

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

**Збірник доповідей 88-ї наукової
студентської конференції**

**ІННОВАЦІЙНІ ІДЕЇ ТА КРЕАТИВНІ ПРОЄКТИ
В ЦИФРОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ**

(12–18 травня 2021 р.)

Відповідальні за випуск: О.В. Піскунова

*Рекомендовано до друку Науково-експертною радою КНЕУ
Протокол № 9 від 27.08.2021 р.*

- I-11 **Інноваційні** ідеї та креативні проекти в цифровій екосистемі : зб. доп. 88-ї наукової студентської конференції, 12–18 травня 2021 р. — [Електронний ресурс]. Київ, КНЕУ, 2021. — 242 с.
ISBN 978-966-926-381-0

Збірник тез студентів університету укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій конференції КНЕУ 12–18 травня 2021 р. Доповіді студентів присвячено перспективам розвитку інноваційних процесів в Україні, цифровій трансформації глобальної екосистеми та міжнародних економічних відносин, новітнім підходам у менеджменті і маркетингу, економіці праці і соціальному забезпеченню в епоху діджітел — трансформації, фінансовим інноваціям, правому забезпеченню інноваційного розвитку економіки України. Розглянуто питання щодо застосування кількісних методів та інформаційних технологій в економічних дослідженнях.

УДК 330:004](06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ПЛАТФОРМА 1

СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ В БІЗНЕСІ В ЕПОХУ ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЙ

Гижко Яна	
Обґрунтування проєкту відкриття нового відділення в лікарні	9
Рудь Олена	
Конкурентоспроможність клієнтоорієнтованої організації в епоху цифрової трансформації	11
Руденко Ілона	
Сучасні комунікації в організації в умовах цифровізації та викликів COVID-19	13
Давиденко Діана	
Сучасні підходи до процесу контролювання в компаніях	16
Домачук Єгор	
Вплив емоційного інтелекту на прийняття управлінських рішень	18
Пінчук Анастасія	
Оцінка зрілості проєктного управління в бізнес-організації	19
Удочкін Максим	
Розвиток цифрового бренду: проблеми та перспективи	22

ПЛАТФОРМА 2

НОВІТНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ

Гаврилов Іван Сергійович	
Профіль України у вимірі глобальних економічних індексів в контексті оцінювання проблем та перспектив інклюзивного розвитку	24
Гончар Катерина Олександрівна	
Корупція як інституційна пастка в забезпеченні економічного зростання	26
Задворська Катерина Дмитрівна	
Фіскальний федералізм як концепція та інструмент публічного управління	28
Лебедєва Ганна Дмитрівна	
Діджиталізація у фінансовому секторі України: особливості та перспективи з урахуванням міжнародного досвіду	31
Поршнєва Поліна Андріївна	
Впровадження технології «блокчейн» в публічному управлінні України як крок до прозорості	33

ПЛАТФОРМА 3

СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Асонов Максим	
Майбутнє цифрової валюти в Україні	36
Будзинська Вікторія	
Зміни споживчої поведінки населення в умовах пандемії COVID-19	38
Волков Олександр	
Аналіз фондового ринку з позицій хвильової теорії Елліотта	40
Головенко Анна, Яременко Вікторія	
Лінгвістичні фрейми та їх вплив на патерни поведінки споживача	42
Каширець Іванна	
Цифрова екосистема інвестиційного кредитування	44
Лембик Олександр	
Промисловість, інновації та інфраструктура. Місце України в глобальному середовищі	47
Тимофєєв Роман, Кукліс Дмитро	
Аналітичні інструменти теорії ігор для управлінських стратегій: теорема мінімакс vs максимін	49
Трунова Валерія	
Гендерна проблема у контексті ситуації з COVID-19 в Україні	50

ПЛАТФОРМА 4

НАУКОВІ БАРВИ — 2021

Андронов А.В.	
Малий бізнес як драйвер розвитку економіки: проблеми та шляхи щодо його стимулювання	53
Білоус Анна, Ціліцинська Інна, Чумак Анна, Шворак Анастасія	
Розробка мобільних додатків: передумови становлення та перспективи розвитку бізнесу в Україні	54
Ласкавий А.І.	
Проблеми та перспективи розвитку інноваційних процесів в енергетиці України	56

Паламарчук Т.С.	
Управління ланцюгами вартості бізнесу	58
Семенюк І.О.	
Вплив пандемії на стан інтернет комерції	60

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ ПЛАТФОРМА 1 ЛОГІСТИКА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Вакуленко Діана	
Аналіз та контроль комерційної діяльності	62
Головатий Олексій	
Організація та планування складських операцій	63
Лазарук Олександр	
Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	65
Яковенко Тетяна	
Сучасні технології в логістичній системі АПК	67

ПЛАТФОРМА 2 МАРКЕТИНГ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Євченко М.А.	
Соціальні мережі сучасних підприємств: досвід застосування	70
Королькова Ксенія	
Тенденції розвитку Інтернет-маркетингу в Україні	72
Ходаківська А. С.	
ADVERGAMING як комунікаційна технологія онлайн-маркетингу	74
Чергинець Яна	
Маркетингові комунікації автомобільних брендів у соціальних мережах	76
Шафалюк Олександр	
Маркетингові програми лояльності споживачів	79

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ НІМЕЦЬКОМОВНА ПЛАТФОРМА АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Калайда Валентина	
Криптовалюта: які види знаходяться в тренді?	81
Петренко Єлизавета	
Діджиталізація як невід'ємна частина економічного розвитку	82
Потапчук Анна	
Деглобалізація і її вплив на функціонування економіки та бізнесу	84

ПЛАТФОРМА 2 КРЕАТИВНІ ІДЕЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ЕКОСИСТЕМІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Гладченко В. О., Добровольська А. О.	
Компаративний аналіз традиційного і цифрового маркетингу глобальних брендів	87
Примич А. О.	
Комунікаційні можливості інфлюенс-маркетингу у соціальних мережах	89

ПЛАТФОРМА 3 ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Антіпова Анастасія Вячеславівна	
Залучення іноземних інвестицій у креативні стартап-проекти	92
Марченко Світлана Анатоліївна	
Вплив європейських інтеграційних процесів на трудову міграцію	94
Розсохіна Валерія Леонідівна	
Перспективи інтеграції України в Єдиний цифровий ринок ЄС	96

ПЛАТФОРМА 4 НОВІТНІ ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРОЦЕСИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ТУРБУЛЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Кішико Ігор	
Цифровий юань: майбутнє світової валютної системи	99
Пакунова Катерина	
Співробітництво України з МВФ у розрізі її національних інтересів	100

ПЛАТФОРМА 5 ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЕВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В ПАРАДИГМІ ПІДГОТОВКИ ЕКОНОМІСТІВ

Александрова Маргарита	
Виклики для туристичного сектору Іспанії та України у часи пандемії	103

Глуховська Юлія	
La compétence linguistique dans l'interprétation de Big Data	104
Гужва Катерина	
Green business in Ukraine: barriers and opportunities	105
Концеба Анна	
Соціальне підприємництво - інновація, що змінить світ	108
Мірза Софія	
Technology parks and their attraction ability of investment and innovation capital	110
Цивінська Наталія	
Стан і перспективи співпраці між Україною та Іспанією у галузі відновлюваних джерел енергії	112

ПЛАТФОРМА 6

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОСИСТЕМИ ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Іоніцой Євгенія	
Діджиталізація агропромислового комплексу України (на прикладі цукрової галузі)	114
Головченко Юлія	
Оцінка рівня впливу діджиталізації на міжнародну торгівлю США	115
Громова Дарія	
Нові тренди глобальної конкуренції в епоху COVID-19	118
Давиденко Єгор	
Інформаційно-комунікаційні технології в системі забезпечення фінансової інклюзивності та цілей сталого розвитку ООН	119
Долинко Аліна	
Цифрова екосистема розумних міст Скандинавського регіону	121
Кривенко Анастасія	
Діджиталізація брендингу міжнародних корпорацій світового FMCG-ринку	123
Парубець Стефанія	
Нерівномірність розвитку цифрової екосистеми в світовій економіці	126
Хітренко Олена	
Аутсорсинг інформаційних технологій як інструмент інноваційного менеджменту на прикладі досвіду багатонаціональних корпорацій	128
Шугалій Анастасія	
Особливості розвитку креативної індустрії на сучасному етапі	130

ПЛАТФОРМА 7

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В ЦИФРОВИХ ЕКОСИСТЕМАХ

Ісасє Максим Едуардович	
Структурний аналіз зовнішньоекономічної діяльності у двосторонньому співробітництві України з Німеччиною	133
Бутенко Катерина Сергіївна	
Вплив діджиталізації на розвиток соціальної відповідальності міжнародних компаній	135
Гавриш Аліса Олегівна	
Шляхи запобігання відтоку української молоді за кордон	137
Герасько Вероніка Юріївна	
Система управління бізнес-процесами Workflow	139
Данільєв Данил Костянтинович	
Сучасний стан розвитку інноваційної діяльності України	141
Потапчук Анна Вікторівна	
Трансформація моделей споживання та їх вплив на бізнес середовище	142
Ярош Марта Віталіївна	
Діджиталізація у період пандемії коронавірусу та її вплив на міжнародну економічну діяльність	144

ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Неліна І.І.	
Трансформація фінансових результатів підприємства в умовах застосування МСФЗ	147
Сербін Т.В.	
Удосконалення стратегії управління господарюючими суб'єктами: глобальні принципи управлінського обліку	148

ПЛАТФОРМА 2

ОБЛІК, ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА АНАЛІЗ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ

Павловська Христина	
Перспективи запровадження податку на виведений капітал на транспортних підприємствах	150

Таранович Юстинія Особливості ведення обліку та складання звітності недержавними пенсійними фондами	152
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ СОЦІОЛОГІЧНА ПЛАТФОРМА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНІ МОДЕЛІ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ	
Дем'янчук В. Культурна глобалізація	154
Дерманська Д. Сучасний стан вторинної зайнятості студентської молоді	155
Костенецька В. Соціально-етичне вчення Конфуція і сучасність	156
Метіль Р., Денисюк А. Синтез економіки та екології: думка молоді	158
Плачковська О. Міграційні настрої українського студентства	160
Черьомухіна О. Концептуальні підходи дослідження життєвих стратегій молоді	162
ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ ПЛАТФОРМА 1 ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ УКРАЇНИ	
Левшина Лілія Олексіївна Особливості оподаткування великого бізнесу в Сінгапурі	165
Савченко Альона Ігорівна Проблематика формування податкових надходжень державного бюджету України	167
Удовіченко Софія Олександрівна Тенденції розвитку фінтеху в умовах цифровізації економіки України	169
ПЛАТФОРМА 2 БАНКІВСЬКИЙ ТА СТРАХОВИЙ БІЗНЕС: ІННОВАЦІЇ, КРЕАТИВНІ ІДЕЇ, FINTESCH-РІШЕННЯ	
Бараненко Р. С., Терно Н.А. Технологія BLOCKCHAIN та страхування	172
Боришкевич Софія Цифрові стратегії забезпечення платоспроможності страховика	174
Захарченко Олександра Вплив пандемії на розвиток туристичного страхування	176
Мазур Олена Інноваційні ідеї використання автоматизованих програм і штучного інтелекту в оцінці кредитоспроможності позичальників	178
ПЛАТФОРМА 4 Сучасна Україна: нові ідеї, нові можливості	
Гарагода Анастасія Геннадіївна Impact investing in Ukraine / Імпакт-інвестиції в Україні	181
Некрасова Аліна Disposing of waste. Ways of recycling and their pros and cons. Situation in Ukraine / Утилізація сміття. Способи переробки та їх плюси і мінуси. Ситуація в Україні	182
ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ ПЛАТФОРМА 1 АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У КІБЕРПРОСТОРІ	
Жигун Б. С. Логістика розподілу вакцини у період пандемії між регіонами України	184
ПЛАТФОРМА 2 КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ ІННОВАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
Абдураїмов Акім Моделювання та прогнозування демографічних процесів у Європі	186
Алексєєва Віталіна, Чебан А.В. Вплив науки про дані на класичну науку та інновації	188
Володько Тетяна Аналіз та прогнозування популярності Інтернет-курсів методами машинного навчання	190

Кисиличін Іванна	
Розробка математичної моделі для оцінки ефективності управління клієнтами на підприємстві	192
Мудренко Наталія	
Аналіз динаміки макроекономічних показників України на основі моделей векторної авторегресії	193
Мусієнко Катерина	
Моделювання розвитку та життєздатності підприємств ІТ ринку України	196
Феденко Дмитро	
Використання інтерактивних візуалізацій Power BI за допомогою R для прийняття ефективних рішень в умовах пандемії COVID 19	199

ЮРИДИЧНИЙ ІНСТИТУТ

ПЛАТФОРМА 1

ПУБЛІЧНО-ПРАВОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Бачинська Вікторія	
Карантинна діджиталізація та права людини	202
Бережнюк Д.В.	
Діяльність «груп смерті» у соціальних мережах: особливості організації та проблеми кваліфікації	203
Білостоцька Стефанія	
Блокчейн-технології в публічному управлінні як умова забезпечення прозорості влади	205
Поліщук Катерина Петрівна	
Правове регулювання кібербулінгу в Україні	208
Ярошенко М.В.	
Кримінальні правопорушення із використанням криптовалюти	209
Бузовська Єлизавета, Чорна Вікторія	
Адміністративна відповідальність за незаконне поводження з відходами	212

ПЛАТФОРМА 2

ПОЛІТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Азовцева Ксенія Сергіївна	
Технологізація політичної сфери	214
Гедз Владислава Олександрівна	
Ісламофобія в сучасному світі як глобальне та регіональне явище	216
Козелецька Валерія Олександрівна,	
Залуцька Анастасія Сергіївна,	
Слободяник Альона Миколаївна	
Конспірологічна картина світу, або як влаштована теорія змови, хто її створює і як вона працює в політиці	217
Гошко Анастасія, Бойко Христина	
Специфіка політичної реклами в сучасній Україні	220
Яцик Дар'я Олександрівна	
Вплив соціальних мереж та відео-платформ на формування культурно- цивілізаційних цінностей молоді	222

ПЛАТФОРМА 3

ПРАВОРОЗУМІННЯ, ПРАВОТВОРЧІСТЬ ТА ПРАВОРЕАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Гаряча Анна	
Діджиталізація трудового права: електронна трудова книжка	224
Макєєва Єлизавета	
Електронна трудова книжка як об'єкт цифровізації: правові питання	226
Мороз Анна	
Правотворча діяльність Комітету з питань цифрової трансформації та Міністерства цифрової трансформації в умовах діджиталізації	228
Статкевич Денис	
Змістовні колізії в законодавстві: сутність та шляхи подолання з використанням цифрових технологій	230
Суділовський Глеб	
Цифровізація судового провадження	232
Ходаківська Анна	
Електронне правосуддя в Україні: стан та перспективи	233

ПЛАТФОРМА 4

ПУБЛІЧНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ: СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ

Кичинська Анастасія	
Дискусійні аспекти визначення об'єкта оподаткування транспортним податком	235

Решетняк Наталія

Деякі питання щодо оподаткування програмного забезпечення податком на додану вартість 236

ПЛАТФОРМА 5

**ПРИВАТНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ
ТА КРЕАТИВНИХ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ**

Луценко І.О.

Проблеми та перспективи фіксації електронних доказів у цивільному судочинстві України 238

Корначова С. В.

Проблеми та перспективи застосування штучного інтелекту у цивільному судочинстві України 240

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ПЛАТФОРМА 1

СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРАКТИКИ В БІЗНЕСІ В ЕПОХУ ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЙ

Гижко Я.С.

*«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Прохорова Є.В.*

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ НОВОГО ВІДДІЛЕННЯ В ЛІКАРНІ

Вступ. Необхідність підтримки розвитку підприємства при швидкій зміні умов зовнішнього середовища зумовила появу методології управління розвитком організації через принципи управління проєктами. Проєктна діяльність у медичних закладах має дещо стихійний характер і не базується на основних принципах управління проєктами. Проте, в умовах реформування системи, комунальні некомерційні підприємства мають набувати навички управління проєктами для можливості швидкого реагування на зміни умов функціонування при обмеженості грошових і трудових ресурсів при посиленні конкурентного тиску.

Метою дослідження є розробка концепції обґрунтування проєкту відкриття нового відділення у лікарняних закладах.

Згідно з умовами фінансування медичних закладів Національною службою здоров'я України (далі — НСЗУ), підприємства отримують кошти на базі фактичної кількості пацієнтів, що отримали послуги, зазначені у договорі. Медичні заклади, в свою чергу, формують кошториси на рік згідно з прогнозованими показниками. Тобто, для медичного закладу важливим питанням є управління пакетами послуг і коригування операційного процесу згідно до завантаженості відділень, що обумовлює виникнення завдань по реорганізації відділень, їх скорочення чи відкриття нових.

При даному дослідженні були застосовані такі **методи**, як: аналіз, системний метод, моделювання.

Управління проєктами відкриття нових відділень у лікарні не досліджується як специфічна діяльність і розробок по даній тематиці в українських публікаціях немає. Тому, для аналізу теоретичного матеріалу на тему управління проєктами та менеджменту було використано праці Ноздріної Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І., Соболя С.М., Багацького В.М., Ілляшенка С.М.

Результати дослідження. Управління проєктами включає в себе діяльність, що супроводжує реалізацію проєкту на всіх етапах його життєвого циклу, до процесу комерціалізації даного проєкту або повного освоєння підприємством.

Обґрунтування проєкту важливо проводити на кількох фазах його життєвого циклу: на етапі ініціювання та планування необхідно розробити паспорт проєкту, де відображатимуться основні характеристики та витрати по проєкту, що дасть змогу оцінити доцільність його розробки; на етапі моніторингу та закриття необхідно провести аналіз фактичних показників і їх відхилень стосовно прогнозованих.

Для розробки проєкту відкриття нового відділення доцільно проаналізувати стратегічні напрями, які фінансують за рахунок НЗСУ. Станом на 2021 рік такими напрямками є: екстрена медична допомога, паліативна медична допомога, медична реабілітація, медична допомога дітям до 16 років і медична допомога у зв'язку з вагітністю [1, с. 4].

Після вибору напрямку та аналізу попиту на даний напрям серед пацієнтів лікарні для медичних закладів доцільно проводити аналіз завантаженості відділень на основі статистичних звітів підприємства для визначення рентабельності утримання відділень на активі підприємства. Автоматизація комунальних підприємств спростила процес отримання звітів. Впровадження медичної інформаційної системи дозволяє отримувати інформацію по формі 20 «Ліжковий фонд та його використання» та 074/о «Журнал реєстрації амбулаторних пацієнтів» у режимі реального часу [2]. Для аналізу рентабельності ліжкового фонду доцільно застосовувати матрицю завантажень на основі виділення двох осей: прогнозованої частки завантаженості ліжко-годин і загальної завантаженості відділення (рис. 1).

Запланована частка завантаженості ліжок-місць, % 02030	Рентабельні. Потреба в коштах для підтримки стабільної роботи	Використовуються не на повну потужність
	Потреба в додаткових ліжках	Нерентабельні
	100500 Загальна завантаженість відділення, %	

Рис. 1. Матриця завантаженості для розподілу відділень, що функціонують на базі медичного підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [3, с. 86].

На основі розподілу відділень виносяться рішення про необхідність реорганізації чи скорочення певних відділень, на базі яких можна відкрити новий напрям, або про необхідність будівництва нового приміщення для відкриття відділення. Дане рішення може бути прийняте шляхом вибору варіантів альтернатив проєктів методом експертного аналізу. Після вибору варіанту проєкту розробляється його концепт, що включає в себе ідентифікацію певних характеристик проєкту.

Характеристики ідеї на концептуальній фазі мають відображати основні показники продукту, очікуваний попит, складність проєкту, критерії оцінки, необхідні затрати часу та грошей для здійснення проєкту, ризики та обмежувальні фактори.

Після оцінки основних характеристик проєкту нового відділення пропонується оцінити доцільність його запровадження на основі використання матриці «Дженерал Електрик — МакКінсі» з метою порівняння наявних відділень і нового (рис. 2).

Привабливість ринку 12,33,665	Інвестувати/розвивати	Інвестувати/ розвивати	Фінансувати для підтримки стабільної роботи
	Інвестувати/розвивати	Фінансувати для підтримки стабільної роботи	Скоротити ліжковий фонд
	Фінансувати для підтримки стабільної роботи	Скоротити ліжковий фонд	Закривати/Скоротити ліжковий фонд
	53,662,331 Конкурентоспроможність відділення		

Рис. 2. Матриця «Дженерал Електрик — МакКінсі» для відділень медичного закладу

Джерело: розроблено автором на основі [4].

