприємництва та забезпеченню високої якості життя для громадян у розвинених країнах. Рівень державного фінансування може варіюватися залежно від політичних, економічних та соціальних умов кожної країни.

**Література**

1. Іnterfax.com.ua (2022). *Сенат США схвалив проєкт бюджету $1,7 трлн на 2023 рік із майже $45 млрд для України* [online]. Available at: https://interfax.com.ua/news/general/880102.html [ Accessed 30 Nov. 2023].

2. Кузнецова Н. (2022). *Официально: В Канаде опубликован федеральный бюджет на 2023 год* [online]. Available at: [https://vancouverok.com/news/oficialno-v-kanade-opublikovan-federalnyj-byudzhet-na-2023-godhttps://vancouverok.com/news/oficialno-v-kanade-opublikovan-federalnyj-byudzhet-na-2023-god](https://vancouverok.com/news/oficialno-v-kanade-opublikovan-federalnyj-byudzhet-na-2023-godhttps%3A//vancouverok.com/news/oficialno-v-kanade-opublikovan-federalnyj-byudzhet-na-2023-god) [Accessed 30 Nov. 2023].

3. Європейська правда (2023). *Німеччина з більшим боргом затвердила додатковий бюджет на 2023* [online]. Available at: https://www.eurointegration.com.ua/news/2023/11/27/7174378/ [Accessed 30 Nov. 2023].

4. Смуток, Б. (2023). *Китай збільшить фінансування армії до $224 млрд у цьому році* [online]. Available at: https://chas.news/news/kitai-zbilshit-finansuvannya-armii-do-224-mlrd-u-tsomu-rotsi [Accessed 30 Nov. 2023].

**Сидоренко О. М., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ЦИФРОВІ ГРОШІ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ: КОРИСТЬ ТА ШКОДА ДЛЯ ЕКОНОМІКИ, СУСПІЛЬСТВА ТА ЛЮДИНИ**

Такий термін, як електронні гроші, знаходиться сьогодні на слуху практично у кожного з нас. Хтось вже активно користується цим благом сучасного життя, хтось тільки чув про це, але гадки не має що це таке. У статті ми розповімо, що таке цифрові гроші і в чому їх плюси та мінуси.

Майбутнє фінансової системи будь якої країни залежить від постійної еволюції цієї системи. Дедалі частіше звучать слова про впровадження цифрових національних валют, які сприятимуть новому етапу розвитку економіки. 87 країн, що становлять понад 90% світового ВВП, нині вивчають можливість впровадження цифрових валют центральних банків. Україна теж не залишається осторонь цієї світової тенденції. Так, електронним грошам присвячено окремий законодавчий норматив - Закон про платіжні послуги – це Закон №1591-IX (далі – Закон), ухвалений 30 червня 2021 року.

Цифрова валюта центрального банку (ЦВЦБ) – це нова форма загальнодоступної електронної валюти, випущеної центральним банком. Вона доступна в різних формах, включаючи роздрібну або оптову торгівлю, а також на основі облікових записів або токенів, і містить цифрову книгу, яка може використовувати такі технології, як блокчейн.

Це аналог звичайної грошової одиниці, яка використовується в державі як фіатні гроші і служить законним способом платежу, але в електронному вигляді і зберігається на електронному гаманці.

У статті ми розглянемо переваги та недоліки цифрових грошей.

Говорячи про переваги, треба відзначити, що електронні гроші особливо корисні та зручні при здійсненні масових платежів невеликих сум. Наприклад, при платежах у транспорті, кінотеатрах, клубах, оплаті комунальних послуг, оплаті різних штрафів, розрахунках в інтернеті тощо. Процес платежу електронними грошима здійснюється швидко, немає черг, не треба видавати здачу, гроші переходять від платника до одержувачу швидко.

Дуже важливий також такий фактор, як безпека, захищеність від розкрадання, підробки, що забезпечується криптографічними та електронними засобами. Простіше, ніж у випадку з готівкою, організувати фізичну охорону електронних грошей. Електронні гроші не потрібно перераховувати, упаковувати, перевозити та організовувати спеціальні сховища [1].

Цифрові гроші також сприяють розширенню доступу до фінансових послуг. Доступ до послуг отримають ті, кому він зараз закритий чи обмежений (наприклад, мігранти). У країнах із нерозвиненою фінансовою системою цифрові гроші можуть забезпечити фінансову інклюзію та цифровізацію.

Відділення комерційних банків можуть бути далеко, а послуги мати обмежений час роботи, тоді як роздрібні цифрові гроші пропонують цілодобові платежі в будь-якому місці, включаючи мобільні пристрої, розумні карти та програми.

Транскордонні ЦВЦБ можуть допомогти зменшити залежність від посередників, а отже, зменшити витрати на транзакції та час. На думку експертів Банку міжнародних розрахунків транскордонні перекази залишаються повільними, дорогими та непрозорими. Цифрові гроші зможуть покращити їх, але тільки якщо країни працюватимуть спільно. Крім того, за наявності певної інфраструктури та домовленості різних країн цифрову валюту можна буде обмінювати безпосередньо при угодах та переказах. 54% центральних банків очікують, що цифрові гроші зменшать вартість транскордонних транзакцій, а ще 31% – на відчутну економію коштів [2; 3].

ЦВЦБ можуть також позбавити уряд необхідності рятувати банки від банкрутства, тому що гроші, що зберігаються в центральному банку, будуть безризиковими. Одним з мотивів підтримки банків, що у скрутному становищі, є те, що банкрутство банків створює труднощі системі розрахунків, що є ключовим органом опори економіки [5].

ЦВЦБ надають додаткові можливості надання допомоги населенню черезстворення нових механізмів соціальної підтримки. Наприклад, у разі кризи чи стихійного лиха легше здійснювати роздачу цільової допомоги [3].

ЦВЦБ також допоможуть зберегти монетарний суверенітет. Суспільства просто так не відмовляться від національної валюти, але якщо цифрові платіжні інструменти, пропоновані монетарною владою інших країн, зручніші та безпечніші, переломний момент настане. Доларизація – добре відоме явище у країнах із слабкими монетарними інститутами. Країни, що випускають власні ЦВЦБ, будуть меншою мірою схильні до «доларизації» та її наслідків у різних областях: від державних фінансів до національної безпеки [5].

Важливою перевагою цифрових грошей є прозорість та контроль. Потенційно ЦВЦБ можуть підвищити збір податків, сприяти виведенню бізнесу з тіні, забезпечити контроль за витрачанням коштів держпідтримки. Цифрові гроші дають можливість фінансового контролю на всіх рівнях [3].