Для розробки даної матриці потрібно оцінити фактори привабливості ринку та конкурентоспроможності відділення на основі експертних оцінок. Для прикладу фактор привабливості ринку може містити такі показники, як: зростання ліжок-днів за напрямом, рівень темпів технічного оновлення, потреба населення у наданні даних послуг, ступінь конкуренції у області, наявність програм додаткового фінансування. Для оцінки фактора конкурентоспроможності відділення пропонуються показники: якість послуг, необхідність додаткових вкладень, забезпеченість кадрами, забезпеченість основними засобами, ступінь завантаження.

Важливою складовою обґрунтування проєкту є розрахунок прогнозованих показників витрат і доходів відділення на етапі планування проєкту. Доходи відділення розраховуються як добуток кількості прогнозованих пацієнтів і ставки, за якою НСЗУ оплачує послугу, що розробляються у розрахунку на рік. При чому, доцільно розробляти три сценарії завантаженості відділення: песимістичний (близько 30 %), реалістичний (50 % завантаженості) та оптимістичний (вище 60 %). Для розрахунку витратної частини проєкту доцільно розраховувати такі статті, як: заробітна плата, витрати на утримання приміщень, амортизаційні відрахування, витрати на закупівлю одноразових матеріалів і додаткові витрати.

Висновки. Отже, було розроблено інструментарій для обґрунтування проєкту відкриття нових відділень на базі комунальних некомерційних підприємств. Незважаючи на те, що реформу-

вання сфери досі не завершене, проте вже зараз існує необхідність у переосмисленні та використанні практик менеджменту для медичних закладів.

Для оцінки доцільності утримання наявних відділень і відкриття нових пропонується використовувати матриці завантаженості відділень, що побудована на основі матриці BCG, та матрицю «Дженерал Електрик — МакКінсі».

Література:

1. Пакети медичних послуг: зміст та підхід до контрагування закладів охорони здоров'я/ Національна служба здоров'я України. Київ: 07.02.2020. URL: https://nszu.gov.ua/storage/editor/files/paketi-medichnikh-poslug-07022020_1581100466.pdf
2. Програмне забезпечення для медичних закладів. URL: <https://www.infomed.ck.ua/>
3. Соболев С.М., Багацький В.М. С 54 Менеджмент: Навч.-метод. посіб. Для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2005.— 225 с.
4. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту : магістерський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. — Суми: Університетська книга, 2014. — 856 с.

Рудь Олена Геннадіївна

*4 курс, спеціальність «Менеджмент бізнес-організацій»
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

Решетняк Т.І.

науковий керівник: к.е.н., доцент

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

В умовах збереження конкурентоспроможності і виживання в епоху цифрових зрушень підприємства усвідомлюють необхідність змін і використання сучасних технологій. Економіка підприємства трансформується під впливом глобальних процесів проникнення цифровізації у всі сфери господарської діяльності господарюючого суб'єкта. Розвиток цифрової економіки приводить до перетворень всього економічного середовища: змінюється розмір компаній, способи здійснення транзакцій, рівень зв'язків між підприємствами, основні економічні інституції. Відповідно набувають нового змісту ключові завдання економіки підприємства та управління бізнесом, а також інші фактори відтворення на підприємстві. Цьому сприяє рівень інформаційних технологій, які на основі можливостей Інтернету створюють платформу суб'єктам діяльності для продажу товарів, розширення маркетингових дій, збору даних, вибору і порівняння контрагентів, проведення фінансових операцій. Для підвищення конкурентоспроможності компаній акценти бізнесу зосереджуються на клієнтах (кастомізація сервісу), визначаються всі можливі точки взаємодії і канали на шляху до покупця (омніканальна логістика), можливість гнучкого ціноутворення і, як наслідок, необхідність, автоматизація та спрощення бізнес-процесів. Особливу значимість в управлінні підприємством набуває робота з великими масивами даних. Як наслідок, розширюється спектр сучасних інформаційних інструментів операційного управління бізнесом, управлінські технології стають цифровими.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування використання інформаційних інструментів як фактора впливу на конкурентоспроможність клієнтоорієнтованої бізнес-організації. Для проведення дослідження були використані такі методи: аналізу та синтезу, порівняння, прямого аналізу, термінологічного аналізу тощо.

1) Визначення конкурентоспроможності організації, що характеризують внутрішню і зовнішню діяльність фірми, без згадки товару. Ю.А. Полянчикін визначає конкурентоспроможність підприємства як дію комплексу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища його життєдіяльності [2].

2) Визначення, що базуються тільки на товарній складовій конкурентоспроможності. Р.А. Фатхутдінов зазначає, що конкурентоспроможність організації — це її здатність виробляти конкурентоспроможний товар або послугу [4].

3) Визначення, що поєднують товар і виробничу діяльність суб'єкта. На думку Е.А. Сисоевої, конкурентоспроможність підприємства (фірми) являє собою відносну характеристику, яка відображатиме відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника конкурента як за

ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [3].

Узагальнити поняття конкурентоспроможності можна так: результат процесу абстрагування дослідника в результаті виділення підприємства (як об'єкта дослідження) із зовнішнього середовища, тобто «згорання» відносин взаємодії підприємства з контрагентами на ринку в його власність, що характеризує якісну і кількісну визначеність зазначених відносин.

В умовах сьогодення основним пріоритетом у діяльності підприємства вважається розвиток і поширення корпоративних знань, гнучка зміна організаційної структури, клієнтоспрямованість, впровадження інновацій тощо.

Цифрова трансформація бізнесу — це організаційні зміни за рахунок використання цифрових технологій і бізнес-моделей для підвищення продуктивності. Інструментами деталізації і реалізації стратегії є бізнес-модель, дорожня карта і портфель проектів, збалансований з позицій реалізації технологічних і нетехнологічних інновацій, спрямованих на зростання цифрової зрілості підприємства [1].

Головною «цінністю» підприємства в цифровій економіці є клієнт, який стає ключовою фігурою в процесі економічної діяльності, тому що без нього немає сенсу в ній самій. Клієнт вибирає товар покладаючись на поради, особистий досвід і рекламу, продавець не має можливості особисто контактувати з покупцем. При цьому реклама так само має свою значимість, оскільки наповнюється з інтернет-середовища: інтернет-реклама, інтернет-мода, інтернет-друзі, інтернет-захоплення тощо.

Потреба у збільшенні рівня задоволення клієнтів, удосконалення постійних зв'язків із споживачами та розвиток сучасних ринків за умов глобалізації приводять до створення такої організаційної форми, як віртуальне підприємство. Актуальність даної проблеми виходить із невинного росту глобальних мереж, цифрових та інформаційних технологій, який стимулює розвиток нового виду економічних відносин, що веде до неминучої зміни традиційних понять ведення бізнесу. Сучасні цифрові тенденції в економіці стали підґрунтям для виокремлення підприємств таких типів:

1. Підприємства традиційного складу, суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні (фізичні) особи, які ведуть свій бізнес і використовують активи в реальній фізичній матеріальній, нематеріальній і фінансовій формі. Такі підприємства використовують у своїй господарській діяльності елементи цифровізації, проте вони не є цифровими. Традиційні підприємства (середні і великі), в прагненні протистояти сучасним викликам, впроваджують цифрові технології. Їх уміння перебудуватися на цифровий ландшафт є найважливішою конкурентною перевагою. Проте для малих підприємств традиційного складу все, що пов'язане із автоматизацією та інформаційними рішеннями, є дорогим і не настільки необхідним у силу ручного управління.

2. Частково віртуальні підприємства, суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні (фізичні) особи, які можуть мати фізичні матеріальні, нематеріальні чи фінансові активи, проте способи просування цих активів у цих підприємств віртуальні, цифрові. Як правило, такі підприємства, маючи запаси товарів, вбачають найоптимальніший шлях їх просування до клієнта тільки через мережу Інтернет. Ці підприємства більшою мірою ніж традиційні інтегровані в цифрову економіку, оскільки Інтернет — це основний канал їх продажів, місце, де вони генерують виручку. Відповідно способи просування своєї продукції і канали реклами у цих підприємств теж віртуальні, цифрові.

3. Віртуальні підприємства, умовні організаційні структури, мережеве існування яких, складається з неоднорідних агентів, що взаємодіють у комп'ютерно-опосередкованому середовищі і розташовані у різних місцях.

Віртуальне підприємство — це нова, якісно вища форма організації підприємства, яка замінює фізичну структуру комунікативними технологіями, основною метою якого є швидка адаптація до вимог ринку, максимальне використання інтернет-ресурсів [1]. Впроваджуючи інноваційні рішення, віртуальне підприємство матиме можливість оптимізувати бізнес-процеси, скоротити витрати, і знайти нові джерела доходів.

Дослідження питання конкурентоспроможності клієнтоорієнтованої організації було проведено на основі компанії Adidas. Компанія Adidas є культовим брендом спортивного одягу у наші часи. В Україні не має офіційного онлайн-магазину та сайту, тому її можна визначити як традиційне підприємство, що в епоху стрімкої цифровізації негативно впливає на прибуток і конкурентоспроможність компанії.

Безумовно, на сьогоднішній момент на ринку спортивного одягу Adidas є одним з лідерів і зразків, на які орієнтуються інші бренди. Для підтримки конкурентоспроможності компанія регулярно проводить тренінги для працівників для підвищення рівня обслуговування та якості надання послуг.

Проте, в XXI ст. недостатньо лише мати мережу магазинів. Сферу спортивного одягу можна назвати дещо відсталою порівняно з іншими Fashion-сферами, де активно застосовують електронну комерцію, що значно спрощує продаж і дає можливість купити потрібний товар у будь-якій точці України. Саме тому, в найближчій перспективі, вже наступного року, планується відкриття онлайн-магазину Adidas в Україні, в результаті чого планується збільшити ринок на 3 %.

XXI ст. характеризується активним розвитком інтернет технологій і цифрової трансформації бізнесу. Для підтримки конкурентоспроможності компанії на ринку підприємствам необхідно відповідати всім ринковим вимогам і вміти швидко адаптуватись під усі потреби. Зокрема переорієнтація на частково віртуальні підприємства, що забезпечить розширення можливостей організації (Інтернет-продаж), результатом чого можливе збільшення охоплення ринку, розширення аудиторії, посилення іміджу компанії та підвищення конкурентоспроможності на ринку, порівняно з традиційними підприємствами.

Література:

1. Кулинич М.Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 3 (89). С. 8–15.
2. Полянчикін Ю.А. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств // Актуальні проблеми економіки. 2020. № 5. С. 84–89.
3. Сисоєва Е.А. Фактори конкурентоспроможності підприємства: підходи і складові // Економічні науки. Економіка та управління. 2017. № 12. С. 283–287.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учеб. для вузов. Москва: Экономика, 2015. 504 с.

Руденко І.Б.

*«Менеджмент бізнес-організацій», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Кубарева І.В.

СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ВИКЛИКІВ COVID-19

Актуальність. Функція комунікації є чи не найважливішою для злагодженої роботи в організації. З настанням карантинних обмежень багато підприємств зазнало вагомих змін. Компанії були змушені перевести свою роботу в онлайн режим, і це сильно відобразилося на шляхах здійснення комунікацій між співробітниками. Для цього вони змушені використовувати новітні технології та знайомитися з новими інструментами для якісного виконання роботи, а також облаштовувати своє домашнє робоче місце задля забезпечення максимальної продуктивності роботи.

Визначення проблеми. Після настання карантину, спричиненого спалахом захворюваності COVID-19, багато компаній зазнало кризи та не змогли надалі функціонувати на ринку [1]. Але, все ж таки, більшість організацій проходить процес адаптації до змін умов і нових викликів комунікацій. При цьому існує проблема здійснення комунікацій на відстані і тому ключовим є пошук шляхів її вирішення. Відповідно, для якісної реалізації функції комунікації в організаціях у нових умовах карантинних обмежень потрібне чітке розуміння важливості даного питання. Це має проявлятися у розвитку нових підходів до реалізації комунікацій онлайн, адаптації відповідних процесів і технологій, формуванні необхідних навичок.

Мета. Визначити особливості здійснення комунікацій. Розглянути сучасні інструменти для організації даної функції в умовах цифровізації. Дізнатися як домашнє діджиталізоване робоче місце може позитивно впливати на ефективність виконання роботи в різних сферах.

Результати дослідження. Комунікація відіграє важливу роль в організації, тому що завдяки їй відбувається процес передачі інформації між різними особистостями, структурами та відділами. Якщо вона не досконала, відбувається хаос, що призводить до втрати взаємопорозуміння між складовими цілісної системи. Саме тому, змінюючи спосіб комунікації, у даному випадку перехід в онлайн-режим спілкування, необхідно ретельно підійти до реалізації даної функції, адже є великий шанс втрати інформації через недосконалу її передачу.

Як трактує О.В. Щербина, обмін інформацією має здійснюватися за допомогою комунікаційних мереж, тобто джерел, каналів надходження і поширення інформації в організації, створеної суб'єктом управління для прийняття обґрунтованих рішень і доведення їх до виконавців, або ж поєднання певним чином учасників комунікації інформаційними потоками [2].

Здійснення комунікації різними способами мають свої переваги та недоліки. Наприклад, використовуючи такі канали передачі інформації, як формалізовані дошки оголошень і розмова один на один, перестали бути актуальними під час пандемії, хоча саме особисте спілкування, заради чіткої передачі повідомлення, є найважливішим. Проте, у нього також є свій недолік — відсутність запису, тобто фіксації представленої інформації. Але, завдяки цифровізації, компанії пристосувалися до використання новітніх платформ, де можливий запис даних під час конференції навіть двох осіб.

Інші канали передачі інформації, такі як електронні листи, телефонні розмови, месенджери, стали найзручнішим інструментом в комунікації між персоналом і клієнтами. Завдяки цьому способу обміну повідомленнями користувачі мають змогу вести запис тексту, правильно сформулювати відомості та легко їх поширювати. Одним недоліком може стати повільний зворотній зв'язок.

У свою чергу, організація комунікацій під час дистанційної роботи стала викликом для управлінців компаній. Їм довелося зіткнутися з рядом проблем: від моральної готовності працівників до даних змін, до їх технологічного оснащення і навичок (різноманітні гаджети, вміння користуватися різнноманітними програмами).

Тож, як керівники справлялися з даними проблемами? Для того, щоб у працівників завжди був настрій працювати віддалено, потрібно створювати певні ритуали (розклади початку робочого дня, його завершення, обідні перерви), тобто вдало організовувати робочий графік. Замість легкого спілкування під час ланчу, співробітники можуть замінити його на телефонні розмови.

Для того, щоб не втрачати важливість інформації під час онлайн-спілкування на певній платформі, важливо створити домовленість між усіма учасниками, що ніхто не має відволікатися на інші гаджети, перегляди поштових скриньок тощо.

Інше питання — технологічне оснащення. Воно важливе для комфортного здійснення комунікації. Його має забезпечити кожен працівник самостійно або за допомогою ресурсів організації, залежно від її можливостей. Для якісного взаємозв'язку необхідно володіти новими технологічними інструментами, які зможуть дати змогу своєчасної передачі точної інформації від одної людини до іншої. Такими інструментами можуть стати: обмін повідомленнями — швидкий спосіб спілкування з колегами (імейл, миттєві повідомлення, мікро-блоггінг, СМС); фокус на продуктивність — дозволить працівникам, які працюють у сфері освіти, ефективно виконувати свою роботу (текстові процесори, програмне забезпечення для електронних таблиць, презентаційне програмне забезпечення, калькулятор); спільна робота — надати співробітникам можливість працювати один з одним і з партнерами (командні кімнати, спілки, веб-конференції); основний інструмент внутрішньої комунікації (портали, блоги, персоналізована домашня сторінка); бізнес-додатки — надання співробітникам доступу до додатків самообслуговування онлайн (вимоги щодо компенсації витрат, кадрові системи, ERP, CRM); кабінет колективних рішень — дозволяє організації збирати ідеї та думки співробітників (платформа ідей, опитування, форуми); зв'язок — допомагає знайти колег та експертів по всій організації (довідник співробітників, організаційна структура тощо); мобільність — надає доступ до інструментів, які знаходяться далеко від фізичного офісу або робочого місця (ноутбук, смартфон, дистанційні сканери) [3].

Важливо також розрізняти комунікації всередині компанії та комунікації з клієнтом. Обидва види зазнали змін під час пандемії.

Комунікація з клієнтами

Компанія «Field Force» справлялася із труднощами комунікації під час пандемії різними шляхами [4]. Для комунікації з клієнтами було створено можливість електронного візиту — це електронний спосіб комунікації з цільовою аудиторією через месенджери з елементами гейміфікації, а також отримання моментального зворотного зв'язку. Завдяки автоматизованим ланцюжкам електронних візитів у найпопулярніших месенджерах (Viber, Telegram, Facebook) можна в рази збільшити площу охоплення цільової аудиторії та доповнити роботу зовнішньої служби, а в деяких випадках навіть замінити її, вважає спікер.

В умовах пандемії фармацевтичний ринок вперше залишився без налагодженої комунікації face-to-face через погіршення доступності медичної допомоги. Серед плюсів дистанційної комунікації — можливість швидко управляти конфігурацією, максимально централізована комунікація, дисципліна медичних представників. З мінусів — складно управляти без інтегрованої в CRM-систему технічної платформи (модуля MCM) для дистанційної комунікації, відсутність емоційного контакту, необхідність додатково навчати медичних представників, обмеженість охоплення контактами (лише ті, хто надає згоду) та ресурсу (медичних представників).

Слід також зазначити, що «MDM, як професійне агентство, використовує комплекс показників для оцінки ефективності дистанційної комунікації [4]: Share of Voice, Evolution Index, зростання продажу та частки на ринку, конверсії та якісні показники. З мінусів — затвердження до-

говірних документів може бути довготривалим, контроль за деталями дистанційної комунікації з боку замовника потребує додаткових зусиль [4]. Також наголошується на тому, що варто використовувати кілька каналів комунікації заради того, щоб уникнути перевантаження.

Комунікації всередині організації

Багато українських компаній професійно дають собі раду з цим викликом. Наприклад, у металургійному холдингу «Метінвест» запустили окремий випуск корпоративного видання під назвою «Територія здоров'я» [5]. Він повністю присвячений інформуванню про ситуацію, про правила поведінки в часи пандемії, роз'ясненню нових правил, умов роботи під час карантину, новим політикам і процедурам, а також підтриманню морального духу в компанії.

У компанії «SoftServe» на внутрішньому порталі створили окремий канал, де допомагають організувати роботу з дому: наприклад, пояснюють, як забрати обладнання, як працюють страхові компанії. CEO компанії щотижня записує відео, де розповідає про фінансовий стан компанії, ухвалені рішення [5].

Згідно зі звітом Covid-19 Leadership Communication Research серед працівників американських компаній три основні чинники є критично важливими сьогодні для успішної комунікації лідера із працівниками:

- 1) будьте зрозумілими й послідовними у своїй комунікації;
- 2) чітко визнавайте, що вам відомо, а що ні;
- 3) будьте доступними для запитань і зворотного зв'язку.

Новий ренесанс у зв'язку переживають такі канали розсилок, як Viber, смс, месенджери на зразок Slack: дорога кожна хвилина [5].

Діджиталізоване робоче місце руйнує комунікаційні бар'єри, дозволяючи змінити досвід співробітників, позитивно впливає на ефективність та інновації. Наприклад, у фінансовій сфері цифрове робоче місце дозволяє створювати канали для співробітників, де публікуються сучасні проблеми, з якими стикаються їх клієнти. Таким чином, вони можуть завчасно підготуватися до їх вирішення, якщо певна проблема розглядатиметься на зустрічі [3].

Також, цифрове робоче місце може значно спростити роботу в державній сфері. Співробітники мають працювати з великою кількістю документів і законів. Дуже важко з орієнтуватися та знайти правильну папку за короткий час. Тому в умовах діджиталізації відкривається можливість створення бази даних, де будуть розміщені всі необхідні файли з інформацією. Таким чином, співробітникам організації не треба витрачати час на пошуки необхідного документа в архівах і багаторазового їх перечитування [3].

Не менш важливою є діджиталізація й у сфері медицини. Яскравим прикладом можуть стати медичні карти пацієнтів, які необхідно самотійно приносити лікарю, і він у свою чергу має її віднести до реєстратури. Сучасні лікарні практикують досвід цифрових медичних карток, де вся інформація про пацієнта та його хвороби і їх лікування знаходиться в електронній медичній картці. Спеціалісти різних напрямків можуть у будь-який час змінити інформацію, передивися історію свого пацієнта та швидко назначити йому лікування [3].

Висновки. Пандемія сильно вплинула на зміни в комунікації як усередині компаній, так і поза їх межами. Точність і достовірність — найважливіші інструменти, які мають супроводжувати даний процес. Досвід компаній підтверджує: для того, щоб організація активно функціонувала, потрібно створювати атмосферу спокою, довіри та повної інформованості співробітників про всі процеси, які відбуваються.