Важливою перевагою цифрових грошей є контроль оподаткування. ЦВЦБ може зробити оподаткування більш простим, безпечним та надійним для держави. Основні функції включають оподаткування в режимі реального часу, автоматичний аудит і автоматизовану інтеграцію з державними та приватними реєстрами [2].

З цифровим та грошима відмивання грошей стане просто неможливим, адже всі операції записані, прив'язані до конкретної людини і перебувають у публічному доступі.

Але не треба забувати й про недоліки цифрових грошей.

Перш за все треба відзначити, що безпека (захищеність від викрадення, підробки, зміни номіналу тощо) цифрових грошей ЦБ не підтверджена широким впровадженням та довгою безпроблемною історією. Засоби криптографічного захисту, якими захищаються системи електронних грошей, ще не мають тривалої історії успішної експлуатації. Теоретично можливі розкрадання електронних грошей за допомогою інноваційних методів, використовуючи недостатню зрілість технологій захисту [1; 3].

У той час як фіатна валюта передбачає певну свободу, цифрова її повністю виключає. Уряди також отримають прямий доступ до гаманців користувачів, що дозволить легко стягувати податки чи штрафи – для цього потрібно буде просто змінити кілька рядків коду. Програмовані функції грошей можуть бути використані проти окремих неугодних осіб або як зброя в економічній війні.

Ваш банк знає практично все про вашу модель витрат, знає де ви живете, ким працюєте і в якому магазині вважаєте за краще купувати продукти по понеділках. Він чудово обізнаний про ваш фінансовий стан та стан здоров'я. Знає, якими пристроями ви користуєтеся, а в деяких випадках навіть має біометричні дані. Всі ці відомості відкривають великі змогу аналізу, зокрема поведінкового. Однак інформація про споживачів цікавить не лише приватний сектор, а й державу. Причому центральні банки стоять у черзі за даними користувача одними з перших.

З політичної точки зору цифрові гроші можуть знизити тиск міжнародних валют – євро, доларів, тощо. Не всі країни добре налагодили банківську внутрішню систему. Не всі банки працюють досить ефективно, щоб залишатися стабільними та витримувати потік клієнтів. Тому цифрові валюти у деяких країнах можуть допомогти підвищити фінансову стабільність системи загалом [4].

Підсумовуючи усе відзначаємо, що у поточних реаліях запровадження національних цифрових валют низкою країн – питання «коли», а не «якщо». Як і у випадку фіатної валюти, їхня сила визначатиметься силою та впливом центральних банків, що стоять за емісією. Експерименти слабких економік, ймовірно, не зможуть вплинути на глобальну фінансову систему. Однак досвід провідних країн, якщо він виявиться успішним, переймуть і інші, навіть номінально-демократичні. Незалежно від переваг і недоліків, центральні банки не мають іншого вибору, крім як вступити у ці перегони.

**Література**

1. *Цифрові гроші - Технології*. [online]. Available at: <http://fragor.at.ua/publ/neizvedannoe/cifrovye_dengi/4-1-0-1206> [Accessed 20 Nov. 2023].

2. Лазоренко, А. (2022). *Що таке цифрова валюта центрального банку* [online]. Available at: <https://forbes.ua/ru/innovations/shcho-take-cbdc-ta-chi-korisno-zaprovadzhuvati-tsifru-valyutu-v-ukraini-pid-chas-viyni-20102022-9180> [Accessed 20 Nov. 2023].

3. Сорокин, А. (2021). *Електронна гривня в Україні: коли запровадять і в чому небезпека* [online]. Available at: <https://zaborona.com/ru/do-2022-goda-v-ukraine-mogut-vvesti-czifrovuyu-valyutu-chto-eto-takoe-i-v-chem-opasnost/> [Accessed 20 Nov. 2023].

4. Євтушенко, І. (2022). *Цифровий євро: як Європа готується до запуску офіційної криптовалюти* [online]. Available at: [https://finance.ua/ua/saving/cifrovyj-evro](https://finance.ua/saving/cifrovyj-evro) [Accessed 20 Nov. 2023].

5. Niepelt, D. (2020). *Digital money and central bank digital currency: An executive summary for policymakers* [online]. Available at: <https://cepr.org/voxeu/columns/digital-money-and-central-bank-digital-currency-executive-summary-policymakers> [Accessed 20 Nov. 2023].

**Тарасова І. М., студентка**

*Національна академія Національної гвардії України*

**Теоретичні засади дослідження суті маркетингової стратегії як підсистеми стратегічного управління**

Маркетингова стратегія є ключовою складовою стратегічного управління підприємством і визначає вектор його розвитку на ринку. Дослідження суті маркетингової стратегії як підсистеми стратегічного управління включає в себе аналіз теоретичних основ і понять, які формують основу цього напрямку діяльності.

По-перше, маркетингова стратегія визначається як система планів і заходів, спрямованих на досягнення конкретних маркетингових цілей компанії. Вона базується на ретельному аналізі ринкових умов, конкурентного середовища та внутрішніх ресурсів організації.

Другий аспект теоретичних засад – це поняття позиціонування на ринку. Маркетингова стратегія визначає, як компанія бажає бути сприйнятою споживачами в порівнянні з конкурентами. Це може включати в себе диференціацію продукту, концентрацію на певному сегменті ринку або низькі ціни.

Третій аспект – це адаптація до змін у середовищі. Маркетингова стратегія має бути гнучкою та адаптованою до змін у попиті, технологіях та інших чинниках. Вона повинна передбачати можливі ризики та шляхи їх зменшення [1].

Крім того, маркетингова стратегія включає в себе визначення цільової аудиторії, розробку маркетингового міксу (продукту, ціни, місця, просування) та вивчення поведінки споживачів.

Отже, маркетингова стратегія – це важливий документ для будь-якої компанії, від мікро бізнесу до великих корпорацій, які прагнуть керованого фінансового результату. Розуміння того, що є компанія, з ким вона конкурує і кого обслуговує, є життєво важливим аспектом для бізнесу. Без стратегії маркетингові зусилля компанії хаотичні та малоефективні. Маркетингова стратегія допомагає зосередити зусилля у правильному напрямку та оптимізувати процеси.