Зраз в умовах пандемії як ніколи посилена необхідність у онлайн-комунікаціях, які, в свою чергу, потребують нових правил і технологій. Комунікації варто організовувати за напрямками — із клієнтами та всередині організації. У комунікаціях з клієнтами ключовим є своєчасність зворотного зв'язку, повна відкритість і правдивість. Клієнту важливо вчасно отримати якісну інформацію, і для цього співробітникам варто використовувати месенджери. Щодо комунікацій всередині організації, залежно від сфери її розвитку, необхідно мати навички користування сучасними технологіями, їх створення та організації навчання працівників щодо їх використання. Організації необхідний час на адаптацію до змін у комунікаціях, але водночас компанії завдяки діджиталізації отримають вищу ефективність управління.

Література:

1. Сфера послуг і карантин: що змінилося для малого бізнесу / Стаття «Радіо свобода» [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/sfera-posluh-i-karantyn/30500236.html>
2. Щербина О.В. Менеджмент. Презентаційний курс : навчальний посібник / О.В. Щербина ; Держ. вищ. навч. заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». — К. : КНЕУ, 2012. — 182с.

3. Компанія «Deloitte» // «The digital workplace: think, share, do. Transform your employee experience» — 7 с.

4. Робота «Field Force» в умовах пандемії: революційний ривок у digital... а що далі? / Головна стаття сайту [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/554704>

5. Журнал для управлінців «Executives». Внутрішні комунікації: як бути «точкою опори» для працівників у морі невизначеності [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://executives.com.ua/vnutrishni-komunikatsii-yak-butuy-tochkoiu-opory-dlia-pratsivnykiv-u-mori-nevyznachenosti/>

Давиденко Д.В.

*«Менеджмент бізнес-організацій», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Голіонко Н.В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСУ КОНТРОЛЮВАННЯ В КОМПАНІЯХ

Актуальність. Контрольна функція з кожним роком стає все складнішою та важливішою для компаній. З настанням карантинних обмежень світ дещо змінився та сучасні компанії мали підлаштовуватись під умови, які створилися. Організації почали використовувати новітні технології та інструменти для ефективного контролювання роботи. Важливим кроком був перехід в онлайн-режим. Це дало змогу здійснювати контроль на відстані та вносити корективи на відповідних етапах роботи.

Мета. Визначення характеристик і сучасних особливостей контролювання в організації та сучасні підходи до реалізації такої функції в умовах цифрових трансформацій.

Визначення проблеми. Більшість компаній не витримало сучасних змін у зв'язку з COVID-19 і зупинили свою діяльність. Адже підлаштовуватись під створені умови стало складніше. Інші компанії мали використовувати такі методи контролю на відстані, які були би відповідними до ефективності контролювання офлайн. Тому для ефективної роботи компаній важливу роль відіграє правильне розуміння змін та особливостей застосування функції контролю.

Результати дослідження. Контроль є багатозначним поняттям, тому вчені висвітлюють його по-різному. Р.І. Криницький трактує контроль «як процес спостереження і перевірки виробничої і фінансово-господарської діяльності підприємств, здійснюваний відповідними суб'єктами управління з метою виявлення відхилень від встановлених параметрів цієї діяльності, усунення та попередження негативних явищ і тенденцій» [1]. О.В. Щербина визначає, що «контроль — процес забезпечення досягнення цілей організації шляхом постійного спостереження за її діяльністю та усунення відхилень, які при цьому виникають» [2]. В.А. Дерій висвітлює дану функцію як «близькі за значенням до слова «контроль» є слова «спостереження», «перевірка», «нагляд», «дослідження», «моніторинг», «огляд», «відображення», «порівняння»» [3]. У свою чергу, ми визначили, що функція контролю — важлива функція менеджменту, за допомогою якої керівник слідкує за процесом роботи, виконанням завдань і може вносити свої корективи на відповідному етапі, а підлеглі-чітко розуміють поставлені завдання та виконують їх.

Отже, деякі вчені вважають, що контроль постійний і безперервний процес, що реалізується протягом усієї діяльності компанії, а інші — що він обмежений і здійснюється на завершальній фазі її діяльності. Всі визначення контролю вченими з їх точки зору правильні, адже суть залишається однаковою.

За формою виконання усі види контролю є схожими, тому що мають одну ціль: фактичні результати мають бути доцільно відповідними до запланованих. Види контролю відрізняються насамперед за часовою періодичністю їх здійснення: попередній контроль, поточний і заключний.

В сучасних умовах найважливішим етапом є саме поточний контроль. Звісно, спочатку обговорюється та складається план по виконанню проєкту, а в кінці виконаної роботи перевіряється якість та отриманий результат. Але сучасний бізнес і новітні технології дають змогу контролювати процеси на постійній основі. Для цього застосовується фотозвітність, онлайн-конференції або спілкування в режимі відеозв'язку. Це дає змогу відразу виявити відхилення від зазначеного плану та відразу усунути їх.

Також контроль має бути гнучким і швидко адаптуватися до значних відхилень. Саме простота контролювання є гарантією ефективності в певних ситуаціях. В момент роботи вся сукупність засобів контролювання поділяється на три основні групи: фінансовий контроль, операційний контроль і контроль поведінки робітників [2].

Фінансовий контроль передбачає: оцінку платоспроможності компанії, її економічну стабільність, оцінку ефективності застосування компанією свого потенціалу, рівня доходності та визначення, наскільки організація може забезпечити фінансування за рахунок позик.

До операційного контролю можна віднести: графік Ганта, методи оцінки та перегляду планів, методи контролю якості, метод критичного шляху тощо [4].

Контроль поведінки працівників — останній і важливий інструмент моніторингу для компанії. До нього входять: прямий і непрямий управлінський контроль, стандарти діяльності працівників і вимірювання фактичного виконання роботи.

На сьогоднішній день, компанії застосовують новітні технології, методи та інструменти для ефективного контролювання. Напопулярнішими інструментами внутрішнього контролю є: онлайн-зустрічі, фотозвітність, бесіда, письмовий або усний звіт про виконані завдання. Окрім внутрішнього контролю, компанії звертаються до зовнішнього контролю, де беруть участь сторонні експерти, які можуть краще оцінити ситуацію. До нього відносять програму «Таємний покупець» або скринька відгуків.

Для контролінгу персоналу розроблено інструменти для контролю на відстані, які є надзвичайно доречними та популярними під час локдауну. А саме: GPS-трекінг для моніторингу виїзного персоналу, відеоспостереження (відкрите або приховане), картка зі спеціальним чіпом при вході та звітність у CRM-системі [5].

Прикладом застосування сучасних підходів до процесу контролювання є компанія «Unilever». Виведення корпорації на світовий рівень та досягнення високих результатів було би неможливим без наполегливості, високої професійності та високого рівня культури взаємовідносин між керівниками та підлеглими. Також досягнення значних результатів було б неможливе без осучаснення функцій контролю.

Через пандемію та введення локдауну в країні, керівники не мають змоги на бесіду чи зустріч для обговорення планів і цілей. Тому компанія перейшла на онлайн-формат зустрічей. У корпорації почали все більше віддавати перевагу сучасним інструментам контролю. Тож моніторинг відбувається протягом усієї роботи: зранку і до вечора.

Кожен ранок проходить онлайн-конференція серед представників керівної ланки компанії, на якій проговорюються цілі та задачі на поточний день, наявність певних товарів на складі, заборгованості замовників, акційні товари та можливі нові заключення договорів.

Між керівником і підлеглими обговорюється кількість поставок, час прийняття товару, фотозвітність виконаної роботи з торгових точок і планування кількості проданої продукції. У процесі робочого дня, робітники мають тримати зв'язок зі своїм керівництвом, щоб усувати виникаючі нагальні питання.

Кожен мерчендайзер і торговий представник оснащений планшетом, в який вмонтовано GPS-трекінг. Він дає змогу продивлятися місцезнаходження робітника, оцінювати поточну роботу та виконання чи відхилення від ранкового плану. В свою чергу, керівній ланці видається службовий автомобіль, в який також вмонтований GPS. У даному випадку, він дає змогу контролювати витрачання палива та місцезнаходження.

У кінці робочого дня проводиться чергова онлайн-конференція, під час якої обговорюють плани: недовиконані чи перевиконані, кількість асортименту, наповненість полиць і договори, якщо були підписні, та загалом аналіз усього робочого дня.

Якщо брати до уваги фінансовий контроль, то відповідальність несе фінансовий менеджер компанії. Найголовнішою проблемою у його роботі є дебіторська заборгованість. Якщо присутня прострочена заборгованість у замовника, то менеджер телефонує клієнту та робить перевірку: яка причина не сплати даних грошових коштів.

Двічі на рік працівники проходять атестацію, яка дає змогу чітко оцінити рівень працівника та його кваліфікованість. Якщо оцінка незадовільна, то робітникам пропонують пройти курси або відвідати тренінги для підвищення рівня його компетентності.

Моніторингу в компанії не занадто багато та не замало, що є гарним показником. Робітники мають конкретні плани або завдання для виконання. Але в той же час, вони не бояться помилитися чи запропонувати свої пропозиції для покращення роботи. Якщо трапляється проблема зі здійсненою задачею, то відповідальність несе не тільки виконавець, але й керівник, який не усунув дану проблему. Через це в колективі формується гарна атмосфера та підвищується рівень довіри.

Висновок. Своєчасність — важлива складова ефективного управлінського контролю. Сучасні підходи до контролювання стають незамінними в роботі компаній, адже завдяки ним, кожен керівник може спостерігати за роботою виконавців, швидко реагувати на зміни або відхилення та усувати їх на відповідному етапі. Також це дає змогу планувати та прогнозувати роботу на майбутнє опираючись на попередні результати.

Література:

1. Криницький Р.И. Контроль и ревизия в условиях автоматизации бухгалтерского учета: [Учебное пособие] / Р.И. Криницький — М.: Финансы и статистика, 1990. — 120 с.
2. Щербина О. В. Менеджмент. Презентаційний курс : навчальний посібник / О.В. Щербина ; Держ. вищ. навч. заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». — К. : КНЕУ, 2011. — 228 с.
3. Дерій В.А. Поняття і значення економічного контролю для мінімізації витрат та максимізації доходів підприємств / В.А. Дерій // Бухгалтерський облік і аудит. — 2011. — № 2. — С. 48–56.
4. Студалл.Орг. Менеджмент: сайт. URL: <https://studall.org/all-34546.html>
5. Calltouch. Компанія: сайт. URL: <https://blog.calltouch.ru/kontrol-za-rabotoj-sotrudnikov-metody-i-organizatsiya-kontrolya-za-deyatelnostyu-personala/>

Домачук Є.В.

*«Менеджмент бізнес-організацій», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Голіонко Н.В.

ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Актуальність. У часи лібералізації політики, зменшення кількості ієрархічних компаній і перехід багатьох підприємств до системи прийняття рішень “top-down” усе більше й більше зазначається важливість емоційного інтелекту. Чим більше є комунікації, а у часи розвитку інформаційних технологій їх як ніколи багато, тим значущість EI (emotional intelligence) збільшується. І це проявляється у кожній сфері бізнесу, в кожному кабінеті, офісі чи бізнес-центрі.

Керівник одного каліфорнійського біотехнологічного стартапу перераховував, що саме робить його організацію найпередовішою: як приклад він зазначав відсутність власних кабінетів, в компанії назви посад не мають значення, співробітники працюють у кросфункціональних командах, повсюди відчувається запал креативу та зазвичай установлений сімдесяти- та вісімдесятигодинний робочий тиждень. На питання, у чому все ж підступ, керівник відповів, що його немає. Після розмови з працівниками було виявлено, що високі темпи роботи спричиняють вигорання, позбавляють особистого життя. І хоча усі могли зв'язатися будь з ким через комп'ютер, людям страшенно бракувало зв'язку, спільності, відкритого спілкування [1].

Постановка проблеми. На жаль, у наш час не всі компанії розуміють вплив емоційного інтелекту на прийняття управлінських рішень, тому вони допускаються багатьох помилок, через які страждає персонал, знижується продуктивність, продажі, немає налагодженої атмосфери в колективі. Як результат, компанії потребують від управлінців вищого рівня емоційного інтелекту, від персоналу більшої самомотивації, від менеджера проекту (РМ) більшої емпатії, при цьому підприємства самі цього не розуміють і шукають проблему в іншому.

І це проблеми не тільки компаній, а й працівників особисто. Коли організації зменшуються під час хвиль скорочення, ті, хто залишається, мають більшу відповідальність і значнішу видимість. Якщо раніше працівник середньої ланки міг спокійно приховати свій вибуховий темперамент або несміливість, то тепер такі компетенції, як здатність упоратися зі своїми емоціями, успішно проводити зустрічі, працювати в команді й виявляти лідерські якості, добре видимі та неабияк потрібні.

Результати дослідження. У роботі розглянуто та проаналізовано переваги та недоліки емоційного інтелекту в прийнятті управлінських рішень і проведено дослідження серед студентів різних українських університетів та спеціальностей на тему «Ваше ставлення до важливості емоційного інтелекту» [2].

Розпочати потрібно з того, яку роль EI приділяють студенти, оскільки їх розуміння важливості вказує на перспективу розвитку емоційного рівня підприємств у країні. Студентів, які навчаються за економічною спеціальністю, — 85. З них по 19 вказали важливість у межах 41–60 % та 81–99 %, а 27 студентів, відповідно, — 61–80 %, ще 8 студентів вказали 100 % важливості, інші менше 40 %. Оцінюючи наведені дані, усі студенти, які зараз зазначають рівень можливості менше 60 % чи недостатньо розуміють значення EI в управлінні, чи не знають з якими проблемами можуть зіштовхнутись не приділяючи достатньо уваги даному критерію.

У студентів КНЕУ імені Вадима Гетьмана (79 осіб) лише 41 студент зазначив важливість більше 61 %, що є тільки половиною від усіх інших значень. Як висновок, варто додати, що нав-

чальним закладам, починаючи з дитсадків і закінчуючи університетами, в Україні сьогодні потрібно більше уваги приділяти розвитку емоційного інтелекту, оскільки це незабаром принесе позитивні наслідки не тільки в бізнесі, а й в особистому житті кожного.

Коли управлінець підвищує рівень EQ і поєднує інтуїтивне та раціональне мислення, процес ухвалення правильних рішень займає не так багато часу, бо емоції насправді — найефективніший індикатор під час ухвалення рішень. Той керівник або власник бізнесу, який використовує EQ, може швидше й ефективніше ухвалювати рішення. Не втрачаючи можливостей, він знаходить нові шляхи або альтернативи для зростання компанії, долаючи при цьому невизначеність чи невдоволення [3]. Емоційний інтелект і когнітивні здібності навзаєм посилюють одне одного; найкращі управлінці мають обидві названі характеристики. Що вища ланка менеджменту, то більше зважають на емоційний інтелект її очільника.

Також, студентами в соціальному дослідженні було задане таке питання «Чудовий управлінець МАЄ володіти емоційним інтелектом на вищому рівні?» [2]. І тут беззаперечно майже всі відповіли про високу важливість, 62,1 % зазначили, що це важливо; 30,4 %, що це найважливіша якість, яка має бути присутня в управлінці; інші 7,5 % зазначили про низьку важливість чи про її відсутність. Тобто, сучасне студентське покоління визнає важливість EI на рівні менеджменту, що покращує перспективу розвитку цієї сфери, оскільки високий рівень емоційного інтелекту управлінця буде успішно покращувати рівень EQ працівників.

Висновки. EI практично не має негативних наслідків на прийняття управлінських рішень. Вміння керувати своїми почуттями дає можливість ретельно й безпомилково вирішити поставлену проблему. Одночасно, рівень впливу емоційного інтелекту є неосяжним, менеджер з високим рівнем EI завжди зможе знайти вихід з будь-якої ситуації та чудово ладнати з оточуючими працівниками та підлеглими. Також, було визначено, що сучасна молодь ще недостатньо уваги приділяє такому важливому показнику, як EI, незалежно від обраної спеціальності. Емоційний інтелект за даними експертів відіграє провідну роль у 97 % професій. Тому варто розвивати таку компетенцію у всіх без виключення людей.

Література:

1. Емоційний інтелект у бізнесі / Деніел Гоулман; пер. З англ. Ю Шекет. — Х. : Віват, 2021. — 528 с. — (Серія «Бізнес», ISBN 978-966-942-862-2)
2. Домачук Є.В., Соціальне дослідження на тему «Ваше ставлення до важливості емоційного інтелекту»/ Є.В. Домачук. — Google Forms [Електронний ресурс]. — 2021. — [Режим доступу до ресурсу](#)
3. Goleman, D. Emotional Intelligence / Daniel Goleman. — New York: Bantam Books, 2006. — 360 p.
4. Mayer JD, Salovey P, Caruso DR, Sitarenios G (September 2001). «Emotional intelligence as a standard intelligence». *Emotion*. 1 (3): 232–42.
5. Валерія Козлова. «Технологія EQ-Boost. Як використовувати емоційний інтелект у бізнесі та у житті. [Текст] : Валерія Козлова. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. — 176 с.

Пінчук А.С.

*«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри менеджменту Батенко Л.П.

ОЦІНКА ЗРІЛОСТІ ПРОЄКТНОГО УПРАВЛІННЯ В БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ

Вступ. В умовах ринкової економіки ресторанний бізнес знаходиться у важких і жорстких конкурентних умовах. Це зумовлено як зростанням кількості конкурентів, які запроваджують проєктне управління, так і впливом соціально-економічних процесів. Наразі його розвиток для вітчизняних підприємств є проблемним, оскільки організаціям важко ідентифікувати свої позиції та виявити приналежність до певних моделей розвитку проєктного управління через свою необізнаність у цій сфері. Але правильна траєкторія розвитку бізнес-організації може значно підвищити ефективність проєктної діяльності, виявити ті ресурси, які призведуть до зростання результативності та ефективності, і таким чином сприяти можливості підвищення конкурентоспроможності компанії, чого прагне більшість підприємств. Управління проєктами є доволі актуальним, оскільки нині в нашій країні формуються всі умови для поширеного використання різних методологій

та моделей управління проектами та більшість з них потребують детального вивчення та дослідження.

Метою дослідження є здійснити оцінку ступеня зрілості проектного управління у ТОВ «ЛІНАРДІ» та надати рекомендації щодо його підвищення в організації.

Методи дослідження. Для досягнення завдань, поставлених у роботі, було використано загально-наукові методи: інтерпретація (визначення змісту економічних понять, узагальнення теоретичних положень і формування проміжних і кінцевих висновків); аргументація; спостереження (анкетування працівників ТОВ «ЛІНАРДІ» з метою дослідження зрілості проектного управління), вимірювання (визначення статистичних показників у ході здійснення оцінки зрілості компанії, узагальнення (оцінка результатів запропонованих заходів удосконалення системи проектного управління у ТОВ «ЛІНАРДІ»))

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанню оцінки зрілості проектного управління підприємств було присвячено багато праць вітчизняних і зарубіжних учених. Кожен з них вніс свій вклад у розвиток проектного управління, який з часом був застосований у практиці управління проектами таких відомих компаній, як: Hewlett Packard, AT&T, IBM, Boeing, GM та ін. Їх результати впровадження показують, що процеси управління вдосконалюються та мають ефективні результати.

Проте тенденції поволі змінюються і час не стоїть, а це зумовлює до дослідження та появи нових моделей, які охоплюють ще більше аспектів, мають спрощеніший характер, проте є не менш результативними.

Результати дослідження. Для оцінки зрілості проектного управління було обрано ТОВ «ЛІНАРДІ» — це мережа ресторанів «MAFIA», яка налічує 27 ресторанів. Основним видом діяльності компанії є надання послуг харчування. Підприємство веде активну проектну діяльність і займається франчайзингом. Щоб оцінити рівень проектного управління, було обрано модель зрілості проектного управління Батенко Л.П. та Складарової В., тому що вона відображає ключові аспекти проектного управління, що мають бути в полі зору керівництва, з метою забезпечення його ефективності і результативності, позитивного впливу на конкурентоспроможність компанії [1]. Модель передбачає оцінювання зрілості проектного управління для малих і середніх підприємств на основі чотирьох груп показників: організаційні, методологічні, ресурсного забезпечення та результативності проектів. Оцінювання проводиться за допомогою оцінювання співробітників компанії за допомогою анкети, що складається з 24 питань, розподілених відповідно до зазначених вище складових. На основі опитування працівників компанії було отримано такі результати (рис. 1).