Грамотна маркетингова стратегія допомагає вирішити такі завдання [2]:

* + підвищити наявність бренду на ринку. За допомогою маркетингової стратегії та досліджень, які вона має на увазі, компанія може знайти і зайняти нові частки ринку та збільшити свій вплив на вже існуючі його сегменти;
	+ збільшити прибуток. Грамотна стратегія допомагає компаніям збільшувати обсяг продажу за рахунок своєчасного стимулювання збуту та правильного позиціонування;
	+ підвищити конкурентоспроможність. Однією з ключових ланок маркетингової стратегії є пошук та розкриття нових переваг над конкурентами. Підвищити конкурентоспроможність компанії можуть за рахунок розробки нових продуктів, розширення асортименту, ребрендингу та інших заходів;
	+ налаштує команду на конкретні цілі;
	+ допоможе пов’язати прикладені зусилля з бізнес-цілями;
	+ дозволить визначити та протестувати те, що резонує з цільовою аудиторією;
	+ дасть змогу використовувати нові тенденції.

Існує два підходи до реалізації довгострокового стратегічного планування залежно від філософії маркетингу. Перший орієнтований на максимізацію прибутку, всі проміжні цілі та завдання служать йому. Другий –на збереження та утримання у довгостроковій перспективі частки на ринку. Незалежно від того, який підхід обраний, яка мета поставлена на чільне місце, контролювати необхідно і рівень прибутку, і частку на ринку.

Компонентами маркетингової стратегії є: комплекс маркетингу (4 P маркетингу), маркетингові цілі, маркетинговий бюджет, конкурентний аналіз, сегментація, націлювання та позиціонування, створення контенту (включаючи популярний контент), показники та ключові показники ефективності, види стратегій у маркетингу.

Кожна компанія складає індивідуальну маркетингову стратегію, але у сучасній економіці можна виділити основні стратегічні цілі маркетингових стратегій. Такими є: збільшення частки ринку підприємства; збільшення обсягу продажу підприємства; збільшення прибутку підприємства; завоювання лідируючих позицій на ринку.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб узгодити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги. Слід також відзначити, що існують і певні різновиди маркетингу, які набагато складніші від інших його форм. Це обумовлено тим, що використання елементів і засобів маркетингу окремо взятого підприємства має свої особливості, пов’язані зі специфікою самого виробничого чи обслуговуючого процесу та особливостей тієї чи іншої галузі в цілому, зокрема: техніко-технологічних чинників, низької еластичності попиту, сезонності виробництва чи надання послуг, що вимагає пошуку дієвих інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства до вимог ринку [3].

Цілі маркетингової стратегії обов’язково повинні бути узгоджені з місією підприємства та спільними глобальними цілями. Чітко поставлені цілі допомагають побудувати ефективну стратегію.

Таким чином, теоретичні засади дослідження суті маркетингової стратегії надають можливість глибше розуміти її роль у стратегічному управлінні та розробляти ефективні стратегії, спрямовані на досягнення конкурентної переваги та стійкого успіху на ринку.

**Література**

1. Сахно, І. В., Сахненко, О. І. (2019). Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*, 31, с. 362–368.
2. Гудзь, Ю. Ф., Джерелюк, Ю. О. та Кравчик, Ю. В. (2023). Етапи формування маркетингової стратегії підприємства. *Innovation and Sustainability*, 1, с. 197–203.
3. Шевченко, Т. М., Шевченко, О. А. (2020) Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*, [online] 12. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\_2020/6.pdf [Accessed 29 Now. 2023].

**Shapoval O.V., PhD student**

National Academy of Sciences of Ukraine

Research Center for Industrial Problems of Development

**CHALLENGES OF TRANSFORMATION MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**

 Transformational processes in higher education institutions span across multiple areas, promising to make the educational process more efficient, comprehensive, and inclusive. At the same time, they create new challenges for both instructors and students, who now need to navigate an increasingly complex landscape.

 Despite overall consensus regarding the positive nature of transformational processes in higher education and benefits they introduce, a number of challenges remain when it comes to managing and directing these processes. The research undertaken by members of the Managing Complex Change (MCC) group highlights that the exact ways or strategies of combating the challenges associated with transformation processes are not always in place. (Mowles *et al.*, 2019). The study by (Teixeira, Gonçalves and Taylor, 2021) has concluded that higher education institutions encounter a number of challenges, including “cultural and behavioural resistance; lack of change-oriented mindset; lack of understanding of digital trends; low functional collaboration”.

 The challenges higher education institutions encounter are often complex and span across different areas simultaneously. Proposed codes cover the main distinct categories of challenges that arise when driving transformation processes in higher education institutions. The following recurring challenges that have been identified and coded are presented in Table 1 (Almeida and Simoes, 2019; Kopp, Gröblinger and Adams, 2019; García-Morales, Garrido-Moreno and Martín-Rojas, 2021, 2021, 2021; Gogebashvili, 2021; Teixeira, Gonçalves and Taylor, 2021; Fleaca, Fleaca and Maiduc, 2022)

Table 1 – Challenges of higher education institutions based on experience and case studies of scholars abroad

|  |  |
| --- | --- |
| High-level description of a challenge | Codes |
| The institution lacks a defined strategic vision, stakeholders are unable to achieve consensus on how to approach transformation or fail to recognize its benefits altogether | Strategy |
| Educators lack competencies for implementing and directing the strategy of the institution, requiring training to apply new methodologies in the education process | Competencies |
| Challenges that arise from introducing technology as part of the transformational processes, such as hardware and software maintenance, servicing, distributing updates, personnel training | Technology |
| Privacy and security threats emerging from digitization, as well as the need to comply with data protection regulations | Cybersecurity |
| Providing learners with a flexible environment and learning resources for acquiring knowledge and practicing skills; providing flexible and inclusive space for all students | Flexibility |

 The study has identified the main recurring challenges institutions encounter related to transformation management and groups them according to the codes developed during the research. These codes can be incorporated into checklists, questionnaires, plans, evaluation procedures and used to identify underdeveloped areas of institution and purposefully target them, as well as act as the guide for identifying areas for academic research.

**References**

1. Almeida, F., Simoes, J. (2019). The Role of Serious Games, Gamification and Industry 4.0 Tools in the Education 4.0 Paradigm. *Contemporary Educational Technology*, [online] 10 (2), pp. 120–136. Available at: https://doi.org/10.30935/cet.554469 [Accessed 29 Now. 2023].
2. Fleaca, B., Fleaca, E. and Maiduc, S. (2022) Digital Transformation and Current Challenges of Higher Education. *TEM Journal*, [online], pp. 1235–1241. Available at: https://doi.org/10.18421/TEM113-32 [Accessed 29 Now. 2023].
3. García-Morales, V.J., Garrido-Moreno, A. and Martín-Rojas, R. (2021) The Transformation of Higher Education After the COVID Disruption: Emerging Challenges in an Online Learning Scenario. *Frontiers in Psychology*, [online] 12, p. 616059. Available at: https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.616059 [Accessed 29 Now. 2023].
4. Gogebashvili, N. (2021) *Change Management Challenges in Georgian Higher Education Institutions and the Necessary Tools for Handling Them*[Accessed 29 Now. 2023].
5. Kopp, M., Gröblinger, O. and Adams, S. (2019) Five common assumptions that prevent digital transformation at higher education institutions [online] Іn: *13th International Technology, Education and Development Conference*. Valencia, pp. 1448‑1457. Available at: https://doi.org/10.21125/inted.2019.0445 [Accessed 29 Now. 2023].
6. Mowles, C. *et al.* (2019) *Transformational change in the higher education sector: An inquiry into leadership practice* [online] [Accessed 29 Now. 2023].
7. Teixeira, A. F., Gonçalves, M. J. A. and Taylor, M. D. L. M. (2021) ‘How Higher Education Institutions Are Driving to Digital Transformation: A Case Study’, *Education Sciences*, [online] 11(10), p. 636. Available at: https://doi.org/10.3390/educsci11100636 [Accessed 29 Now. 2023].

**Шевченко А. В., студентка**

*Харківський національний університет*

 *імені В.Н. Каразіна*

**ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що особливості ведення бізнесу в сучасних умовах визначаються підвищенням значення маркетингових стратегій просування продукції, які є важливими чинниками забезпечення конкурентоспроможності торговельно-посередницьких підприємств у ринкових умовах. Співвідношення ринкового попиту та можливостей підприємства повинно стати основою для формування підприємствами нових бізнес-напрямків, цілей і стратегій, а також маркетингових програм і стратегічних планів. Маркетингова стратегія просування продукції в умовах невизначеності повинна допомогти бізнесу рухатися в обраному напрямку, тому її цілі є прямим відображенням загальної місії бізнесу.

Питання управління маркетинговими стратегіями просування продукції розглядалися в працях провідних зарубіжних та українських учених: І. Амсофар, Н. В. Куденко, Ф. Котлера, М. Портера, Ж.Ж. У роботах таких авторів, як Ламбен, Р.А. Фатхутдінов, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд, О.О.Романенко, Л.І.Михайлова, С.С.Халкавінка досліджуються різні аспекти стратегій просування: сучасні методи пояснення маркетингових стратегій та їх основних складових, розробка комплексних засобів інформаційного маркетингу та впровадження. Проте, виходячи з аналізу наукових ресурсів, можна зробити висновок, що питання використання електронного маркетингу як способу залучення клієнтів у сфері торгівлі все ще не є достатньо актуальним в умовах розвитку сучасного інформаційного простору. досліджень і потребує подальших досліджень у цьому напрямку [1].

Маркетингове планування виконує кілька завдань і цілей одночасно і поділяється на 4 групи:

1. Цільовий ринок. Такі цілі включають, серед іншого, захоплення бажаної частки ринку, збільшення кількості клієнтів і збільшення фізичних і цінових рівнів продажів.

2. Виробничі цілі. Це набір внутрішніх завдань, які реалізуються для підвищення здатності компанії досягати своїх ринкових цілей. Це також включає збільшення виробництва.

3. Організаційні цілі. Ця група включає оптимізацію структури малого бізнесу, кадрову роботу та адміністративні завдання. Цій же групі також доступні такі плани, як збільшення зарплати та бонуси.

 4. Фінансові цілі. Ця група описала всі попередні цілі в ціннісних термінах. Застосовуйте такі параметри, як рентабельність, валовий і чистий прибуток, обсяг продажів і обсяг витрат.

Тому обґрунтована маркетингова стратегія впливає на багато сфер розвитку малого бізнесу. Залежно від галузі, ринкових умов та інших факторів, цикл формування стратегії коливається від 1 до 25 років або навіть більше. Однак для сучасного українського ринку довгострокові контракти незвичні. У більшості випадків планування триває 1-3 роки. Деякі компанії мають терміни до 10 років, але це винятки. У зв’язку з постійними змінами на ринку невеликі торговельні підприємства повинні регулярно переглядати свої маркетингові стратегії просування продукції [2]. Бо навіть за часів економічної стабільності розвиток ринку є константою. Це ще більше актуально з огляду на ситуацію з COVID-19 у 2020 році та військові дії у 2022-2023 роках. Більшість підприємств роблять велику помилку, коли реагують на зміни, що відбулися. Вони діють реактивно, вносячи невеликі корективи в плани і щонайбільше незначні зміни.

Навпаки, push-маркетинг зосереджується на негайних продажах, хоча багато компаній намагаються будувати довгострокові відносини з клієнтами. Ось чому це чудово підходить для збільшення продажів і формування лояльності до бренду. Push-маркетинг можна застосовувати як у B2C (бізнес для клієнта), так і в секторах професійних послуг. Наприклад, у світі B2B (бізнес-бізнесу) виробник або оптовик може спробувати переконати роздрібні магазини зберігати свої товари, пропонуючи зразки під час живих маркетингових демонстрацій. Хоча теоретично push-маркетинг може здатися найкращим варіантом, менеджери з маркетингу повинні бути обережними, щоб він не став єдиним підходом. Якщо компанія вирішить витратити багато грошей на рекламу, вона може легко втратити гроші, якщо клієнти проігнорують їх повідомлення.

Оскільки push-маркетинг не зосереджений на побудові стосунків, ключові фактори продажів, такі як повторний бізнес, не є прямим результатом цього виду діяльності. Іншими словами, використання push-маркетингу як єдиної тактики може призвести до втрачених можливостей. З іншого боку, push-маркетинг є найбільш успішним, коли кампанія рекламує продукти та послуги, які вже мають попит. Загалом push-маркетинг — це чудовий спосіб отримати негайні результати та вразити потенційних клієнтів. Це усуває потребу в брендуванні та швидко просуває нові продукти. Його тимчасові наслідки приваблюють нових клієнтів, хоча витрати можуть бути високими, а наслідки часто не довгострокові.

**Література**

1. Буднік, М. М., Невертій, Г. С. та Курилова, Н. М. (2020). *Стратегічне управління*. Київ: Видавничий дім «Кондор», 292 с.
2. Барабанова, В. В. (2020). *Маркетингові дослідження.* Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 136 с.