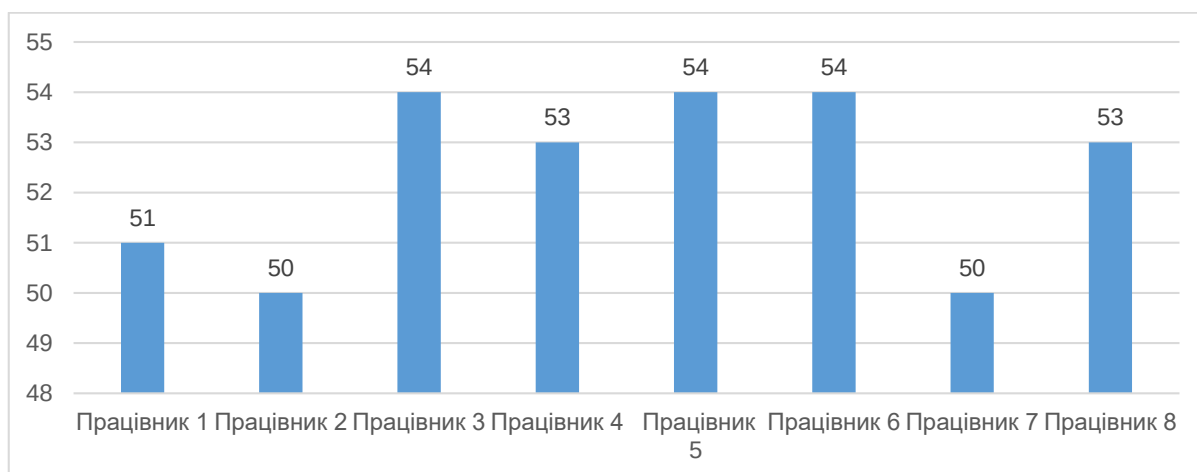


Рис. 1. Результати проведеного анкетування у ТОВ «ЛІНАРДІ»

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Отримані результати свідчать, що всі опитані співробітники мають схожі думки щодо стану проектного управління у компанії. Для висвітлення ситуації по кожній групі показників розподілимо отримані бали:

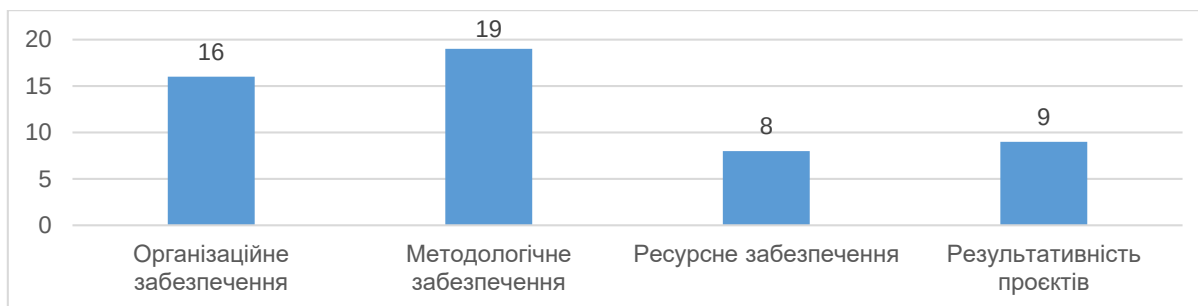


Рис. 2. Середні бали за окремими групами показників анкетування працівників компанії

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Очевидно, що найбільше балів припало на другу групу показників — методологічне забезпечення. У компанії присутня вся регламентуюча документація, проте компанія не використовує її на повну, через що має проблеми в проєктному управлінні, які відображаються у результатах по інших групах. Найістотніше на управління проєктами у компанії впливають ресурси, зокрема людські, яких не вистачає. Перед тим, як встановити рівень зрілості ТОВ «ЛІНАРДІ», розрахуємо коефіцієнт варіації, який покаже, чи були розрахунки точними:

Таблиця 1

РОЗРАХУНКИ СТАТИСТИЧНОЇ ДОСТОВІРНОСТІ РЕЗУЛЬТАТІВ АНКЕТУВАННЯ

№ п/п	X_i	$X_i - X_{\text{сер}}$	$(X_i - X_{\text{сер}})^2$	$1/n * (X_i - X_{\text{сер}})^2$	$\sigma(X)$	$D(X)$	$CV(X)$
1	51	-2	4	0,5	1,7677	3,125	0,0334
2	50	-3	9	1,125			
3	54	1	1	0,125			
4	53	0	0	0			
5	54	1	1	0,125			
6	54	1	1	0,125			
7	50	-3	9	1,125			
8	53	0	0	0			
$X_{\text{сер}}$	53	0	0	3,125			

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Середнє значення балів становить 53, що свідчить про входження до діапазону [40–63] балів, який відноситься до меж 2-го рівня — рівня становлення [1]. А визначений коефіцієнт варіації менше 10 %, що свідчить про високу точність результатів.

Визначений «рівень становлення» дає нам зрозуміти, що у компанії існує низка проблем, які заважають досягти кращих результатів. Аби компанія перейшла з рівня становлення на вищий — на рівень усталеного розвитку, їй варто врахувати даний аналіз і зосередитись на проблемах, які вона має, а також шукати шляхи їх вирішення.

ТОВ «ЛІНАРДІ» потребує змін у проєктному управлінні, які б дозволили уникнути проблем з ресурсним забезпеченням, що зумовлює інші проблеми. Задля зменшення завантаження працівників, аби не витратити час на певні завдання, їх можна оформити в спеціальному програмному забезпеченні, яке зекономить час. Доцільно було б найняти спеціалістів з проєктного менеджменту, які змогли б ліквідувати нестачу людського ресурсу та налагодити процеси у проєктному управлінні компанії.

Література:

1. Батенко Л. Модель зрелості управління проєктами / Людмила Батенко, Вікторія Склірова // Pravo, Ekonomija i Menadžment u Savremenim Uslovima, LEMiMA 2019 : zbornik radova Šesta međunarodna konferencija : u 2 kn. / Univerzitet „Union — Nikola Tesla”, Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd, Fakultet za informacione tehnologije i inženjerstvo, Beograd ; urednik: Života Radosavljević. — Beograd, Srbija, 2019. — Kn. I. — С. 109–122.

2. Батенко Л.П., Завгородніх О.А., Ліщинська В.В. Управління проектами: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 231 с.

3. Старченко Г.В. Управління проектами: теорія та практика : навч. посіб. / Г.В. Старченко. — Чернігів : видавець Брагинець О.В., 2018. — 306 с.

Удочкін М.В.,
«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Голіонко Н.Г.,

РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО БРЕНДУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Активізація цифрового маркетингу стала передумовою виникнення та розвитку цифрового брендингу. Слід зазначити, що інтерактивність життя споживачів в Інтернет формується завдяки збільшенню кількості користувачів у мережі та збільшення того загального часу, який витрачають користувачі на функціонування та перебування у даній екосистемі. Кількість персональних гаджетів, які їх власники використовують у «нон-стоп» режимі, призводить до того, що фахівці із бренд-менеджменту мають ще більшу кількість способів комунікації із своєю цільовою аудиторією в інтерактивному режимі.

Так, цілком логічним є те, що всі існуючі концепції розробки та впровадження бренду в бізнес-організації можна застосовувати, користуючись можливостями, які надають нам цифрові пристрої.

Процеси трансформації цифрового маркетингу у цифровий брендинг наразі викликають усе більшу і більшу увагу дослідників.

З розрахунку на глобальні тенденції розвитку Інтернет-середовища для ведення бізнесу та цифрового брендингу, зокрема, які визначаються у періодичній науковій літературі та щорічних матеріалах з дослідження розвитку інтерактивного середовища та тенденцій розвитку цифрового брендингу [1–2], наразі відбувається процес становлення цифрового брендингу, який з плінністю часу буде лише посилюватись і привертати до себе ще більшу увагу.

Фахівець з брендингу та дослідник К. Клепінджер зазначає [3], що поняття цифрового бренду насамперед має зв'язок із загальним комплексом маркетингової діяльності підприємства, однак термін «персональний цифровий бренд», якому раніше присвоїли популяризацію окремої особистості, із розвитком соціальних медіа у вигляді блогів Facebook, Twitter та Instagram, набув зовсім іншого значення.

Питаннями розвитку теорії щодо «digital branding» та її інтеграції у практичну діяльність займається певна когорта вчених і практиків, таких як Ш. Беннет, Г. Остхолтофф, К. Клепінджер, К. Вілсон, К. Уоллес, Д. Пратик, Р. Кей Грін та інші. Поняття цифрового формування ідентичності бренду набуває все більшого значення з того часу, як цифрові комунікації стали соціальними. Для фахівців уже просто немає вибору, використовувати або не використовувати цифрові засоби комунікації, вибір у тому, що варто активно управляти іміджем за рахунок використання соціальних медіа.

У наш час є стійке розуміння того, як саме відбувається процес об'єднання технологій задля створення унікального контенту, аналізу джерел трафіку і побудови відносин, які слугують факторами успіху для збільшення трудового, виробничого і фінансового потенціалу на підприємстві.

Слід розуміти, що в наш час надсучасні технології об'єднуються, створюючи все більше можливостей для того, щоб зайняти нішу певним підприємством у конкурентному середовищі та створювати автентичний контент, аналізуючи джерела трафіку і побудову відносин, які сприяють можливостям до зростання [3].

З цього випливає, що слід не тільки розвивати та поновлювати політики ведення бізнесу в Інтернеті, а й створювати історію бренду — стратегію розробки бренду, що відмінна від традиційної демонстрації новин компанії в Інтернеті.

Цей підхід не передбачає пізнавальний чи розважальний контент. Історія бренду несе в собі комунікативну стратегію з набуття нових прихильників, включаючи в себе складник бренд-стратегії. Тобто замість того, щоб розглядати дану цифрову комунікацію у вигляді управління маркетинговою діяльністю, пропонуємо будувати більш інтегровані процеси планування бізнесу та бренд-стратегії компанії.

Пропонуємо внести зміни до безпосередньої конструкції «компанія — споживачі — товар — бренд» [2]. І акцентувати увагу на ланцюгу «бренд — споживачі — товар — компанія».

Саме те, що даний зв'язок починається з бренда, і формує його цифрову історію. Вона концентрується на створенні бренд-міфу для компанії з орієнтиром на те, що формування цієї історії

визначає той період, коли бренд перейшов із стану об'єкта до стану суб'єкта у взаємовідносинах із клієнтом. Можна сказати, що з точки зору бренд-менеджменту цифровий бренд набуває людського образу, що, в свою чергу, виражається у інтерактивнішому спілкуванні на етапі «бренд — споживач».

Відповідно до того, як зазначається у [4], процес історії бренда також тісно пов'язаний із відстеженням в Інтернеті у відповідності до поведінки споживача, за географічними або демографічними показниками.

Дотримуючись класичного ланцюга побудови комунікацій у плануванні бренд-стратегії «бренд-споживач», між його елементами знаходяться проміжні складники, такі як: компанія, продавці та роздрібні мережі. Всі ці суб'єкти мають можливість впливати на загальне уявлення споживача про бренд, оскільки кожна з цих складових може вносити певні свої зміни під час операційної діяльності, що з мінімальною похибкою відрізнятиметься від загального уявлення про бренд, передбаченого менеджментом компанії.

Тому в епоху цифрового брендингу всі ці елементи усуваються за допомогою виходу бренду на рівень прямої взаємодії із клієнтами. Бізнес-процеси задля ефективного управління брендом в організації скорочують число посередників до нової моделі «бренд-клієнт».

Таким чином відбувається процес диверсифікації способу постачання повідомлення кожному конкретному лідові (тобто потенційному клієнтові).

Тоді дотичними точками у взаємозв'язку бренда з клієнтом стають цифрові канали комунікації.

Розробка діджитал-бренда задля високої його ефективності повинна відбуватися на основі центрованої системи медіа-планування, в рамках якої визначається загальна бренд-стратегія в цифровому середовищі з огляду на розвиток цифрового бренда.

У такому випадку компаніям слід використовувати дані клієнтів, які задовольнятимуть їх потреби та сприятимуть розумінню бажань споживача. Тобто, знаючи те, що певна клієнтська база проводить достатню кількість часу в соціальних мережах, вибудувавши цифрову історію та розуміючи шляхи пересування клієнта сторінками мережі, необхідно певним чином вимірювати його цифрову поведінку.

Таким чином, дізнавшись, де знаходиться клієнт, як привернути його увагу, сконструювавши канали компанії, які викликають довіру, слід відтворити «голос» бренду — центр взаємодії компанії із споживачем, який формується на запитах конкретної аудиторії при пошуку в Інтернеті чи у соціальних мережах.

Це означає, що цифровий зміст бренда збирає якомога більше відгуків та інформації задля того, щоб відповісти на запитання споживача: «Чому?». Чому саме цей бренд повинен привернути його увагу, як ліда (потенційного клієнта), і у цей самий момент цифровий бренд виступає у якості показника, який визначає системні та комплексні бренд-стратегії для інтегрування цифрового бренду у обернено пропорційну залежність «бренд-клієнт» і «клієнт-бренд».

Отже, дане дослідження в якості пропозиції посилення бренд-менеджменту в українському бізнес-середовищі є доцільним до використання при розробці та формуванні цілісної системи управління цифровим брендом, яке включає в себе класичну теорію бренд-менеджменту та сучасні тенденції розвитку та просування бренду компанії за допомогою Інтернет-технологій і соціальних мереж у розрахунок на те, що основною цільовою аудиторією компанії є користувачі глобальної мережі.

Слід зазначити, що даний підхід до управління брендом бізнес-організації оснований на поєднанні класичної теорії та сучасної практики, які наразі і формують саму концепцію бренда у сучасному світі через розробку та побудову ефективного бренд-менеджменту на підприємстві, соціальний і інтернет-маркетинг, систему взаємодії клієнта із брендом.

Завдяки побудові історії бренда, комунікаційні процеси систематизовано доповнюють переваги використання цифрового середовища в плані розробки бренда. Тобто центром цих взаємодій стає безпосередньо «голос» бренду, побудову якого слід здійснювати за рахунок контрольних точок, які сприяють підвищенню довіри до бренду із боку споживачів, виводячи механізм цифрового бренда компанії на якісно вищий рівень.

Література:

1. Bennet, Sh. 10 Digital Branding Trends for 2015. URL: <http://www.adweek.com/digital/digital-branding-trends/>
2. Borenstein, G. 10 digital branding and marketing trends to watch for in 2016 / G. Borenstein // URL: https://www.prdaily.com/Main/Articles/10_digital_branding_and_marketing_trends_to_watch_19830.aspx.
3. Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding. URL: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.
4. What is Digital Branding? URL: <https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/what-is-digital-branding>.

Гаврилов І.С.

*«Публічне управління та адміністрування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки
та публічного управління Ємельяненко Л.М.*

ПРОФІЛЬ УКРАЇНИ У ВИМІРІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНДЕКСІВ В КОНТЕКСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

Вступ. Сьогодення свідчить про те, що найактуальнішими проблемами світового співтовариства, як економічно розвинутих країн, так і тих, що розвиваються, є такі спільні проблеми: бідність, екологічні проблеми, пандемії, демографічні проблеми, продовольчі кризи, посилення нерівності тощо. Яскравим з цього приводу є факт, який у своєму звіті за 2018 рік наводить Oxfam International, що 1 % найбагатших людей у світі отримує 82 % світового багатства [1, с. 3]. Нерівність пронизує світ в усіх компонентах життєдіяльності та розвитку людини, одним із таких компонентів є цифрові технології. За оцінками ITU, на кінець 2019 року Інтернетом користується трохи більше 51 % світового населення, або 4 млрд чоловік [2]. Перелік фактів, що підтверджують поглиблення нерівності в світі, можна й далі, проте варто констатувати, що настав час економічно розвинутих країн і таким, що розвиваються, як то Україна, переорієнтовувати соціо-еколого-економічні системи на такі, що спрямовані на зростання, орієнтованого на доходи всіх громадян, економіку, орієнтовану на зайнятість для всіх верст і груп населення з домінуванням на ринку праці висококваліфікованих робочих місць, інноваційного зростання, орієнтованого на добробут усього населення, а також чесної конкуренції для всіх суб'єктів господарювання. Для цього потрібно переглянути підходи щодо спільного співіснування та приєднатися до концепції інклюзивного розвитку, яка на сьогодні є однією із домінуючих стратегічних орієнтирів розвитку соціо-еколого-економічних систем та має на меті сталий розвиток.

Мета дослідження полягає у виявленні за допомогою глобальних економічних індексів чіткішої картини щодо соціо-еколого-економічного стану українського суспільства в контексті інклюзивного розвитку. Під час дослідження використано методи порівняння та аналізу.

Огляд фахової літератури. Дослідженням компонентів інклюзивного розвитку та ряду інших глобальних економічних індексів займаються такі відомі міжнародні організації, як Світовий банк, що складає звіти щодо легкості ведення бізнесу, Організація Об'єднаних Націй, яка випускає всесвітні доповіді про щастя та людський розвиток, Європейський інститут управління бізнесом, який спільно з іншими організаціями надає аналітичну інформацію щодо інноваційного розвитку, Оксфам тощо.

Результати дослідження. З популяризацією концепції інклюзивного розвитку пов'язана діяльність Всесвітнього економічного форуму, на щорічних зустрічах якого, в Давосі, розглядаються найактуальніші проблеми мирного та паритетного співіснування. До цього ж, у їхньому звіті висвітлюються основні дані щодо інклюзивного розвитку і здійснюється рейтингування країн за Індексом інклюзивного розвитку (далі — IDI). Україна відповідно звіту 2018 року займає в рейтингу 49 місце серед 74 країн, що розвиваються. Здавалося, такі компоненти, що входять до індексу IDI, як доходи GINI та рівень бідності, не повинні викликати занепокоєння, оскільки ці значення характеризуються порівняно низьким рівнем нерівності доходів й бідності: у 2018 році доходи GINI — 26,3 %, а рівень бідності — 0,5 %. Тобто, Індекс Джині за доходами в Україні є одним із найнижчих у світі (25–30 %). Проте, інший компонент індексу IDI, такий як багатство GINI, характеризується високою нерівністю розподілу багатства і становить 90,1 %, що наближує нас до абсолютної нерівності — 100 %. Тобто, українці рівні у своїй бідності, проте нерівні в розподілі багатства. Це означає, що доступ до факторів виробництва має лише певна група населення, яка їх використовує для певних цілей господарювання, а отже, отримання прибутку, але залишається такою ж бідною, як і ті, хто обмежений в доступі до національного багатства. Така ситуація, на наш погляд, може бути зумовлена тим, що доходи отриманні в результаті використання національного багатства не декларуються належним чином і перебувають у тіні відносно офіційної економіки. Якби ніхто не приховував свої доходи, тоді, можливо, нерівність у розподілі доходів була вищою.

Інтерпретувати зміни в соціо-еколого-економічних системах України можна й за допомогою інших глобальних економічних індексів. Згідно табл. 1., Україна піднялася на 41 сходинку в Індексі легкості ведення бізнесу (далі — DBI) протягом 2014–2019 рр. та зайняла в рейтингу 71 місце серед 190 країн. Індекс DBI складається з 10 підіндексів, проте в табл. 1 наводяться найпроблемніші, які стримують можливість піднятися в рейтингу ще вище, а саме: «Легкість підключення до електромереж» — 135 місце серед 190 країн і «Вирішення питань неплатоспроможності» — 145 місце серед 190 країн. Позитивні зміни в індексі DBI демонструють підіндекси «Легкість отримання дозволів на будівництво» — 20 місце, «Легкість отримання кредитів» — 37 місце та «Захищеність прав власності міноритарних інвесторів» — 45 місце із 190.

Таблиця 1

ПРОФІЛЬ УКРАЇНИ У ВИМІРІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНДЕКСІВ*

№	Глобальні індекси	2014	2015	2016	2017	2018	2019
			Місце в рейтингу				
1.	Індекс легкості ведення бізнесу	112	96	83	80	76	71
1.1	Легкість підключення до електромереж	172	185	137	130	128	135
1.2	Вирішення питань неплатоспроможності	162	142	141	150	149	145
2.	Індекс людського розвитку	81	84	-	88	88	74
3.	Індекс щастя	111	123	132	138	133	123
4.	Інноваційний індекс	63	64	56	50	43	47
4.1	Підіндекс «Людський капітал і дослідження»	45	36	40	41	43	51

*Джерело: складено автором на основі: [3–6]

Не менш важливим індексом, що відображає прогрес людського розвитку в контексті довготривалого та гідного життя із доступністю освітніх послуг, є Індекс людського розвитку. Згідно табл. 1 Україна протягом п'яти років покращила свою позицію в рейтингу лише на 7 сходинки й опинилася на 74 місці серед 189 країн.

Для того щоб відобразити стан екосистеми та добробут громадян, які її заселяють, використовують Індекс щастя. Протягом 2014–2019 рр. Україна погіршила своє становище в рейтингу аж на 12 сходинки і зайняла 123 місце серед 153 країн з оцінкою 4,561, що на 2,6 % менше ніж у 2014 році. Найщасливіше, порівняно із роками табл. 1, українці себе почували у 2010–2012 рр. У цей період Україна опинилася на 87 місці з оцінкою 5,057, що на 10,9 % більше ніж у 2019 р.