**Юрченко О.Ю., аспірант**

*Науково-дослідний центр індустріальних
проблем розвитку НАН України*

**РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ ТА МЕНЕДЖМЕНТІ**

Цифровізація та інновації, які вона стимулює, змінюють технологічні процеси, організації, інституції та суспільство в цілому. Зосереджуючи увагу на організаціях, цифровізація провокує руйнівні зміни у фірмах та їхньому безпосередньому бізнес-середовищі, прискорюючи зміни у бізнес-моделях. Цифрові технології відіграють центральну роль у змінах, що відбуваються в суспільстві та на рівнях промисловості. Сучасні технологічні зміни, виклики впливу зовнішнього середовища, високий рівень конкуренції, потреби споживачів та ін. чинники створюють стратегічні відповіді що базуються на використанні цифрових технологій задля зміни шляхів створення вартості. Для цього вони повинні здійснити структурні зміни та подолати перешкоди для цифрової трансформації (DT), які заважають їхнім зусиллям [1].

Впровадження інформаційних технологій (ІТ) та організаційна трансформація переключає увагу фірми та її ланцюга поставок і спрямовує її на клієнтів із цифровими зв’язками. Використання платформ (наприклад, P2P у фінансах) переосмислили існуючі ринки, породивши економіку спільного користування та забезпечили полегшення обміну цифровими товарами та послугами [2]. Конкуренція більше не є лише фізичною, а переноситься у віртуальний простір, де інформаційні потоки є швидшими та менш обмежувальними, ніж у фізичному світі.

Отже, компанії можуть використовувати цифрові технології як для запуску нових процесів, так і для вдосконалення внутрішніх процесів у своїх ланцюгах постачання та їхньому середовищі, а також для розробки нових бізнес-моделей.

Цифрові інструменти, такі як соціальні, мобільні, аналітичні та хмарні (SMAC) технології, сприяють цифровізації, а також створюють можливості змінити спосіб роботи сучасного бізнесу. Так, соціальні мережі забезпечують видимість компаній на ринку та встановлюють зв’язки з її суб’єктами; мобільні мережі також з’єднують різних учасників у бізнес-екосистемі та пропонують навчання та постійний доступ до інформації в будь-який час і в будь-якому місці. Хмарні технології забезпечує доступність, зберігання та обмін актуальною інформацією, моніторинг робочого процесу та віддалену співпрацю. Нарешті, цифрова аналітика полегшує розуміння потреб бізнесу та клієнтів разом із визначенням можливостей і ринкових тенденцій, а також рекомендаціями та наданням послуг і персоналізованих комунікацій.

Таким чином, цифрові технології є доступними для сучасного бізнесу і можуть підвищити його ефективність, якщо їх впровадження супроводжується інноваційними бізнес-моделями або трансформаціями традиційної моделі.

Незважаючи на те, що технології SMAC стимулюють цифровізацію, це не лише технічний прогрес, але також економічний і соціальний. Цифровізація означає взаємодію між цифровими технологіями та соціальними й інституційними процесами, перетворюючи ці технології в інфраструктурні та впливаючи на суспільство та економіку, тим самим сприяючи комунікації, мобільності, швидкості, віртуалізації, зникненню кордонів, взаємозв’язкам, прозорості ринку та конкуренції. Цифровізація пов’язана з важливими змінами в соціотехнічних структурах.

DT природно пов’язані з організаційними змінами – вони взаємодіють з організаційними та управлінськими характеристиками, зокрема зі стратегією організації, а також із ресурсами, процесами, цінностями та культурою організації, не забуваючи позитивне ставлення до змін і технологій. Усі ці організаційні передумови інтегровані та взаємодіють із передумовами навколишнього середовища та характеристиками країни, галузі та споживачів.

У дослідженні Witschel та ін. [1] продемонстрували, що інноваційна бізнес-модель є ефективним способом продовження конкурентоспроможності в цифрову еру. Крім того, Wen et al. [2] підтвердили, що виробничі підприємства з більшою життєздатністю краще адаптуються до DT і мають тенденцію впроваджувати диференційовані конкурентні стратегії.

Нарешті, цифрова промислова трансформація, відома як четверта промислова революція або Індустрія 4.0, передбачає зміну парадигми від гіперпов’язаної та централізованої виробничої екосистеми до децентралізованої. Відповідно до «Індустрії 4.0», інтелектуальні фізичні об’єкти, децентралізовані підсистеми та навіть людські компоненти ідеально інтегровані в сумісну, гіперпов’язану та децентралізовану виробничу систему [3], яка здатна адаптуватися в реальному часі й автономно до навколишнього середовища.

Таким чином, можна відмітити, що розвиток сучасного бізнесу та менеджменту безпосередньо пов’язаний з процесами цифровізації.

**Література**

1. Witschel, D., Baumann, D. and Voigt, K.-I. (2022). How manufacturing firms navigate through stormy waters of digitalization: the role of dynamic capabilities, organizational factors and environmental turbulence for business model innovation, *Journal of Management & Organization* [online] 28(3), pp. 681–714. Available at: https://doi.org/10.1017/jmo.2022.44 [Accessed 29 Now. 2023].
2. Gao, F., Lin, C. and Zhai, H. (2022). Digital Transformation, Corporate Innovation, and International Strategy: Empirical Evidence from Listed Companies in China, *Sustainability*, [online] 4(13). Available at: https://doi.org/10.3390/su14138137 [Accessed 29 Now. 2023].
3. Calderon-Monge, E., Ribeiro-Soriano, D. (2023). The role of digitalization in business and management: a systematic literature review,  *Rev Manag Sci*. Available at: https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8 [Accessed 29 Now. 2023].

**Яковенко В. А., студентка**

**Корчма Д. Є., студент**

*Харківський гуманітарний університет*

*«Народна українська академія»*

**ТРАНСФОРМАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

**ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Міграційні тенденції в Україні, спричинені війною з Росією, не лише суттєво вплинули на країну та її населення, але й викликали значні соціально-економічні та гуманітарні виклики для держави. Починаючи з початку повномасштабної російської агресії проти України, понад 6,2 млн осіб, переважно жінки працездатного віку та діти, були змушені залишити свої домівки [1].

Взагалі, під міграційними процесами розуміють процес переміщення людей з одного регіону або країни в інший. Це може бути внутрішньою (в межах країни) або міжнародною (з однієї країни в іншу). Міграція може відбуватися з різних причин, таких як політичні, економічні, соціальні або екологічні.

«Як економічне явище, міграція населення сприяє раціональному перерозподілу трудових ресурсів, допомагає вирішенню демографічних проблем, у тому числі – проблеми старіння населення, прискорює науково-технічний процес, обмін інформацією та технологіями, сприяє зменшенню вартості робочої сили, інтеграції країни у світове виробництво, збільшує потік інвестицій до країни-донора у вигляді валютних переказів працюючих. З економічної точки зору, у масштабі міжнародної економіки міграційні процеси є позитивним явищем. Проте для країни-донора, якою є наша держава, міграція має цілу низку загроз і ризиків (відтік із країни трудових ресурсів, погіршення статево-вікової структури населення, зниження інноваційно-інтелектуального потенціалу країни та ін.), на які поки що держава не зважає, можливо, через те, що не відчуває дефіциту цього ресурсу» [2, с. 232‑246].

Особливо гостро постало питання примусової евакуації українського цивільного населення з окупованих територій до росії. Це питання стало особливо гострим, оскільки воно стосується життя та безпеки тисяч людей. Процес цієї евакуації відбувається проти волі багатьох, призводячи до величезних труднощів і стресу для переселенців, зокрема для вивезених дітей.

Україна активно працює над тим, щоб привернути максимальну увагу до цієї надзвичайно складної ситуації, особливо наголошуючи на гуманітарному аспекті, зокрема на несприятливому впливі на дітей, які опинилися в умовах конфлікту та евакуації. Для вирішення цих проблем вже взялися за роботу міжнародні гуманітарні організації та країни-посередники, які долучають зусилля до врегулювання ситуації та надання необхідної допомоги переселенцям. Здійснення спільних зусиль на міжнародному рівні стає ключовим аспектом в роботі над вирішенням гуманітарних викликів, викликаних примусовою міграцією під час військового конфлікту.

Наступною проблемою, що прямо пов’язана з високим рівнем міграції, є негативний вплив на економіку. Це призводить до втрати кваліфікованої робочої сили та зменшення працездатного населення в країні. Це може призвести до складнів у різних секторах економіки, зокрема в освіті, охороні здоров’я та інноваційних галузях. На наш погляд, доцільно виділити такі основні проблеми в економіці країни, які викликані міграційними втратами:

*Втрата кваліфікованих кадрів та «втеча умів» є* однією з ключових проблем. Існує серйозна загроза втрати фахівців високого рівня і молодого покоління. Студенти, які зазвичай швидше адаптуються до змін, внаслідок воєнного конфлікту обирають навчання в закордонних університетах, багато з них беруть участь у програмах Erasmus. Також існує загроза масової міграції фахівців у сфері ІТ, медичних працівників та науковців. В контексті «ефекту імміграції здоров’я», що стверджує, що міграція є фізично та психологічно важким процесом і доступним лише тим, хто має краще становище здоров’я. Фактично «інтелектуальний та фізичний потенціал» України поступово переходить до інші країни, призводячи до ослаблення її потенціалу [3].

*Зменшення надходжень до бюджету та рівня споживання на українському ринку* є ще однією не менш важливим наслідком високого рівня міграції. Виїзд населення може викликати втрати в економіці через зменшення податкових доходів та обсягів споживання внутрішнього ринку. Навіть якщо врахувати ефекти економічного внеску від українців за кордоном через відправлення грошових переказів, це може лише частково компенсувати втрати. Зменшення споживчого попиту внутрішнього ринку може вплинути на діяльність підприємств, що може в свою чергу привести до скорочення робочих місць та загального зменшення економічного зростання країни.

*Відтік капіталу*. Українці витрачають свої заощадження за кордоном, що впливає на їх фінансову стабільність. У травні 2022 року було зафіксовано, що українці витрачали за кордоном 2 млрд. дол. на місяць [1].

*Соціальні втрати*. Втрата робочої сили також може впливати на соціальний розвиток, зокрема створюючи проблеми утримання пенсійної системи та забезпечення соціального захисту.

*Ризик мозаїчності економіки***.** Масова еміграція може призвести до того, що деякі галузі економіки стануть залежними від зовнішніх працівників, що створює ризик для сталого розвитку.

*Спадковий ефект на сім’ї.* Міграція призводить до розриву родинних зв’язків, впливаючи на родини, а, особливо, на дітей, що може викликати соціальні проблеми.

Специфічним впливом на міграційні процеси є *«ефект лосося» та теорія конвергенції.* *«Ефект лосося» ‑*використовується для опису ситуації, коли висококваліфіковані працівники (як лосось, що плаває проти течії) мігрують назад у свої рідні країни або регіони для використання своїх навичок та досвіду в умовах поліпшення економічних умов або надання підтримки своїй спільноті. *Теорія конвергенції при міграції* стверджує, що з часом різниці в рівні життя та економічному розвитку між різними регіонами або країнами скорочуються в результаті міграції. Зазвичай вона стосується міграції від менш розвинених областей до більш розвинених. Очікується, що міграція сприяє перенесенню знань, технологій та капіталу, що в свою чергу сприяє зростанню менш розвинених регіонів. Тобто, обидві концепції вказують на те, що міграція може мати складний, але взаємовигідний вплив на розвиток різних регіонів та націй.

Тому основною проблемою міграції в Україні сьогодні є повернення людей, які виїхали з країни до і під час війни. Більшість громадян, які виїхали з країни під час війни, планують повернутися додому. За даними дослідження Gradus, у першій хвилі у травні 73 % українців хотіли повернутися додому, 12 % хотіли залишитися на новому місці проживання, червнева хвиля показала, що 65 % хотіли повернутися додому, 8 % хотіли залишитися, для 25 % було важко відповісти про своє рішення [4]. Саме безпека, в першу чергу, впливатиме на рішення українців повернутися додому. Крім того, деякі громадяни втратили своє житло в Україні, будівлі були зруйновані під час війни, тому уряду необхідно створити ефективну програму відновлення зруйнованих та пошкоджених територій, що відіграватиме позитивну роль щодо повернення мігрантів.

**Література**

1. Слово і діло (2022). *В ООН підрахували, скільки біженців уже повернулося в Україну* [online]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2022/06/16/novyna/svit/oon-pidraxuvaly-skilky-bizhencziv-uzhe-povernulosya-ukrayinu> [Accessed 20 Now. 2023].
2. Величко, К.Ю., Носач, Л.Л. та Печенка, О.І. (2017). Міграційні процеси в Україні: сучасні тенденції та соціально-економічні наслідки. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг,* вип. 2(26), с. 232‑246.
3. National Bank of Ukraine, (2022). *Monthly macroeconomic and monetary review* [online]. Available at: <https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MM_2022-07_eng.pdf?v=4> [Accessed 20 Now. 2023].
4. ProUkraїnu (2022*). Українські біженці на ринку праці Європи: проблеми та виклики* [online]. Available at: https://proukrainu.blesk.cz/ukrainski-bizhentsi-na-rynku- pratsi-yevropy-problemy-ta-vyklyky/14. 8. 2022 [Accessed 21 Now. 2023].