Підвищити добробут із дотриманням інклюзивного економічного зростання можна завдяки розвитку інновацій і новітніх технологій. Адже інновація означає створити щось нове і продуктивніше. Безсумнівно, інновації можуть знищувати робочі місця і тим саме посилювати безробіття. Але ж інновації, як правило, знищують низькокваліфіковані робочі місця, котрі низько оплачуються. І нерідко інновації можуть не тільки знищувати робочі місця, але й створювати нові, які, як правило, потребують висококваліфікованої робочої праці, що високо оплачується. Крім того, інновації вливають на створення нових галузей економіки, а це в свою чергу означає створення нових робочих місць і нових структурних змін в економіці. З огляду на зазначене, доцільно проаналізувати Інноваційний індекс для України. Згідно табл. 1, протягом 2014–2019 рр. ми покращили своє становище в рейтингу піднявшись на 16 сходинки і опинившись на 47 місці серед 143 країн. Проте, за підіндексом «Людський капітал і дослідження» Україна втратила 6 позицій порівняно з 2014 роком і 8 порівняно з 2018 роком зайнявши 51 місце. Цей результат отриманий через скорочення обсягу витрат на освіту у відсотковому співвідношенні до ВВП і витрат на дослідження і розробки у відсотковому співвідношенні до ВВП.

Висновки і пропозиції. На нашу думку, покращити інклюзивне соціо-еколого-економічне зростання в Україні можна завдяки перерозподілу доходів і багатства, що буде стимулювати внутрішнє споживання і, отже, загальне зростання. Також покращити ситуацію частково можна шляхом формування високорозвинутого людського капіталу, що створить умови для інкорпорованості української економіки в глобальні ланцюжки створення вартості (далі — ГЛСВ) на найвигідніших позиціях. Такими позиціями в ГЛСВ є: інноваційна діяльність, стандартизація, розробка дизайну, проведення НДДКР, маркетинг продукту, брендинг та управління логістикою, оскільки на таких позиціях створюється найбільша додана вартість. Інші позиції ГЛСВ — безпосередньо виробництво та комплектація, як правило, створюють найменшу додану вартість і слу-

гують сировиною. Проте, навіть зайнявши ці не вигідні позиції в ГЛСВ можна отримати економічні вигоди. Приміром, Китай приймає участь у ГЛСВ продукту iPhone і відповідає за його фінальну комплектацію. Здавалося би, займає не вигідну позицію, але завдяки розвинутому виробничому сектору економіки та наявності відповідного людського капіталу їм вдається інтегрувати досвід отриманий від глобальних ТНК у розвиток власної економіки. Таким чином зростання в Китаї відбувається за рахунок технологічної конвергенції, тобто об'єднання двох різних технологій у нову. В Україні досить висока загальна якість трудових ресурсів, їхня здатність до швидкого навчання, що дозволяє нам інкорпоруватися до ГЛСВ і тим самим взяти участь в міжнародному виробництві, що позитивно вплине на людський капітал, оскільки створиться можливість підвищити рівень компетентності та переймати досвід, а також стимулювати позитивні структурні зміни в економіці.

Література:

1. Oxfam annual report 2017–2018. Oxfam International. 2018. URL: https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/story/oxfam_annual_report_2017-2018_final_2.pdf (дата звернення 11.05.2021).
2. Statistics. International Telecommunication Union. 2019. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (дата звернення 11.05.2021).
3. Звіти про легкість ведення бізнесу. Світовий банк. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2020> (дата звернення 11.05.2021).
4. Доповіді про людський розвиток за 1990–2020 роки. UNDP. URL: <http://hdr.undp.org/en/global-reports> (дата звернення 11.05.2021).
5. Всесвітні доповіді про щастя 2012–2021. Підрозділ ООН з пошуку рішень для стабільного розвитку. URL: <https://worldhappiness.report/archive/> (дата звернення 11.05.2021).
6. Доповіді про глобальний інноваційний індекс 2007–2020 рр. Cornell INSEAD WIPO. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports> (дата звернення 11.05.2021).

Гончар К.О.

*«Публічне управління та адміністрування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки
та публічного управління Ємельяненко Л.М.*

КОРУПЦІЯ ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ПАСТКА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Вступ. Сьогодні корупція є одним із факторів, що визначають стійкість національної економіки до реформ інституційного середовища, спотворюючи фіскальну та податкову політику держави, дестабілізуючи ринкові механізми та гальмуючи суспільний розвиток країни у цілому. Незважаючи на те, що у розвинених країнах вплив корупції як інституційної пастки на економічне зростання є незначним, для більшості країн світу корупція є суттєвою перешкодою у належному впровадженні програм і політик, спрямованих на збільшення економічного зростання, що проявляється як у економічних, так і соціальних втратах.

Метою нашого дослідження є вивчення проблем подолання корупції як інституційної пастки для забезпечення економічного зростання в Україні. В процесі дослідження використовувалися такі методи, як узагальнення (з'ясування сутності поняття інституційної пастки), систематизації (для визначення нормативно-правового та організаційного забезпечення запобігання та протидії корупції), факторного та індикативного аналізу (для виявлення ключових наслідків впливу корупції на економічне зростання).

Огляд фахової літератури. У статті досліджено наукові праці Норта Д., Еггертсона Т., Базиловича В., Жаліла Я., а також д.е.н. Скрипниченко М. у колективній монографії НАН України, д.е.н. Гражевської Н. у виданні «Наукового вісника Чернівецького університету», головного консультанта відділу економічної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень центру економічних та соціальних досліджень Бережного Я., а також експертів Центру економічної стратегії Яблоновського Д., Захарова А., Кашка О. Статистичні дані Transparency International і Risk&Compliance. Нормативно-правову базу Верховної Ради України та статтю британських вчених Лондонського університету Угур М. та Дасгупти Н.

Результати дослідження. Світовий досвід доводить, що порушення нормального функціонування інституційного середовища при переорієнтації та трансформації національної економіки на ринкові засади, призводить до появи інституційних аномалій, а саме: інституційних пасток [1]. Проблеми та дисфункції, які виникали у інституційному середовищі, були предметом дослідження багатьох вітчизняних та іноземних учених, зокрема, Базилевича В., Жаліла Я., Скрипниченко М., Малого І., Крючкова І., а також Норта Д., Еггертсона Т. й ін. Відомо, що поняття «інституційної пастки» було введено у науковий обіг російським ученим Полтеровичем В., який трактував інституційні пастки як наслідування інститутами поведінкових установ, які мають тенденцію до повторення, що спричиняють несприятливі економічні наслідки.

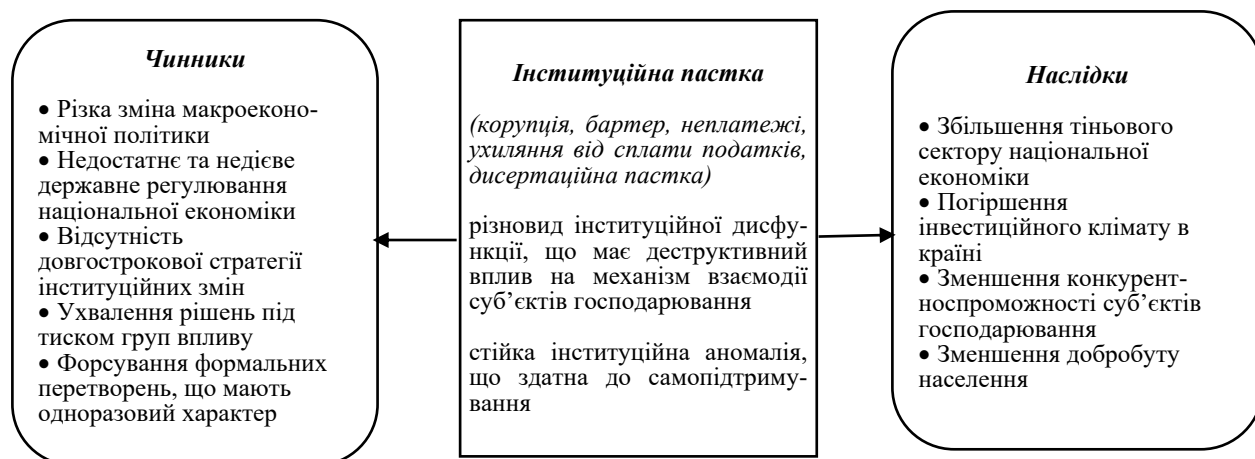


Рис. 1. Інституційна пастка: чинники та наслідки*

*Джерело: Розроблено автором на основі [1]

Феноменом інституційних пасток варто вважати їхню здатність до існування, навіть після усунення причин її появи через неоднорідність, асинхронність та складність інституційних змін [2]. Інституційні пастки є результатом недалекоглядних і недостатньо продуманих управлінських рішень, які стосуються нових норм, що опираються на трансакційні та трансформаційні витрати, а також на рівень проникнення у господарську діяльність неефективних інституцій [3]. Найпоширенішою інституційною пасткою прийнято вважати корупцію, яка сьогодні вважається проблемою міжнародного масштабу, що еволюціонувала від окремих випадків хабарництва до складного, системного та багатогранного явища, впливаючи на економічне зростання як стійке територіально збалансоване кількісне збільшення та структурно-інноваційне вдосконалення результатів виробництва.

З історичної точки зору антикорупційне законодавство України 1990-х років мало скоріше декларативний характер, ніж розробку дієвих антикорупційних інститутів в Україні. Проте, з появою та затвердженням у 2014 році Верховною Радою України Антикорупційної стратегії як стратегічного документу антикорупційної політики та ряду Законів України, що покликані запобігати проявам корупції, було започатковано новий етап у антикорупційному законодавстві України. Як результат впровадження нових антикорупційних інститутів та механізмів, у рейтингу сприйняття корупції Transparency International у 2020 році Україна посіла 117 місце зі 180 можливих, набравши 33 зі 100 балів. Проте, незважаючи на те, у 2020 році відбувся запуск Вищого антикорупційного суду та перезапуск НАЗК, відбулося посилення захисту осіб-викривачів, в українській антикорупційній практиці є все ще не поодинокими випадки втручання влади у розслідування або судовий розгляд справ, обхід законодавства [4]. Крім того, відповідно до аналітичного звіту Risk&Compliance, що був опублікований у 2020 році, в Україні існує високий ризик виникнення корупції у 9 досліджуваних сферах, а саме: у судовій системі, поліції, наданні публічних послуг, земельній, податковій і митній адміністраціях, державних закупівлях, у громадянському суспільстві та законодавстві у цілому [5].

Корупція, як системне та буденне явище, перешкоджає розвитку ефективних державних інститутів, негативно віддзеркалюючись на економічному зростанні країни. Деструктивний вплив корупції на економічне зростання країни у відбувається шляхом зменшення якості управління на всіх рівнях державної влади, спотворення фіскальної політики, збільшення державних витрат та обсягу тіньової економіки. Через корупцію, що проявляється у всіх сферах життєдіяльності, відбувається зменшення швидкості економічного зростання, а фінансові ресурси, які спрямовують-

ся на освіту та охорону здоров'я, починають невинно зменшуватися, зменшуючи, як наслідок, рівень життя. Корупція дестабілізує ринкові механізми, зменшує надходження податків, загострює майнове розшарування та зменшує суспільний добробут, породжує бідність, спотворює права захисту людини. У міжнародному вимірі, корупція впливає на економічне зростання країни через гальмування міжнародної економічної діяльності, погіршення інвестиційного клімату в країні та через процес надання міжнародної допомоги [6; 7].

Так як корупція є поширеною проблемою у постсоціалістичних країнах у результаті детального аналізу теорії та практик країн, чиї національні економіки були переорієнтовані на ринкові засади, вченими було розроблено два варіанти виходу з інституційної пастки: еволюційний та революційний². Перший варіант виходу з інституційної пастки базується на пасивних діях з боку економічних суб'єктів, тому що ефективні інститути та інституції зникають самі по собі у результаті циклічних процесів, появи нового покоління або нових ціннісних установок. Другий варіант ґрунтується на повному перегляді та заміні неефективних норм у реалізації реформування інституційного середовища, які швидко зникають через централізований злам у державі. Проте, у чистому вигляді варіанти виходу з інституційної пастки не застосовують тому, що країни з транзитивною економікою запроваджують поєднання одразу двох варіантів [7].

Висновки і пропозиції. Корупція як прояв інституційної дисфункції та аномалії, яка виникла внаслідок переорієнтації національної економіки на ринкові засади господарювання, є негативним чинником, який впливає на забезпечення економічного зростання країни. На нашу думку, з метою запобігання корупції та нівелювання її деструктивного впливу на економічне зростання в Україні необхідно використовувати як перший, так і другий варіант виходу з інституційної пастки, а саме: створити незалежну та професійну судову гілку влади, зменшити рівень тіньової економіки, зміцнювати інститут громадянського суспільства, проводити моніторинги антикорупційної політики, імплементувати міжнародний досвід протидії корупції та запровадити ефективно виконання міжнародних антикорупційних стандартів та оцінювання корупційних ризиків, які є важливою передумовою створення правильної та виваженої антикорупційної політики.

Література:

1. Чинники і тренди економічного зростання в Україні : колективна монографія / Скрипниченко М.І., Корабліна С.О., Жаліло Я.А., Крючкова І.В., Запатріна І.В. та ін.; за наук. ред. д.е.н. М.І. Скрипниченко. НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування. НАН України». К., 2018. 386 с.
2. Гражевська Н.І., Заваженко А.О. Інституційні пастки ринкового реформування економіки України. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2019, Випуск 820. С. 3–10.
3. Бережний Я.В. Інституційні пастки і розгортання інституційної кризи в Україні. *Економіка та держава*. №9. 2015. С. 46–50.
4. ІНДЕКС СПРИЙНЯТТЯ КОРУПЦІЇ-2020. *Transparency International Ukraine*. URL: <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattya-korupsiyi-2020/> (дата звернення 11.05.2021).
5. Ukraine Corruption Report. *Risk&Compliance Portal*. 2020. URL: <https://www.ganintegrity.com/portal/country-profiles/ukraine/> (дата звернення 11.05.2021)
6. Яблоновський Д, Захаров А., Кашко О. Скільки коштує суспільству корупція. Аналітична записка. Центр економічної стратегії. 2016. 17 с.
7. Ugur, M. and Dasgupta, N. «Evidence on the economic growth impacts of corruption in low income countries and beyond: A systematic review,» London: EPPI-Centre, Social Science Research Unit, Institute of Education, University of London. 2011. P.43.

Задворська К.Д.

*«Управління публічним сектором економіки», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки
та публічного управління Радіонова І.Ф.*

ФІСКАЛЬНИЙ ФЕДЕРАЛІЗМ ЯК КОНЦЕПЦІЯ ТА ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Проблема фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку територій є важливою для всіх країн світу. Конституція кожної цивілізованої країни гарантує своїм громадянам вільний і рівний доступ до суспільних благ — життєво необхідних товарів і послуг. Однак нерівномірність розвитку окремих регіонів і громад як у розвинених ринкових країнах, так і в країнах з перехідною економікою вимагає загальнонаціонального перерозподілу бюджетних ресурсів, формування обґрунтовано справедливої моделі фінансових відносин. Тому однією з найсуттєвіших

проблем формування та розвитку інституту місцевого самоврядування є визначення принципів і механізмів фінансових взаємовідносин між центральною владою та сформованими громадами, а також між громадами.

Органи місцевого самоврядування у будь-якій країні загалом та в Україні, зокрема, мають можливості надавати локальні публічні послуги ефективніше та з більшою економією коштів, ніж центральна влада. Адже саме вони наближені до громадян і споживачів публічних послуг, що максимізує оперативність прийнятих рішень щодо доцільності, якості та доступності.

Проте впродовж десятиліть в Україні йде дискусія з приводу моделі розподілу фінансових повноважень між рівнями державної влади та моделі фінансових відносин між рівнями бюджетної системи. Попри розпочату реформу місцевого самоврядування, існують невирішені проблеми:

По-перше, асиметрія у відносинах на користь центральної влади й на шкоду місцевим органам влади та об'єднаним громадам.

По-друге, неадекватне відображення в нормативних документах і в практиці публічного управління особливостей розвитку певних регіонів і територій, а також відмінностей виробничого та соціального потенціалу.

По-третє, необґрунтоване делегування певних функцій зі створення суспільних благ від центральних до місцевих органів влади без відповідного делегування фінансових ресурсів.

Ми вважаємо, що ефективним варіантом вирішення згаданих проблем може стати втілення на практиці моделі фінансового федералізму.

Фінансовий федералізм — це система бюджетно-податкових відносин між різними рівнями влади, яка спрямована на фінансове забезпечення соціально-економічного розвитку місцевих органів влади та територіальних громад у контексті реалізації принципів субсидіарності, кореспонденції та досягнення ефективної децентралізації з одночасним гармонійним поєднанням інтересів держави та окремих адміністративних одиниць¹. Основними принципами фінансового федералізму є²:

- 1) принцип відповідності: рішення про виробництво суспільних благ має прийматися тими громадянами, які проживають на території, де отримуватимуться вигоди та збиратимуться платежі для фінансування суспільного блага;
- 2) принцип централізованого перерозподілу: зміни в розподілі повинні покладатися на центральний уряд, який має необхідні важелі для здійснення політики розподілу;
- 3) принцип фінансового вирівнювання: за відсутності адекватної політики індивідуального розподілу центральний уряд має забезпечувати певний ступінь вирівнювання між краще та гірше забезпеченими субцентральними урядами;
- 4) принцип національних бажаних благ: центральний уряд може стимулювати цільовими трансфертами надання певних локальних суспільних благ, оскільки їх виробництво характеризується просторовими зовнішніми ефектами, або вони є особливо значущими благами з національної точки зору.

Фінансовий федералізм не тотожний поняттю політичного федералізму. Принципи фінансового федералізму можуть втілювати країни як з федеральним устроєм, так і з іншими устроями. Інформацію про це подана у табл. 1.

Таблиця 1

КРАЇНИ З РІЗНИМ ПОЛІТИЧНИМ УСТРОЄМ, ЩО ВТІЛЮЮТЬ ФІНАНСОВИЙ ФЕДЕРАЛІЗМ³

Назва країни	Політичний устрій (у якій формі існують утворення місцевого самоуправління та фінансування)
США	Федеративна держава, якій притаманна форма «конкуруючого» федералізму, що характеризується відсутністю чітко встановленої системи міжбюджетного перерозподілу ресурсів та автономністю територій у процесі вибору напрямку своєї діяльності. Території володіють власними джерелами доходів, незалежними від федерального уряду. Спостерігається висока фінансова самостійність території, і, відповідно, самостійність у виборі напрямів здійснення бюджетних видатків, а також висока ефективність використання урядових грантів, оскільки федеральний уряд надає в основному категорійні та додаткові категорійні гранти. В США вирівнювання майже не здійснюється, адже бюджетна базамісцевого та регіонального рівнів є достатньо забезпеченою, іноді виконується навіть застосування реверсної дотації.

¹ Сергій Сухай. Міжбюджетні трансферти у постсоціалістичних країнах: від теорії до реалій. 2002 р.

² Річард Масгрейв. Economics of Fiscal Federalism. Vol 2. Brighton, 1986.

³ Сергій Сухай. Міжбюджетні трансферти у постсоціалістичних країнах: від теорії до реалій. 2002 р.

Назва країни	Політичний устрій (у якій формі існують утворення місцевого самоуправління та фінансування)
Канада	Федеративна держава з елементами конфедерації, що реалізує політику фіскального федералізму шляхом покриття фіскальних розривів, а саме податкових знижок та розщеплення податкової бази. Застосовує у програмах фінансового вирівнювання загальний трансферт на вирівнювання та відкриті часткові трансферти на соціальну допомогу. Не зважаючи на суттєву допомогу від центрального уряду, система місцевих податкових надходжень доволі велика, а саме податки на споживання до яких належить провінційний податок на доходи корпорацій, податок з роздрібних продаж, а також податки на продукти харчування, спиртні напої, цигарки, тютюн, бензин, дизельне паливо, телефон, готельні послуги, подарунки, рентні платежі та різні реєстраційні і ліцензійні збори.
Італія	Парламентська унітарна республіка, що вирізняється досить великою фінансовою залежністю субцентральних органів влади від державного бюджету, але при тому має чи не найбільші власні надходження у вигляді податків на місцевий (комунальний податок на підприємства, комунальний податок на нерухомість, податок на збирання та утилізацію сміття, збір за використання муніципальної території та публічних місць) та регіональний рівень (податок на машини, додатковий податок до державного реєстраційного збору, податок на нафтопродукти).
Польща	Країна, що має унітарний устрій, використовує практику встановлення прямих часток розщеплених податків для всіх рівнів територіального управління, окрім регіональних. Вирівнювання є компонентом загального гранту, що ідейно є найкращим варіантом забезпечення політики фіскального федералізму. Вирівнюються доходи на душу населення до певного рівня, у тому числі за рахунок внесків більш забезпечених субцентральних урядів.

До переваг фінансового федералізму, з досвіду згаданих та інших країн, належать:

- узгодженість та гармонізація загальнодержавних, регіональних і місцевих інтересів;
- наближеність до громадян та споживачів публічних послуг, як наслідок підвищення їх залученості та збільшення довіри до уряду;
- висока гнучкість, а також можливість забезпечити надання суспільних благ і послуг такої якості, якої потребує населення конкретного регіону;
- досягнення заданих результатів з використанням мінімального обсягу ресурсів за умови вирішення проблем, пов'язаних з розмежуванням повноважень;
- виникнення конкуренції між регіонами, що провокує оптимальний розподіл ресурсів.

Для реалізації принципів фінансового федералізму в практиці публічного управління в Україні мали б бути здійснені такі зміни в системі заходів з реформування системи місцевого самоуправління⁴:

- забезпечення чіткої відповідності та пропорційності між делегованими органам місцевого самоврядування повноваженнями та наданими центральним урядом ресурсами;
- поступове зменшення частки міжбюджетних трансфертів у доходах органів місцевого самоврядування, яка потребує чіткої підконтрольності та ускладнює гнучке реагування на зміну потреб населення, шляхом надання непрямих стимулів їх розвитку;
- врегулювання передачі міжбюджетних трансфертів не на користь безвибіркового надання державних коштів, а з метою фінансового вирівнювання;
- збільшення частки непрямих трансфертів, що стимулюють діяльність органів місцевої влади та дають більше свободи у використанні коштів, оскільки не припускають цільової прив'язки витрачання цих коштів;
- збільшення частки загальних трансфертів, що не обтяжують обсягами повноважень наданих органам місцевого самоврядування.

Література:

1. Сергій Сухай. Міжбюджетні трансферти у постсоціалістичних країнах: від теорії до реалій. 2002 р.
2. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 1 квітня 2014 р. № 333-р. Електронний ресурс: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>
3. Musgrave R.A. Economics of Fiscal Federalism. Vol 2. Brighton, 1986.

⁴ Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 1 квітня 2014 р. № 333-р. Електронний ресурс: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

Вступ. На сьогоднішній день увесь світ досить стрімко впроваджує інноваційні технології в різні сфери життя населення. Україна не стала винятком, а тому вже зараз можна спостерігати значні нововведення навіть у звичних для нас галузях. Досить яскраво всі зміни відображаються саме в економічній сфері країни, а саме — у фінансовому секторі. Проблеми занадто стрімкого рівня змін, відмінності між економіками та можливостями різних держав, а також вплив пандемії коронавірусу, на цифровізацію фінансового сектору можна вважати основними в даній темі.

Мета дослідження діджиталізації фінансового сектору полягає в тому, щоб з'ясувати умови його гармонізації з розвитком реального сектору, а також одержання дійсно достовірної інформації задля формування політики країни в різних сферах. Слід зазначити, що нині Україна ще перебуває на початковому етапі імплементації інноваційних цифрових технологій у фінансовий сектор. Однак, вже зроблено досить багато змін, які вже здійснені і наразі переводять низку фінансових операцій, процеси надання фінансових послуг у режим он-лайн, або ж просто сприяють застосуванню цифрових технологій у процеси, що пов'язані з фінансами.

Основними методами дослідження стали спостереження за змінами, що відбуваються в фінансовому секторі України та інших держав, аналіз результатів та їх порівняння, узагальнення, індукція, за допомогою яких стало можливим сформулювати загальне уявлення про нинішній стан діджиталізації у фінансових секторах.

Для того аби детально розглянути обране питання, було проаналізовано низку джерел, до яких належать роботи українських та іноземних авторів, програми розвитку, дані з офіційних інтернет-джерел урядових та неурядових організацій, що стосуються фінансового сектору. Обрані джерела містять найновітніші дані (за останні 3–5 років), що порівнюються та узагальнюються різним чином, що дає змогу подивитись на проблеми з різних позицій.

Результати дослідження. Зараз Україна активно впроваджує інновації у фінансовому секторі економіки. Однією з особливостей державних змін є те, що попри значну кількість компаній, що працюють у сфері фінансових технологій, (їх нараховується більше 100), близько 70 % компаній працюють без використання ресурсів сторонніх інвесторів. Відповідно до такої ситуації за Стратегією розвитку фінансового сектору України до 2025 року (рис. 1), розробленої Національним Банком України [1], одним із пріоритетних завдань політики діджиталізації є залучення власних заощаджень підприємств і домогосподарств. У результаті планується посилити конкурентоспроможність вітчизняних компаній у галузі фінансових технологій, а також розширити коло осіб, які стають учасниками різноманітних фінансових операцій із використанням цифрових технологій.



Рис. 1. Структура Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року

Джерело: Стратегією розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Національний банк України. Офіційний сайт. Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy2025.pdf?v=4

Аналіз зарубіжного досвіду в цій сфері показує, що станом на 2017 рік відповідно до Індексу сприйняття Fintech ступінь сприйняття інноваційних фінансових послуг був найбільшим у Китаї (69 %), Індії (52 %) та Великобританії (42 %) [2]. Відповідно, зіставивши ці дані із сучасними тенденціями в розвитку даних країн, можна зрозуміти, що рівень сприйняття нововведень в фінансовій сфері позитивно впливає на розвиток держави загалом та економіки зокрема.

Оскільки Україна є європейською державою, тому доцільно було розглянути і приклади більш "близьких сусідів". Таким чином, рівень технологізації фінансових послуг у 2017 році склав: в Італії 29,1 %, у Польщі 30,6 %, у Чехії 36 %, а в Німеччині 39,4 %. У цей же час даний показник в Україні становив 17,7 %, що є майже вдвічі меншим, ніж, наприклад, в Італії. Проте, станом на 2019 рік показник зріс до 20,5 %, що свідчить про позитивну динаміку [3]. Відповідно, задля того, аби суспільство мало більше можливостей, фінансовий сектор розвивався активніше, а добробут країни зростав відповідно до рівня інших європейських країн, необхідно активніше запроваджувати сучасні цифрові технології.

Другою особливістю діджиталізації фінансового сектору України можна вважати відсутність синхронізації систем, що регулюють діяльність фінансового сектору та зокрема діяльність із впровадження інновацій. Оскільки керування такими складними процесами є вкрай необхідним [4], що можна продемонструвати на прикладі Японії, де в 2017 році було прийнято Закон про валютне регулювання, за яким було дозволено можливість використання біткоїну як платіжного засобу (приклад діджиталізації), то необхідно враховувати це при формуванні політики цифровізації, а також докладати зусиль і здійснювати такі реформи, щоб мінімізувати це негативне явище. В США, наприклад, запроваджено особливий статус криптовалюти, що полегшує процеси управління фінансовим сектором і здійснення цифровізованих фінансових операцій. Влада в державі приділяє багато уваги даному питанню, проблемам нормативно-правового його регулювання, а тому країна переживає активний розвиток фінансового сектору та економіки зокрема [2]. Якщо в Україні також буде більш уваги приділено даному питанню, то, відповідно, можна очікувати й позитивні зміни.

У даному питанні також доречно розглянути і те, що нинішня регуляторна модель фінансового сектору України може просто стримувати розвиток цифровізації в майбутньому. Тут слід акцентувати увагу на тому, що існують різні моделі мегарегуляторів. Наприклад, якщо в Україні функціонує мегарегулятор фондового та страхового ринків, то в розвиненіших державах, таких як Австрія, Німеччина, Данія, Японія, має місце Єдиний фінансовий мегарегулятор у статусі пруденційної агенції. Тобто, така структура є всеохоплюючою та підтримує більше сфер фінансового сектору та операції, що відбуваються в ньому. Поступово, за певних умов, можлива імплементація такого регулятора і в Україні. Якщо держава буде підтримувати цифровізацію як один із основних напрямів розвитку в усіх аспектах фінансового сектору або, принаймні, в більшості із них, тоді і процеси оновлення протікатимуть швидше та результативніше, подібно до процесів у згаданих країнах.

Висновки. Отже, на сьогоднішній день галузь фінансових технологій в Україні ще перебуває на початкових етапах розвитку саме тому, що процес діджиталізації фінансового сектору є досить складним явищем і відбувається повільно. Однак, політика держави вже має стратегічний орієнтир і спрямована на те, аби якомога результативніше цифровізувати процеси, що відбуваються в даному секторі. На прикладі інших держав можна побачити, що при докладанні зусиль та акцентуванні уваги на даному питанні в політиці України можна досягти значних результатів і в нашій країні.

Можна сказати, що за умов використання зарубіжного досвіду впровадження цифрових технологій, зміни моделі регулювання фінансового сектору та, що є не менш важливим, донесення до населення важливості діджиталізації, наша держава зможе досягти вищого рівня впровадження інновацій у фінансовий сектор. Лише комбінація всіх цих заходів сприятиме реальним зрушенням і розвитку вже закладеного в Україні потенціалу діджиталізації.

Література:

1. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Національний банк України. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf?v=4
2. Ефимова Н.А. Основные подходы по регулированию новейших финансовых технологий (FinTech) в условиях цифровой экономики. /Н.А. Ефимова // ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ». Хроноэкономика. Май 2018. № 2 (10). С. 8–11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-po-regulirovaniyu-noveyshih-finansovyh-tehnologiy-fintech-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki>

3. Рубанов П. М. FinTech інновації як детермінанти розвитку національної економіки. — Рукопис. Суми. 2020. 408 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/79260/1/diss_Rubanov.pdf;jsessionid=69D097EAE5FCC192CED07F1A6543FEA2

4. Поветкина Н.А., Леднева Ю.В. «Финтех» и «регтех»: границы правового регулирования // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2018. № 1. С. 46–67. URL: <https://law-journal.hse.ru/data/2018/08/01/1152219816/%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf>

Поршнёва П.А.

*«Публічне управління та адміністрування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри національної економіки
та публічного управління Сабадош Г.О.*

ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ УКРАЇНИ ЯК КРОК ДО ПРОЗОРОСТІ

Вступ. Прозорість і відкритість діяльності органів публічної влади є передумовами збільшення довіри населення. У зв'язку з розвитком цифрових технологій, появою нових цифрових інструментів, переходом до електронних систем прозорість і відкритість даних стають доступнішими. Останнім часом широкої популярності набула технологія блокчейн, яку вже почали використовувати в світовій практиці розвинені країни, і наслідки її застосування є позитивними. Актуальність дослідження полягає у наявності проблеми корупції та недовіри громадян до діяльності органів влади в Україні, що можна вирішити за допомогою застосування блокчейн-технології. Метою наукового дослідження є аналіз світового досвіду використання блокчейну та обґрунтування переваг впровадження даної технології у сфері публічного управління України.

Методи дослідження. При написанні роботи використовувались такі методи дослідження: аналіз, синтез та узагальнення.

Огляд фахової літератури. Питання впровадження технології блокчейн розглядали у своїх працях науковці: Акімова Л., Балан О.С., Буковський Д.А., Давидова І.В., Демчишак Н.Б., Клименко І., Лозова Г., Марутян Р.Р., Радик В.В. та інші.

Результати дослідження. Слово «блокчейн» перекладається з англійської як ланцюг блоків (block — блок, chain — ланцюг). Таким чином блокчейн — це система зберігання інформації, яка побудована у вигляді блоків, при чому ці блоки нерозривно пов'язані між собою, що унеможливорює підробку або зміну інформації. Особливості блокчейн-технології полягають у такому:

- мережева децентралізація, що характеризується відсутністю центрального сервера і дозволяє учасникам бути рівними;
- прозорість і відкритість — операції в блокчейн є публічними, тобто доступні для всіх учасників;
- незмінність записів — після запису транзакції жоден учасник не може змінити або підробити її;
- високий рівень безпеки — відсутність єдиного центру та використання шифрування⁵.

Дана система була розроблена у 2008 році Сатоши Накамото і застосована у сфері біткоїна. Через це люди помилково вважають, що блокчейн можна застосовувати лише для криптовалют⁶. Але насправді сфера застосування блокчейну досить широка: виборчий процес, міграційний контроль, державні дані та послуги, цифрова ідентифікація, медичні дані, документообіг та інші⁷.

Багато розвинених країн уже почали використовувати блокчейн у публічному управлінні та організації державних даних. Першою країною, яка впровадила блокчейн, є Естонія, де з 1 грудня 2015 року діє державна система надання нотаріальних послуг естонським резидентам. Це дає можливість реєструвати шлюби, свідоцтва про народження та деякі види комерційних договорів⁸. Успішна практика впровадження блокчейн-технології зумовила переведення інших держав-

⁵Балан О.С., Буковський Д.А. ТехнологіяBlockchain в публічномууправлінні. Economic journal Odessa polytechnic university. №4(6). 2018. С. 5–10. URL: <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No4/5.pdf>

⁶Клименко І., Лозова Г., Акімова Л. Застосуванняблокчейн-технологій у публічномууправлінні. «ДЕМОКРАТИЧНЕ ВРЯДУ-ВАННЯ». Науковийвісник. Вип. 20. 2017.

⁷Карпенко О., Осьмак А. Використанняблокчейн-систем органами публічноївлади: український та зарубіжнийдосвід. Механізми державного управління. Актуальніпроблеми державного управління. №1(73). 2018. С. 57–62. URL: <http://academy.gov.ua/infopol/pages/dop/2/files/66072efa-2c85-4464-bee2-da0f3d79bef4.pdf>

⁸Балан О.С., Буковський Д.А. ТехнологіяBlockchain в публічномууправлінні. Economic journal Odessa polytechnic university. №4(6). 2018. С. 5–10. URL: <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No4/5.pdf>

них процесів на цю технологію. Зараз на основі блокчейну побудовані державні послуги, які функціонують онлайн 24/7, що значно підвищило ефективність державних органів⁹. Використання блокчейну в сфері медицини дозволяє навіть отримувати сертифікати вакцинації від COVID-19¹⁰.

У Швеції за допомогою блокчейну реалізована система державної реєстрації прав нерухомого майна та угод з ним. Процес укладення угоди з нерухомістю триває до двох місяців з моменту згоди сторін до завершення. Таким чином, система функціонує прозоро та швидко і не потребує зайвої бюрократії¹¹.

США також застосовує технологію блокчейну в державному управлінні, зокрема у виборчому процесі. На останніх виборах президента у 2020 році громадяни мали змогу віддати свій голос за допомогою додатка на смартфоні, який використовує технологію блокчейн. Процес голосування при цьому відповідав таким критеріям, як: безпечність, ідентифікація особи, доступність і комфорт. Трохи раніше на блокчейн-платформі були проведені муніципальні вибори. Світовий досвід показує, що технологія блокчейн може бути використана в різних сферах і має ряд переваг, які полягають у прозорості, захищеності, економії ресурсів і неможливості підробки інформації¹².

Зараз Україна знаходиться на шляху до розвитку цифровізації та електронного уряду, тому доцільним є впровадження технології блокчейн у сферу публічного управління. Блокчейн-технологія не є новою для України, але вона ще не набула такого поширення, як в інших країнах. З 2018 року в Україні навіть функціонує некомерційна організація — Асоціація «Блокчейн України», яка активно сприяє поширенню інтеграції технології блокчейн в економіку України¹³. У 2020 році Уряд затвердив дві важливі стратегії — Державну стратегію регіонального розвитку до 2027 року та Стратегію цифрової трансформації соціальної сфери. Цифровізація займає особливе місце в завданнях стратегій. Більшість визначених цілей включають цифрову трансформацію: запровадження можливості отримання електронних послуг через смартфон, впровадження електронного документообігу, забезпечення електронної взаємодії між національними реєстрами та реєстрами органів місцевого самоврядування, розвиток інструментів електронної демократії та впровадження регіональними органами влади відкритих даних^{14, 15}. На державному рівні технологія блокчейн може бути використана для проведення загальнодержавних виборів або референдумів. При цьому кожен охочий громадянин зможе зробити свій вибір в онлайн-форматі, особливо актуальним це є для людей з обмеженими фізичними можливостями. Таким чином, кошти, витрачені на організацію проведення виборів, можуть бути направлені на впровадження електронного голосування. Звичайно, потрібно враховувати такі ризики, як кібератаки, збої в технічному забезпеченні та високу вартість. Але такий формат голосування може значно підвищити прозорість і забезпечити довіру до органів влади.

Державні реєстри — досить перспективна сфера впровадження блокчейну. У 2017 році Кабмін уклав угоду з американською компанією BitFury про переведення державних реєстрів на блокчейн-платформу, а Мінагрополітики презентувало оновлений державний земельний кадастр на блокчейні¹⁶. Застосування технології блокчейн у державних реєстрах дозволить поєднати безпеку та контроль. Неможливість підміни даних свідчить про те, що інформація в реєстрах є достовірною. Тому переведення інших державних реєстрів на технологію блокчейн повинне стати одним із напрямів діяльності органів виконавчої влади.

Висновки і пропозиції. Для України впровадження технології блокчейн у найважливіші сфери публічного управління дійсно може стати кроком до прозорості. Блокчейн має такі характеристики, які сприятимуть захищеності інформації від несанкціонованих вилучень, надійності зберігання та відкритості даних. Перехід до новітніх технологій у публічному управлінні здатен змі-

⁹Естонія — удивительное цифровое государство на блокчейне. NovaTor. URL: <https://novator.io/blokchejn/estoniya-udivitelnoe-tsifrovoe-gosudarstvo-na-blokchejne>

¹⁰ World Health Organization partners with Estonia for blockchain COVID-19 certificates. Ledger Insights. URL: <https://www.ledgerinsights.com/world-health-organization-partners-with-estonia-for-blockchain-covid-19-certificates/>

¹¹ Голованова Е., Зубарев А. Перспективы использования технологий блокчейн в кадастровых системах. НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК ИЭП им. Гайдара. 08/2018. С. 37-43. URL: https://www.iep.ru/files/Nauchnyy_vestnik.ru/8-2018/36-42.pdf

¹² First presidential vote cast using blockchain technology. FOX News. URL: <https://www.foxnews.com/tech/first-presidential-vote-cast-using-blockchain-technology>

¹³ Асоціація «Блокчейн України». URL: <https://bau.ai/>

¹⁴ Уряд затвердив Стратегію цифрової трансформації соціальної сфери, розроблену Мінсоцполітики разом з Мінцифрою. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-strategiyu-cifrovoyi-transformatsiyi-socialnoyi-sferi-rozroblenu-minsocpolitiki-razom-z-mincifroyu>

¹⁵ Уряд затвердив Державну стратегію регіонального розвитку до 2027 року. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-derzhavnu-strategiyu-regionalnogo-rozvitku-do-2027-roku?fbclid=IwAR3TT6IXzeDxQbRApMUb37ucLb4qCg7mXpR3_Idsx3U9joqWGIEXaARV4Q

¹⁶ Державний земельний кадастр перейшов на технологію Blockchain. Держгеокадастр. URL: <https://land.gov.ua/derzhavnyi-zemelnyi-kadast-pereishov-na-tekhnohiiu-blockchain/>

нити застарілі форми обробки та зберігання даних, надання публічних послуг і взагалі функціонування органів влади.

Ми пропонуємо розробити нормативно-правове забезпечення щодо впровадження технології блокчейну публічному управлінні, включити впровадження блокчейну до державних стратегій розвитку, розробити план застосування блокчейну у сфері електронної демократії та державних реєстрів. На нашу думку, використання блокчейн-технології сприятиме позитивним змінам: збільшенню довіри громадян до органів влади, зниженню рівня корупції та переходу публічного управління на новий якісний рівень.

Література:

- 1.Балан О.С., Буковський Д.А. Технологія Blockchain в публічному управлінні. *Economic journal Odessa polytechnic university*. №4(6). 2018. С. 5–10. URL:<https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No4/5.pdf>
- 2.Клименко І., Лозова Г., Акімова Л. Застосування блокчейн-технологій у публічному управлінні. «ДЕМОКРАТИЧНЕ ВРЯДУВАННЯ». Науковий вісник. Вип. 20. 2017.
3. Карпенко О., Осьмак А. Використання блокчейн-систем органами публічної влади: український та зарубіжний досвід. Механізми державного управління. Актуальні проблеми державного управління. №1(73). 2018. С. 57–62. URL: <http://academy.gov.ua/infpol/pages/dop/2/files/66072efa-2c85-4464-bee2-da0f3d79bef4.pdf>
- 4.Эстония — удивительное цифровое государство на блокчейне. NovaTor. URL: <https://novator.io/blokchejn/estoniya-udivitelnoe-tsifrovoe-gosudarstvo-na-blokchejne>
- 5.WorldHealthOrganizationpartnerswithEstoniaforblockchain COVID-19 certificates. LedgerInsights. URL: <https://www.ledgerinsights.com/world-health-organization-partners-with-estonia-for-blockchain-covid-19-certificates/>
- 6.Голованова Е., Зубарев А. Перспективы использования технологий блокчейн в кадастровых системах. НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК ИЭП им. Гайдара.ру. 08/2018. С. 37–43. URL: https://www.iep.ru/files/Nauchniy_vestnik.ru/8-2018/36-42.pdf
- 7.Firstpresidentialvotecastusingblockchaintechnology. FOX News. URL: <https://www.foxnews.com/tech/first-presidential-vote-cast-using-blockchain-technology>
- 8.Асоціація «Блокчейн України». URL:<https://bau.ai/>
9. Уряд затвердив Стратегію цифрової трансформації соціальної сфери, розроблену Мінсоцполітики разом з Мінцифрою. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-strategiyu-cifrovoyi-transformaciyi-socialnoyi-sferi-rozroblenu-minsocpolitiki-razom-z-mincifroyu>
10. Уряд затвердив Державну стратегію регіонального розвитку до 2027 року. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-derzhavnu-strategiyu-regionalnogo-rozvitku-do-2027-roku?fbclid=IwAR3TT6IXzeDxQbRApMUb37ucLb4qCg7mxpR3_Idsx3U9joqwGIEAxaARV4Q
- 11.Державний земельний кадастр перейшов на технологію Blockchain. Держгеокадастр. URL: <https://land.gov.ua/derzhavnyi-zemelnyi-kadastr-pereishov-na-tekhnohohiu-blockchain/>

Асонов М.С.
«Банківський бізнес», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Лопух К.В.