**Yakovenko V. A, student**

*Kharkiv University of Humanities*

*«People's Ukrainian Academy»*

**CHANGES IN THE LABOR MARKET IN UKRAINE UNDER MILITARY SITUATION**

The labour market in Ukraine has changed significantly during the period of hostilities and continues to evolve. The large-scale invasion has increased the probability of Ukrainians losing jobs across the country, on the other hand, liberation of some territories has had the positive effect on the labour market, reducing this probability to some extent.

According to the State Employment Service, prior to the Russian invasion, the official unemployment rate in Ukraine was almost 10%, which is higher than the EU average of 7%. Most Ukrainians were employed in trade, agriculture, industry, education, and health care [3].

Alternative estimates of the labour market confirm a significant increase in unemployment after the large-scale invasion. Ukrainians lost about a third of their job positions at the beginning of the war, but the situation improved by the end of 2022. Ukraine's unemployment rate was estimated at 15.5 percent by the end of 2022. This increase was due to the restoration of many companies, as well as the liberation of certain territories of Ukraine and a decrease in the intensity of fighting in some regions of the country [4].

Since the beginning of 2023, there has been a gradual recovery of the labour market in Ukraine. However, the unemployment rate remains higher than before the outbreak of the great war and is beginning to take on the character of a structural problem.

Firstly, private companies face a shortage of highly qualified workers. There is a shortage of specialists in some fields despite the high unemployment rate. This is primarily due to the following two factors: the departure of skilled workers, especially women, abroad as refugees; and the mobilization of men into the Armed Forces, which affects up to 1 million able-bodied people.

At the same time, there is an increase in informal employment in the labour market, the situation when workers are not officially registered and are paid "in an envelope" for their work. Such workers are deprived of social guarantees and their labour record is not taken into account. This phenomenon has intensified in connection with the requirement of official registration of men in military registration centres when getting an official employment [3].

According to the State Employment Service of Ukraine, as of March 2023, about 3 million people worked without official registration, representing more than 20% of the country's able-bodied population [2].

With the accelerating increase in the average age of the population (at the beginning of 2022, the average age in Ukraine was 42.2 years), the potential of the labour force will be decreasing.

An effective system of education, retraining and professional development can help mitigate labour shortages. Education plays a significant role in the formation of human capital, especially in the conditions of unfavourable demographic development. However, efforts to improve the quality and relevance of education, especially in vocational and higher adult education, are still insufficient [1].

The war has also accelerated the depreciation of human capital by causing significant collective psychological trauma that will long affect people's mental and physical health, which in turn is sure affect labour productivity.

Another problem is the mismatch between the level of the labour force training and the current needs of the economy. According to the State Employment Service, one of the key problems in the labour market is the disequilibrium in professional skills and qualifications, as well as certain mismatches between the demand and supply of labour force [2].

Currently, employers are most actively seeking workers skilled in physical labour.

In order to sustainably maintain the size and productivity of the labour force, it is important to prioritize professional training, primarily in the economic sectors that are in need of recovery. This process requires active coordination between the government and businesses, especially given the unpredictable environment caused by the war and consequent tangible shortage of human resources in the business sector.

**References**

1. Національний банк України (2023). Інфляційний звіт [online]. Kyiv. Available at: <https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q2.pdf?v=4> [Accessed 20 Now. 2023].
2. Урядовий портал (2023). *Яких працівників потребують українські роботодавці сьогодні та яку зарплату готові платити? - Державна служба зайнятості інформує* [online]. Київ, Україна. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/news/yakykh-pratsivnykiv-potrebuiut-ukrainski-robotodavtsi-sohodni-ta-iaku-zarplatu-hotovi-platyty-derzhavna-sluzhba-zainiatosti> [Accessed 20 Now. 2023].
3. State Employment Center (2023). *The situation on the labor market and the activities of the State Employment Service in January-September 2023*. Kyiv.
4. State Employment Center (2023). *Supply and demand in the registered labor market in January-August 2023*. Kyiv.

**Yeremieiev O. V., PhD student**

*Scientific and Research Center for Industrial Development Problems*

*of the National Academy of Sciences of Ukraine*

**PUBLIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF UKRAINE IN THE POST-WAR PERIOD**

In the conditions of the Russian-Ukrainian war, there is a need for a fundamentally new provision of the functioning and development of the system of public management of the restoration of territories in the post-war period. Currently, the regional and local development of the territories of our state has experienced significant difficulties and delays. There is a need for a more thorough study of problems related to the functioning and development of processes, organizational structures, and resource provision of public administration [1]. It should be noted that in difficult conditions for our country, the government and local authorities are trying to take all possible measures to support regional and local development in the war zones and those potentially at risk. Such measures include construction and restoration of housing stock, social infrastructure, reconstruction and restoration of infrastructure, including gas, water and electricity supply, support and development of small and medium-sized businesses, etc. In the post-war period, in order to accelerate recovery, Ukraine will need to use a modern complex of innovative tools for managing the revival of territories for their further effective development [2]. It is the system of public administration authorities at the regional and local level that will become one of the drivers of the success of the processes of restoration and development of territories and communities.

Before the war, the Cabinet of Ministers of Ukraine approved Resolution No. 695 dated August 5, 2020 concerning the State Strategy for Regional Development for 2021-2027 [3], which regulated the uniform development of all the regions. Also, society permanently solved such problems as depletion of resources, environmental problems, lack of appropriate financial resources for the development of particular regions, and lack of effective mechanisms for coordinating regional development between state bodies and local authorities [2].

However, the need to reconsider the old and to form a new set of innovative tools for public management of the restoration of territories is now becoming obvious. Such an approach will contribute to increasing the effectiveness of regional management in the conditions of the potential likelihood of military conflicts in Ukraine. The authors [4] include regulatory acts, administrative acts, administrative contracts, plans, actual actions to the tools of public management and administration. One of the main tasks of the complex of innovative tools of public management of the restoration of territories in the post-war period is to ensure balanced development of each of the regions of Ukraine. In other words, there is a need to ensure the development of not only the central regions, but also less developed regions and those that suffered during military operations. It is also necessary to form and ensure appropriate coordination between different levels of government and interested parties for the effective implementation of projects and programs for the restoration of territories.