МАЙБУТНЄ ЦИФРОВОЇ ВАЛЮТИ В УКРАЇНІ

Актуальність дослідження. Стрімке зростання ролі цифрових технологій у фінансовому секторі, поява інноваційних способів їх надання є причиною підвищеної уваги фінансових регуляторів до питань вироблення нових інструментів для здійснення швидших, безпечніших і прозоріших платежів. У результаті цифрової трансформації змінюється економічна активність, скорочується роль готівки, що стимулює появу цифрових форм грошей.

Мета дослідження. Найбільшої уваги в даний час заслуговує ідея випуску центральними банками власних цифрових валют. Експерти вже називають цифрові валюти централізованих банків (ЦВЦБ) однією з найважливіших тенденцій, яка визначить майбутнє грошей у найближче десятиліття. Згідно зі звітом Банку міжнародних розрахунків, станом на початок 2019 року дослідженнями в області ЦВЦБ займалися 70 % центробанків світу.

Методи дослідження, що були використані, — аналіз і синтез, порівняння та системний підхід. Для проведення дослідження було використано матеріали та аналітичні звіти Національного банку України та наукові статті.

Результати дослідження. Цифрова валюта центрального банку (далі — ЦВЦБ) є цифровою формою існуючих фіатних грошей, яка випущена центральним банком і є законним платіжним засобом [1]. Згідно з комбінаціями властивостей ЦВЦБ дослідники виділяють такі схеми їх використання:

- ЦВЦБ як цифровий еквівалент готівки;
- ЦВЦБ для міжбанківських розрахунків;
- ЦВЦБ як інструмент монетарної політики;
- ЦВЦБ як еквівалент рахунку, відкритого в центральному банку.

Через пандемію коронавірусу робота зі створення цифрових валют у різних країнах тільки прискорюється. Сьогодні центробанки і так практикують віртуальну емісію валюти, а значна частка платежів і переказів відбувається в безготівковій формі.

На відміну від існуючої грошової системи особливості ЦВЦБ полягають у такому:

- ЦВЦБ одночасно підвищує конкуренцію і стабільність фінансової сфери на фоні того, як банки тіснять технологічні компанії та криптовалюта;
- ЦВЦБ дозволяють підвищити фінансову інклюзивність, оскільки можуть запропонувати нову платіжну інфраструктуру з меншими витратами на перекази. Крім того, центральним банкам буде простіше працювати у цифровізованій економіці;
- цифрові валюти розширяють інструменти фіскальної політики, доступні регуляторам. Наприклад, вони дозволять уникнути «пастих нульових ставок». За рахунок прогнаних програмованості і прозорості ЦВЦБ регуляторам легше контролювати роботу вкладів і кредитів за негативних ставок. Більш прозорі дані платіжних потоків підвищать якість макроекономічної статистики;
- ЦВЦБ також стимулюють використання місцевої валюти для оплати товарів і послуг, що особливо актуально в країнах, схильних до «доларизації»;
- «комерційна» версія ЦВЦБ (коли цифрова валюта доступна тільки банкам) дозволить знизити розрахункові ризики, забезпечити цілодобову доступність ліквідності для банків, скоротити витрати при транскордонні перекази тощо.

Протягом 2018 року Національний банк України реалізував практичний пілотний проект, у рамках якого в обіг ним було випущено обмежену кількість е-гривні (якщо бути точним, у еквіваленті 5443 грн), операції з використанням якої протестували учасники робочих груп, що склалися зі співробітників Національного банку та компаній-волонтерів.

До пілотного проекту на волонтерських засадах залучилися учасники фінтех-ринку, зокрема, розробник блокчейн-платформи е-гривні компанія Attic Lab, компанія UAPAY та платіжний сервіс PayCell. Протягом реалізації «пілоту» також відбувались комунікації з представниками центральних банків і міжнародних фінансових організацій (зокрема, експерти Лабораторії з технологій та інновацій Світового банку зареєстрували власні е-гаманці і протестували операції з використанням е-гривні).

Було протестовано такі операції, як створення користувачами е-гаманців у блокчейн-платформі, поповнення е-гаманців е-гривнею та погашення е-гривні (зворотній обмін на звичайні гривні), P2P-перекази між користувачами та перекази на рахунок благодійної допомоги воїнам Операції об'єднаних сил, а також торговельні операції: е-гривнею можна було поповнити баланс мобільного телефону (мобільний оператор lifecell).

Учасники проєкту могли керувати е-гаманцями через мобільний додаток «Е-гривня» для смартфонів. Усі операції з е-гривнею здійснювались, по-перше, миттєво, по-друге, безкоштовно. Крім випробовування власне блокчейн-технології, здійснювався аналіз міжнародного досвіду, правових аспектів та прогноз макроекономічного ефекту.

Навіщо фінансовій системі ЦВЦБ?

Народний банк Китаю, зокрема, планує замінити новим платіжним засобом грошовий агрегат M0, тобто паперові гроші і монети в обігу. Це могло б позитивно позначитися на таких сферах:

- 1) роздрібні платежі — помітно покращилася б портативність грошей і підвищилася анонімність на рівні користувача;
- 2) технологія розподіленого реєстру зробить більш ефективним міжбанківський кліринг;
- 3) ЦВЦБ здатна підвищити швидкість і знизити вартість транскордонних платежів, що сприяло б інтернаціоналізації юаня.

За інформацією Binance Research, щодо M1 і M2 у Народному банку Китаю впевнені, що ці грошові агрегати вже переведені у цифрове поле.

Інші причини для випуску ЦВЦБ:

- зниження експлуатаційних витрат. В існуючих системах випуск і обслуговування готівки вимагає чималих витрат;
- підвищення ефективності боротьби з відмиванням грошей (AML). Як відомо, готівкові гроші активно використовуються в незаконній діяльності, а рух коштів у цифровій валюті набагато легше відстежувати;
- ефективніша протидія відпливу капіталу з країни — проблема значно актуалізувалася на фоні торгового протистояння Китаю з США, уповільнення темпів економічного зростання і девальвації.

Таким чином, ЦВЦБ являє собою вдосконалений платіжний інструмент, який набагато краще відстежується, ніж грошовий агрегат M0, і потенційно здатний знизити обсяг тіньових і сумнівних операцій.

Ще один важливий момент — замість традиційно використовуваного в банківській сфері часткового резервування китайська ЦВЦБ передбачає 100 % забезпечення. Це, мабуть, найкардинальніша зміна в монетарній політиці, оскільки поточна норма обов'язкових резервів у КНР складає всього 15 %. Як наслідок, у банківській системі відсутній грошовий мультиплікатор.

Інші компоненти монетарної політики не зазнають кардинальних змін. Однак у цілому ЦВЦБ явно збільшить присутність НБУ у фінансовій системі, посиливши його вплив на економіку. Власникам нової цифрової валюти не буде нараховуватися відсоток, як у випадку з депозитами. Отже, ЦВЦБ будуть високоліквідним засобом платежу і, на відміну від коштів, що зберігаються на банківських рахунках, позбавленим кредитних ризиків.

Висновки та пропозиції. Експерти МВФ прогнозують, що впровадження центральними банками цифрових валют буде відбуватися по одному з таких сценаріїв:

- 1) цифрові та фіатні гроші будуть взаємодоповнюючими;
- 2) цифрові гроші замінюють існуючі гроші, але банки можуть ефективно конкурувати;
- 3) банки перетворюються у приватні інвестиційні фонди після масової відмови від фіатних грошей.

Залежно від обраного сценарію емісія ЦВЦБ може скласти конкуренцію готівці, платіжним системам, системам швидких платежів (використання карток) або депозитам комерційних банків. Поява цифрових валют центральних банків може привести до суттєвої трансформації архітектури міжнародної фінансової системи, ролі державних грошей. Разом з тим, на мій погляд, у першу чергу найбільший вплив ЦВЦБ буде виражено в підвищенні конкуренції з традиційними платіжними технологіями.

Література:

1. Аналітична записка за результатами пілотного проєкту «Е-гривня». Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Analitichna_zapiska_E-grivnya.pdf?v=4
2. Как и зачем центробанки создают цифровые валюты (CBDC). Режим доступу: <https://forklog.com/central-bank-digital-currencies-cbdc-china-dcep/>

3. Цифровые валюты центральных банков: подходы к внедрению и роль в финансовой системе. Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10678.pdf>

4. Як і навіщо НБУ впроваджував пілотний проект «е-гривня». Режим доступу: <https://ain.ua/2019/06/26/e-gryvna-nbu/>

Будзинська В.В.

*«Міжнародні економічні відносини», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри економічної теорії Ткаченко О.В.

ЗМІНИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Вступ. Поведінка споживачів — фундамент, на якому будується економічна теорія і практика, зокрема і мікроекономічний аналіз. Глибоке знання споживачів — передумова успішного ведення бізнесу та основа вибору цільового ринку для будь-якої діяльності. Поведінка споживачів на ринку визначається чинниками як зовнішнього, так і внутрішнього впливу, що зумовлює особливості прийняття рішень споживачами та формує певні моделі поведінки.

Дослідження зміни споживчої поведінки населення в умовах коронавірусної інфекції можна вважати надзвичайно актуальним і своєчасним, адже це радикально надовго змінило спосіб життя людей, що полягало в зростанні паніки чи, навпаки, свідомому виборі. Сьогодні світ опинився в унікальній ситуації, коли моментальне зрушення відбулося в самих фундаментальних речах. Це наочно демонструє всім відома ієрархія потреб, запропонована А. Маслоу. Зрозуміло, що в країнах золотого мільярда піраміда частіше виглядає досить стрімко, адже там є можливість задовольнити найвищі потреби, тобто самореалізувати себе та проявити як особистість. Однак, саме зараз ми будемо спостерігати стрімку «пірамідизацію» ієрархії в багатьох суспільствах. В умовах пандемії відбувається стрімка міграція «задоволених споживачів» у зону незадоволеності, адже криза неминуче тягне за собою зниження споживання, скорочення числа робочих місць, скорочення реальних доходів, зростання соціальної небезпеки та побоювання щодо втрати можливості забезпечувати базові фізіологічні потреби.

Методи дослідження. У процесі дослідження до основних методів слід віднести альтернативний і граничний аналізи, методи абсолютних і порівняльних переваг, аналіз еластичності, табличне, графічне й аналітичне моделювання. Саме ці методи дають можливість зрозуміти зміни в поведінці населення та спрогнозувати певні моделі споживчої поведінки в умовах пандемії COVID-19.

Огляд фахової літератури. Дослідження особливостей поведінки споживачів вивчають як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. До останніх слід віднести таких: Ф. Котлер, Д. Канеман, Г. Армстронг, А. Міллер, А. Маслоу, В. Вонг та інші. Серед українських вчених питання поведінки споживачів приділяють увагу: С. Кузьмінов, Л. Коваль, С. Романчук, І. Лилик, О. Марушевська, І. Ховрак, Т. Скляр та інші.

Результати дослідження. Пандемія коронавірусної інфекції COVID-19 стала глобальним викликом, що змінив і продовжує змінювати споживчі настрої покупців по всьому світу. Організаціям потрібно передбачити і підготуватися до змін у потребах, поведінці та вподобаннях споживачів, що особливо стосується довгострокових зрушень у їх поведінці.

Згідно з дослідженням міжнародної аудиторсько-консультаційної компанії KPMG стосовно еволюції поведінки покупців, яке було проведене у 12 країнах, стає видно, що у глобальному масштабі з'являється новий споживач: він зазнає фінансових труднощів, активно використовує цифрові технології і більш вибірковий у прийнятті рішень про покупку. Дослідження показує, що змінюється зміст довіри до компаній з боку споживача, для якого пріоритетним є відчуття безпеки і збереження особистих даних, які повинні бути надійно захищені.

За результатами глобальних досліджень провідної міжнародної публічної маркетингової компанії Nielsen покупці у країнах, охоплених вірусом, проходять шість стадій зміни споживацької поведінки, а саме:

1. Передчуття епідемії.
2. Проактивне піклування про здоров'я.
3. Підготовка до карантину
4. Карантин.
5. Життя, повне обмежень, стає звичним для споживачів.
6. Нове нормальне життя.

Під час першої стадії, передчуття епідемії, відбувається всебічне інформування людей стосовно майбутньої небезпеки та ситуації, яка поступово складається у світі. Споживачі стають усе обізнанішими та намагаються тверезо оцінювати майбутні ризики для свого здоров'я та фінансові витрати, адже у них з'являється невпевненість у завтрашньому дні та певні побоювання щодо здатності забезпечити себе усіма звичними щоденними ресурсами.

На другій стадії споживачі звертають увагу на продукти, які допомагають знизити ризик зараження, наприклад, маски для обличчя та дезінфектанти. Згідно з даними аутсорсингової компанії IQVIA, можна виділити кілька основних трендів зміни світового фармринку на тлі пандемії. У першу чергу відзначається виражений пік зростання аптечних продажів у багатьох країнах на початковій фазі захворюваності з подальшим їх падінням. На ринках європейських країн спостерігалися панічні закупівлі медикаментів перед закриттям країн на карантин. Так, у березні 2020 року порівняно з березнем 2019 р. у багатьох країнах світу значно виріс фармацевтичний ринок, у деяких країнах навіть до 30 %.

Подібна ситуація не минула й Україну. За підсумками 2020 р. загальні обсяги продажу на фармацевтичному ринку зросли на 9,7 % порівняно з 2019 р. У розрізі категорій товарів «аптечного кошика» приріст продажу в грошовому вираженні відзначається для всіх категорій. В Україні фактично виник ринок медичних масок, якого не було раніше.

Під час підготовки до карантину населення відчуває більшу загрозу, тож проактивно готується до можливого карантину, закупаючи найнеобхідніше. Цей період характеризується зростанням споживчих коштів і збільшенням частоти походів у магазини. Можна переважно виділити 2 групи споживачів: ірраціональні, які піддалися паніці та закуповували продукцію на період від 1 до 2 місяців, та раціональні, які свідомо дбали про оптимізацію власних фінансових ресурсів. Зокрема, ірраціональна поведінка споживача в умовах пандемії пов'язана з купівлею продуктів харчування за досить високими цінами, які спостерігалися на початку карантинних заходів та з обмеженим терміном придатності продуктів харчування.

На стадії карантину споживачі більше не бажають виходити з дому за покупками, зростає роль покупок онлайн. Однак у магазинах можливі пусті полиці та відсутність товару через логістичні обмеження.

Наслідки активної фази карантину першою відчула на собі туристична галузь, адже люди значно зменшили свої витрати з бюджету на неї. Таким чином туристичні прибутки впали на рівні 58-78 % порівняно з минулим роком. Пандемія коронавірусу виявилась складним випробуванням також і для системи освіти. Йдеться про розвиток цифрової та дистанційної онлайн-освіти. Збідніння населення внаслідок економічної кризи, втрата платіжної спроможності призведе до зменшення кількості студентів контрактної форми навчання в державних і приватних ЗВО. Можна прогнозувати збільшення конкуренції на ринку та закриття тих ЗВО, що її не витримують.

Життя, повне обмежень, стає звичним для споживачів. Покупці схильні обмежувати свої походи до магазинів, знижується також частота онлайн-покупок. У зв'язку із дефіцитом товарів і підвищенням цін на них покупці можуть ставати чутливішими до ціни, зменшуючи свої споживчі кошики.

Після жорстких карантинних обмежень країна перейшла до адаптивного карантину, що відзначилося на фармацевтичному ринку. Неконтрольоване споживання призвело до дефіциту деяких препаратів. Для фармацевтичної галузі важливим трендом став розвиток онлайн-продажів — Кабінет міністрів України на час карантину дозволив дистанційний продаж ліків і медичних товарів, а також здійснення доставки безпосередньо покупцям із дотриманням умов транспортування.

На останній стадії споживачі повертаються до своєї звичної рутинної діяльності, відчиняються освітні заклади, офіси, магазини.

Висновки пропозиції. Можна з упевненістю стверджувати, що COVID-19 спричинив кардинальні зрушення у поведінці споживачів, і, ймовірно, більша частина нових звичок збережеться в довгостроковій перспективі. Споживчі звички, які, як передбачається, залишатимуться:

- купівля в Інтернеті;
- споживачі продовжуватимуть звертатися до служб доставки продуктів харчування та релігійних;
- покупки розкоші, ймовірно, значно знизяться;
- збільшуватиметься частка онлайн-замовлень, особливо онлайн-контенту в Інтернеті;
- кампанії поза домом та особисті події, ймовірно, зменшаться в майбутньому.

Таким чином вплив COVID-19 на світові тенденції зміни в поведінці споживачів залишається досить непередбачуваним і недостовірним. Але все-таки пандемія дала можливість прогнозува-

ти майбутні зміни споживчої поведінки населення в різних сферах економіки з погляду сучасних реалій життя. Її наслідки включають зміну попиту, перегляд усталених звичок населення, необхідність позапланових досліджень і розробок, перехід до телекомунікацій і телемедицині. Багато з цих змін можуть виявитися довгостроковими та великою мірою змінити споживчу поведінку, переходячи від пріоритетів концепції споживання до збереження здоров'я.

Література:

1. Nielsen: як пандемія вірусу COVID-19 вплинула на зміни у споживчих настроях URL: <https://rau.ua/novyni/nielsen-covid-19-nastroyi/>
2. Дослідження, підготовлене громадською організацією «Центр прикладних досліджень» у співпраці з «Економічною правдою» за підтримки Представництва Фонду Конрада Аденауера в Україні в рамках проекту «Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України»: Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України
3. МИРОВОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК: ТРЕНД — COVID: Журнал «Ремедиум» №9 2020г. DOI: <http://dx.doi.org/10.21518/1561-5936-2020-9-23-24>
4. Міжнародна аудиторсько-консультаційна компанія KPMG. Основні зміни споживчої поведінки в умовах пандемії COVID-19. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3059299-blizko-40-pokupciv-skorocuit-vitrati-cerez-finansovi-trudnosi.html>
5. О. Бочко, О. Феєр, Д. Донець, 2020. ВПЛИВ COVID-19 НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ У МЕЖАХ РИНКУ ТОВАРІВ ПЕРШОЇ НЕОБХІДНОСТІ. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/ae_2020_13_1-2_5.pdf
6. Олексій Філановський. Які зрушення відбулися в ієрархії потреб за Маслоу через пандемію? Блог Filberry URL: https://filberry.com.ua/maslow_hierarchy_shift-2/

Волков О.О.

*«Економічна аналітика», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Кулага І.В.

АНАЛІЗ ФОНДОВОГО РИНКУ З ПОЗИЦІЇ ХВИЛЬНОЇ ТЕОРІЇ ЕЛЛІОТТА

Вступ. Фондовий ринок є важливою частиною функціонування сучасної ринкової системи. Розвиток фондового ринку, з одного боку, відбувається під впливом економічних процесів у національній економіці, з другого — під впливом глобальних тенденцій. Актуальність теми обумовлена поширенням інтересу до фондових ринків у контексті реалізації концепції сталого розвитку в усіх країнах світу.

Мета дослідження — перевірка гіпотези щодо можливостей використання хвильової теорії Елліотта не лише в трейдингу, але й в якості аналітичного інструментарію для аналізу ринків і компаній в умовах сталого розвитку.

Методи дослідження: індукції та дедукції для формулювання гіпотези на основі фактичного матеріалу та висновків на основі проведеного дослідження; аналізу і синтезу для аналізу фондових ринків; наукової абстракції для оцінки можливостей використання хвильової теорії Елліотта для аналізу діяльності підприємств в умовах сталого розвитку.

Огляд фахової літератури. Теорія хвильового руху ринків була запропонована Ральфом Нельсоном Елліоттом і знайшла подальшого розвитку в роботах Роберта Пректера, Альфреда Фроста, Джона Дж. Мєрфі та ін.