In the post-war period, the implementation of a set of innovative tools for public management of the restoration of territories will contribute to the creation of conditions for the consistent formation of a new structure of the territory's economy; increasing the resource efficiency of the leading sectors of the economy. It is possible to increase the effectiveness of public management of the development of the regions of Ukraine in the post-war period by implementing centralized state and regional forecasting, planning and regulation of economic and other processes occurring in the process of restoring territories, their coherence, under the conditions of organizational, regulatory, legal, analytical, informational and scientific support.

**References**

1. Izha, M., Pakhomova, T. (2022). Conceptual Approaches to Innovative Mechanisms of Public Management of Territorial Restoration. *Aspects of Public Management*, 3, рp. 5–10.
2. Kuzmych, A. (2023). Regional Development of Territories in the Post-War Period. *Public Management and Administration in Ukraine*, 33, pр. 127–130.
3. Rada.gov.ua, (2020). *Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки* [online]. Kyiv, Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> [Accessed 20 Nov. 2023].
4. Галунько, В. та ін. (2018). *Адміністративне право України*. Херсон: Олді-Плюс, 446 с.

**Зміст**

|  |  |
| --- | --- |
| Бабенко Н. М., Кудінова М.М. Форми організації управління зовнішньоекономічною діяльністю на прикладі глобальних міжурядових організацій………………………………………………………………………… | 10 |
| Берест К. В. Benefits and drawbacks of global AI employment in an attempt to increase IT company competitiveness…………………………………………….. | 13 |
| Беспалов І. А. Порівняльний аналіз та майбутні прогнози фінансування оборони в ключових глобальних економіках…………………………………… | 15 |
| Бойко Є. О. Фінансове планування на підприємстві…………………………… | 19 |
| Бугаєнко А. О. Особливості аналізу фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану……………………………………………………………………. | 21 |
| Голікова Є.К. Моделі мотиваційних процесів у міжнародних компаніях……. | 23 |
| Гончаров Г. І. Особливості стратегування конкурентоспроможності університетів……………………………………………………………………… | 27 |
| Данько А. Т. Development of Ukraine’s military-industrial complex amid evolving challenges……………………………………………………………….. | 30 |
| Дмитрієнко О. С. Вплив воєнного стану на бізнес-клімат Харківської області…………………………………………………………………………… | 33 |
| Достоєвська А. Ю. Державне фінансування соціальної сфери в Україні….. | 36 |
| Жицький В.С. Необхідність впровадження функції комплаєнс в господарчу практику агробізнесу……………………………………………… | 39 |
| Зайцев О. С. Вплив кіберзлочинності на сучасний бізнес: адаптація до технологічних змін та захист споживачів……………………………………... | 42 |
| Зозуля І. В. Щодо економіки уваги…………………………………………… | 46 |
| Іванов Д. Ю. Роль держави в кредитуванні і розвитку малого та середнього бізнесу в Україні………………………………………………………………… | 49 |
| Іванов Д. С. Особливості логістики підприємств України в умовах війни… | 52 |
| Калашнік Д. М. Етичність як найцінніша складова успішного бізнесу……. | 55 |
| Ковальчук О.Ю., Самуляк С.С. Як лідер може мотивувати свою команду нематеріально для досігнення поставлених цілей……………………………. | 59 |
| Корніцка Т. В. Удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності………….. | 61 |
| Кошарновська А. А. Державна система охорони здоров'я (на прикладі України та Великобританії)……………………………………………………. | 64 |
| Крилова С. Б. Особливості розвитку етичного цифрового маркетингу……. | 67 |
| Krapyvna K. D. Importance of change management in IT-companies. ADKAR model…………………………………………………………………………….. | 70 |
| Кудінова М.М., Рубайко М.О. Механізм міжнародної підтримки зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні…………………………………………………………………………... | 74 |
| Курило М.С. Фінансування системи охорони………………………………. | 78 |
| Лавінда М. Б. Особливості вимірювання соціального капіталу……………. | 82 |
| Лікунова С. В. Як пов’язані базові категорії ринкової економіки попит і маркетинг?............................................................................................................. | 84 |
| Lisovol A. S. Transformation of Human Capital in the Conditions of War…….. | 87 |
| Макасєєв О. В. Економічна безпека України та проблеми викриття економічних злочинів………………………………………………………….. | 90 |
| Михайлов М. В. Управління, фінансування та ефективність закладів вищої освіти…………………………………………………………………….. | 95 |
| Монастирський Г. О. Інтеграція гнучких систем управління в стратегічний кризовий план підприємства……………………………………. | 98 |
| Моргун К. В. Вплив воєнного стану на введення бізнесу в Україні……….. | 102 |
| Mopoз M.A. Репутаційний ризик як складова процесу стратегічного управління підприємством……………………………………………………. | 105 |
| Наугольний M. I. Особливості розвитку соціального підприємництва в умовах військових дій………………………………………………………….. | 108 |
| Полупан Д. О. Оцінки економічної ефективності логістичних рішень…….. | 111 |
| Польова О. О. Економічна безпека підприємства……………………………. | 114 |
| Путятін О.О. Важливість інноваційного розвитку як складової внутрішнього управління підприємством…………………………………….. | 116 |
| Семененко В. В. Державне регулювання економічної діяльності………….. | 119 |
| Сидоренко О. М. Цифрові гроші центрального банку: користь та шкода для економіки, суспільства та людини………………………………………… | 122 |
| Тарасова І. М. Теоретичні засади дослідження суті маркетингової стратегії як підсистеми стратегічного управління……………………………………… | 127 |
| Shapoval O.V. Challenges of Transformation Management in Higher Education | 130 |
| Шевченко А.В. Особливості системи просування продукції підприємства в умовах невизначеності………………………………………………………….. | 134 |
| Юрченко О.Ю. Роль цифровізації в сучасному бізнесі та менеджменті…… | 137 |
| Яковенко В. А., Корчма Д. Є. Трансформація міграційних процесів в Україні під час війни……………………………………………………………. | 140 |
| Yakovenko V. A. Changes in the labor market in Ukraine under military situation…………………………………………………………………………… | 144 |
| Yeremieiev O. V. Public management of the development of the regions of Ukraine in the post-war period…………………………………………………… | 147 |

**УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ**

ПРОГРАМА ТА МАТЕРІАЛИ ХVІІ КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ УЧЕНИХ КАФЕДРИ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА

07 грудня 2023 р.

Комп’ютерний набір: *Л.О. Рубан*

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.