Результати дослідження. Теорія Елліотта відкриває перед інвестором або аналітиком значні можливості, так як широко використовується для будь якого вільного активу або товару (акції, облігації, нафта, золото, валюта та інше). Основу теорії становить припущення, що рух цін на ринку є циклічним процесом зміни імпульсних хвиль на корекційні і навпаки. Оскільки, поведінка ринкових цін передбачувана, то прогноз можна зобразити на графіку у вигляді хвиль (хвилі — чітко відмінні цінові рухи), які можна розподілити на п'ять хвиль за напрямом основного тренду татри хвилі в зворотному русі. При цьому хвилі поділяються на:

- імпульсні, що створюють спрямований тренд («бичачий» або «медвежий») і призводять ринок у значний рух;
- коригувальні, які характеризуються рухами проти тренду.

У хвильовій теорії Елліотта використовується принцип вкладеності хвиль, який передбачає, що будь-яка хвиля є частиною довшої хвилі й сама розподіляється на коротші. Залежно від напрямку більшої хвилі, внутрішні поділяються на 3 або 5 хвиль. Отже, кожна імпульсивна хвиля складається з п'яти хвиль меншого розміру, а кожна коригувальна хвиля (проти напрямку тренду) — з трьох хвиль.

Для математичного викладу теорії Елліотт використав принцип чисел Фібоначчі. Вони відіграють важливу роль у побудові повного ринкового циклу, описуваного хвилями Елліотта. Кількість хвиль, котрі створюють тенденцію, співпадає з числами Фібоначчі.

У теорії особлива увага приділяється індивідуальним прикметам для кожної з хвиль. Крім цього, існують певні правила пропорцій побудови хвиль Елліотта. Ці правила допомагають правильно визначити моменти початку побудови хвиль та їхній рух. Довжина хвиль вимірюється від максимуму до мінімуму відповідної хвилі. Надане класичне співвідношення хвиль поміж собою підтверджено фактично з похибкою 10 %. Така похибка пояснюється короткостроковими впливами деяких технічних або фундаментальних факторів. В цілому, подані співвідношення є досить умовними. Важливим є і те, що відношення довжин всіх хвиль може приймати такі значення (таблиця 1):

Таблиця 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ВІДНОШЕННЯ ХВИЛЬ

Хвиля	Класичне відношення хвиль
1	-
2	0.382, 0.5 або 0.618 довжини Хвилі 1
3	1.618 або 2.618 довжини Хвилі 1
4	0.382 або 0.5 довжини Хвилі 1
5	0.382, 0.5 або 0.618 довжини Хвилі 1
A	0.382, 0.5 або 0.618 довжини Хвилі 1
B	0.382 або 0.5 довжини Хвилі A
C	1.618, 0.618 або 0.5 Хвилі A

На основі проведеного аналізу виявлені певні обмеження використання хвильової теорії Елліотта:

- оскільки теорія не допомагає позбавитися суб'єктивізму в оціночних судженнях, аналітик повинен робити висновки самостійно спираючись на свій досвід і практику;
- проблематичність визначення точки входу, так як тут відображаються тільки конкретні області, в яких повинна відбутися зміна тренду;
- неможливість автоматизації хвильового аналізу, оскільки окремі індикатори не завжди можуть коректною мірою відображати ситуацію на ринку.

Проте для об'єктивного аналізу потрібно звернути увагу на такі можливі перспективи використання хвильової теорії:

- для прогнозування перспектив ринку та обраного підприємства;
- для виокремлення непродуктивні підприємств з метою реструктуризації;
- для проведення аналізу реакції суспільства та інвесторів на нововведення;
- для прогнозування тривалості періоду спаду та зростання.

Висновки і пропозиції. Якщо абстрагуватися від недоліків хвильової теорії та її складності, можливим вбачається її використання як додаткового методу для аналізу діяльності підприємств у контексті реалізації стратегії сталого розвитку, який надає аналітику великий об'єм інформації на різних проміжках часу. Для здійснення такого аналізу пропонується розподілити досліджувані підприємства на дві категорії: перспективні та неперспективні, з точки зору можливостей їх реконструкції, у відповідності вимогам сталого розвитку. Результатом проведеного аналізу є виокремлення підприємств, що перебувають в стадії спадного тренду чи будуть входити в нього та для яких пропонується обирати один з можливих сценаріїв: 1. Закриття або продаж підприємства через нерентабельність чи відсутність коштів на проведення реконструкції 2. Пошук інвестицій для проведення термінових нововведень. Для залучення додаткових ресурсів підприємство також може випустити облігації, тим самим стимулюючи фондовий ринок. Для перспективних підприємств додатковим інструментом аналізу для прийняття подальших рішень може бути аналіз біржових графіків.

Результатом проведеного дослідження є підтвердження запропонованої гіпотези щодо можливостей використання хвильової теорії Елліотта в якості аналітичного інструментарію для аналізу ринків та компаній в контексті реалізації концепції сталого розвитку.

Література:

1. Mitchell C. Fibonacci Retracement Levels [Електронний ресурс] / Cory Mitchell// Investopedia. — 2020. — URL:<https://www.investopedia.com/terms/f/fibonacciretracement.asp>. (дата звернення — 07.05.2021).
2. Михайличенко Н.М. Дослідження актуальних проблем розвитку фондового ринку України / Н.М. Михайличенко, О.О. Мірошніченко // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Фінанси: теорія і практика». — К.: Національний авіаційний університет, 2017.
3. Роберт Пректер, Альфред Фрост. Волновой принцип Эллиотта. Ключ к пониманию рынка = Elliott Wave Principle: Key to Market Behavior. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 270 с.

Головенко А.О., Яременко В.І.,
«Економічна аналітика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., проф.,
професор кафедри економічної теорії Москаленко О.М.

ЛІНГВІСТИЧНІ ФРЕЙМИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПАТЕРНИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Вступ. Сучасне економічне зростання характеризується збільшенням грошових витрат на рекламу та дослідженням її впливу на поведінку людей. З метою залучення споживача до купівлі товарів чи послуг, у механізмі дії реклами актуальним є використання лінгвістичних фреймів. Реклама є постійним супутником людини і незалежно від її бажання впливає на її поведінку, стиль життя, ціннісні поняття.

В умовах ринкових відносин фреймова теорія є доволі актуальною, оскільки має міжпредметний характер, вона дозволяє пояснювати мовні явища з позиції когнітивного аналізу і застосовується не лише в межах когнітивних наук, але й у практиці лінгвістичних досліджень. Зокрема, у працях С.В. Козак, О.О. Коляденко, Л.М. Коцюк, О.В. Тишко та ін. проаналізовано поняття «фрейм», здійснено пошук визначення цього поняття.

Методи дослідження. Загальне визначення фреймінгу розглядається як метод організації або структурування соціальних смислів, який дозволяє впливати на сприйняття аудиторією наданої інформації. Цей метод дає можливість конструювати знання і уявлення про товар або послугу за рахунок акцентування уваги цільової аудиторії на певних властивостях продукту і способи його застосування. Також фреймінг дає змогу представляти товар або послугу в потрібному для рекламодавця світлі. [1–5].

На теперішній час використання фреймів, незважаючи на обмеження, є потужним інструментом маркетингу. Він дає змогу використовувати цінності, думки і переконання цільової аудиторії в просуванні товару. Фахівці стверджують, що вона — могутній засіб впливу і маніпуляції людиною.

Реклама навіює людині думку, що якщо вона купить ту чи ту річ, то вона стане щасливішою, привабливішою, успішнішою, що цей товар сприятиме підвищенню її статусу. З гедоністичної точки зору люди оцінюють себе та інших залежно від того, чим вони володіють [6].

Результати дослідження. У цьому дослідженні було взято до уваги рекламні кампанії міжнародних брендів. Деталі дослідження наведено нижче в табл. 1.

Основним принципом, за яким створюється кожна контент-реклама, є те, що після його перегляду у людини залишаються певні бажання, почуття, емоції і асоціації. Рекламний слоган, чітко поєднується з фреймом відео та повинен повністю передати ідею реклами і надихнути на позитивні емоції.

Реклама має на меті покращити сприйняття людиною певного товару. Якщо вона робить це відповідно до мети рекламодавців — вона є ефективною.

На сприйняття людиною рекламного звернення, окрім якості реклами, впливають такі чинники: менталітет людини, цінності її соціального класу, а також різні некомерційні джерела інформації (сім'я, друзі, вчителі тощо). Усі вони беруть участь у процесі прийняття рішення.

Завдяки використанню фреймів реклама впливає на когнітивні структури представників певної цільової аудиторії — так у людини може з'явитися «ефект володіння», адже вона бачить себе

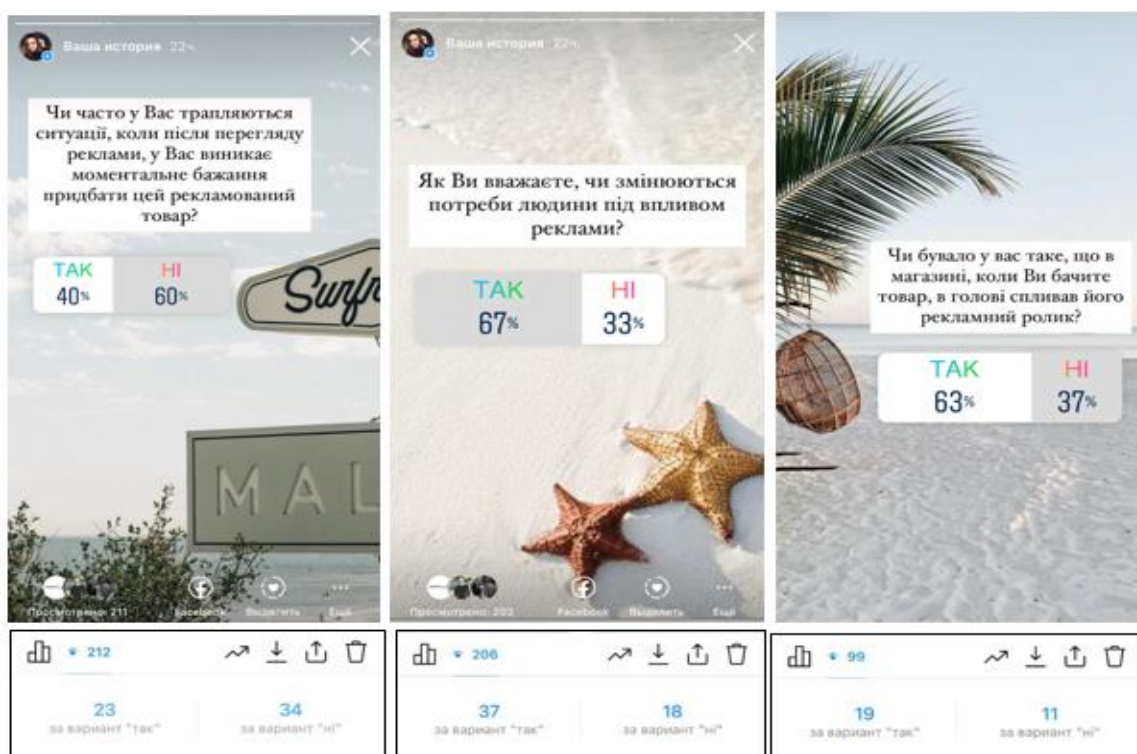
у цій рекламі, свою сім'ю, можливо вирішення деяких своїх проблем, або людина хоче асоціювати себе з деякою часткою суспільства (наприклад, людина вважає себе успішною, а всі успішні люди мають айфон, який рекламується, тому це стимулює до його покупки), а це породжує чутливість до здійснення витрат.

Таблиця 1

ВИЯВЛЕНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ФРЕЙМИ В РЕКЛАМІ

Назва бренду	Лінгвістичний фрейм	Емоційний фрейм (що бренд намагається донести)
Raffaello	А як кохаєте Ви?	Танцівниця в бальній пачці прекрасно підкреслить вишуканість, витонченість і тонкість. І самі ж цукерки представлені у вишуканій білосніжній упаковці та у романтичному іміджу.
Aviasales	Aviasales – поиск дешевых авиабилетов	Авіасейлсдопомагаєзнайтикупитинайдешевшіавіаквитки
Garnier	Від Garnier — природно	У часи, коли всюди пропагується здоровий образ життя, а споживачі все більше звертають увагу на склад косметичних засобів, Garnier наголошують увагу на те, що їх товар природний і не несе шкоду волоссю
Allo	Тицяй що хочеш	Тиць в смартфон — покупка вже в «кишені». Так Allo пояснював аудиторії легкість здійснення онлайн-покупок.
Пром.юа	Продавці-топчик, ціни-горобчик	Своїм слоганом вони наголошують, що продавці на цьому сайті хороші, можна знайти все що забажаєш і за низькими цінами
Duracell	Працює в 10 разів довше. Ніщо не працює так довго!	Роблять акцент на тому, що їх батарейки мають найдовший термін використання у порівнянні з звичайними
Срібна країна	Срібна країна і ти на стилі. «Будь оригинальным бро. Бро это серебро»	Роблять акцент на тому, що їх срібні прикраси носять стильні люди, які хочуть бути оригінальними і завжди в моді.

У цій статті представлено дослідження впливу емоційного забарвлення і лінгвістичних фреймів на молодих людей від 18 до 23 років. Опитування було проведено в мережі Instagram на сторінці @annechka134. Протягом 24 годин в InstaStories підписники мали змогу пройти анкетування. Формат запитань і відповіді респондентів наведені нижче:



Висновки і пропозиції. Ефект фрейму на українському та міжнародному ринку складають великий вплив на поведінку споживачів, оскільки споживачі роблять покупки, орієнтуючись на ті рекламні слогани, які найбільш запам'ятались і несуть у собі позитивний зміст.

Також фрейм впливає на світогляд користувачів інформацією, яку подають медіа й може бути використаний політичними, економічними силами для створення тієї чи іншої вигідної реальності. Отже, фрейм можна вважати повноцінним інструментом для створення постправди та, як наслідок, конструктором пропаганди.

Література:

1. Москаленко О.М., Матвієнко М.А., Рубінківська С.О. Поведінковий аналіз ефекту фреймінгу на українському телебаченні // Економіка та підприємництво. — 2020. — №44/2020. — С. 32–45.
2. Козак С.В. Релевантність теорії фреймів у сучасній лінгвістиці // Науковий вісник Волинського держ. у-ту ім. Л. Українки. Розділ VIII. Когнітивна лінгвістика. — Луцьк, 2007. — №3. — С. 257–260.
3. Коляденко О.О. Термін фрейм у лінгвістиці / О.О. Коляденко // Термінологічний вісник. — К., 2013. — Вип. 2 (1). — С. 139–144.
4. Тишко О.В. Лінгвістичний аналіз поняття фрейму / О.В. Тишко, Л.М. Коцюк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна», — Острог, 2009. — Вип.11. — С. 391–399.
5. Набока, Інна. Психологічний вплив реклами [Електронний ресурс] // RadioSvoboda.Ua. — Київ (29 травня 2016).

Каширець І.В.

*«Економічна кібернетика», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент
кафедри економічної теорії Колядич О.І.*

ЦИФРОВА ЕКОСИСТЕМА ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Вступ. Однією з найперспективніших цифрових бізнес-моделей ХХІ століття сьогодні є платформи і цифрові екосистеми. Різноманітність цифрових екосистем є значною, і більшість відомих екосистем охоплюють безліч галузей і включають в себе різні сектори економіки, партнерів, конкурентів, клієнтів і бізнес. У цьому сенсі, актуальними є дослідження основних параметрів, ознак цифрової екосистеми. Враховуючи важливість інвестиційного кредитування, як для світової економіки, так і для економіки України, — цифрова екосистема інвестиційного кредитування набуває особливої актуальності щодо її дослідження.

Предметом дослідження є сутність цифрової екосистеми інвестиційного кредитування — системи консолідації ресурсів та динамічної взаємодії всіх учасників реалізації інвестиційних проєктів. На особливу увагу заслуговують, функціональна, технологічна і комунікативна характеристики цифрової екосистеми інвестиційного кредитування; здатність цифрової екосистеми до самоорганізації. Важливим питанням є визначення головних завдань екосистеми, а саме — управління капіталом і управління змінами.

У той же час не достатньо вивчено можливості сучасних цифрових технологій (блокчейн, краудфандинг, штучний інтелект, смарт-контракти, Big Data,) їх здатності виконувати конкретні завдання цифрової екосистеми.

На сучасному етапі Україна, прагне забезпечити сталий економічний розвиток, намагаючись досягнути макроекономічної стабільності, поліпшити інвестиційний клімат, залучити довгострокові інвестиційні ресурси, урахувати при цьому надбання науково-технічного прогресу та нові тренди цифровізації. Саме тому дослідження обраної теми є актуальним.

Мета: визначення основних особливостей цифрової екосистеми інвестиційного кредитування, розкриття можливостей сучасних цифрових технологій для підвищення інвестиційної ефективності реалізації бізнес-проєктів.

Методи дослідження. У дослідженні застосовано загальнонаукові методи, зокрема статистичний метод для аналізу основних макрофінансових показників; структурний підхід щодо встановлення параметрів і характеристик досліджуваного об'єкту, метод факторного аналізу для аналізу впливу різних факторів на результат.

Огляд фахової літератури. Теоретичні засади феномену цифрової економіки формують фундаментальні роботи вчених, зокрема Д. Белла [1], М. Кастельса [2], В. Ляшенка [3], Н. Негропonte [4], Д. Тапскотта [5], Ф. Уебстера [6] та ін. Останнім часом відзначається розвиток окремого напрямку стосовно прикладних аспектів цифрової трансформації різних сфер економічної діяльності, зокрема у фінансовій сфері [7–9].

Огляд фахової літератури викликає необхідність узагальнення ряду положень теорії цифрової екосистеми, ураховуючи відмінності архітектурних рішень і прикладної спрямованості, здійснення прогнозування економічних ефектів.

Результати дослідження. Дослідження обраної теми потребує, перш за все, визначення поняття «цифрова екосистема інвестиційного кредитування», яке сьогодні відсутнє. За проведеним дослідженням така система має здатність до самоорганізації, масштабованості та стійкості, вона виконує такі завдання, як управління капіталом і управління змінами. Також система полегшує доступ до інвестиційного капіталу, визначає підвищення інвестиційної ефективності за рахунок оцінки інвестиційного проекту, трансформації бізнес-моделей, цифровізації консалтингових технологій, зменшення трансакційних витрат, невизначеності та ризиків, тощо.

На нашу думку, найудалішим і найповнішим визначенням цифрової екосистеми інвестиційного кредитування є визначення Пантелєєвої Н.М. і Пантелєєвої К.О., які формують її, як «відкрити, розподілену, адаптивну, децентралізовану систему консолідації ресурсів і динамічної взаємодії всіх учасників реалізації інвестиційних проектів за фазами життєвого циклу, що будується на інтеграції цифрових платформ і за рахунок цифрових технологій відповідно до прийнятих правил економічної моделі взаємовідносин, формує єдине інвестиційне середовище з високим ступенем зв'язків, свободи та довіри» [10, с. 27].

Концептуальний підхід до побудови цифрової екосистеми інвестиційного кредитування подано на рис. 1 [10, с. 27].



Рис. 1. Цифрова екосистема інвестиційного кредитування

Об'єктом екосистеми є інвестиційний проект, а предметом — інвестиційне кредитування та реалізація проекту залученими до екосистеми суб'єктами. Такими суб'єктами є профільні міністерства та відомства, урядові установи, фінансові посередники, бізнес-акселератори.

Інформаційно-технологічна платформа закладає основу запропонованої екосистеми та інтегрує цифрові платформи суб'єктів екосистеми. Взаємодію платформ забезпечує цифровий шлюз. Він може бути побудований, наприклад, за допомогою відкритого прикладного програмного інтерфейсу API (Application Programming Interface). Це дає змогу прийняти єдині для всіх правила взаємодії (єдиний протокол), набути необхідних навичок і компетенцій, що в підсумку забезпечує гнучкість та адаптованість платформ та екосистеми у цілому відповідно до особливостей кожного інвестиційного проекту.

Корисними інструментами є експертна та фінансова оцінка, скоринг, шаблони різних видів, що сукупно доповнюють цифровий профіль інвестиційного проекту кількісними та якісними характеристиками. Важливим активом екосистеми, на нашу думку, є інститут експертів, ведення єдиного реєстру та залучення яких сприятиме побудові відкритого експертного середовища для прийняття обґрунтованих рішень.

Дані та хмарна інфраструктура доступу утворюють ядро екосистеми і максимізують її цінність за рахунок стійкого та надійного доступу до Інтернету. При цьому для всіх суб'єктів екосистеми необхідно забезпечити ефективне управління даними на основі єдиних стандартів їх збереження, обміну і доступу. Усе це створює фундамент для відкритого і прозорого доступу, спільного використання та ефективного управління даними, а також здійснення аналітики. Зокрема, технологія Великих даних (Big Data) як сукупність інструментів і підходів до аналізу даних у запропонованій екосистемі буде корисною під час управління інвестиційними проектами, проведення інвестиційно-кредитного скорингу. Аналіз великих даних дасть змогу краще зрозуміти інвестиційні розриви та потреби у фінансуванні, скоротити витрати на ідентифікацію, оптимізувати внутрішні процеси щодо андеррайтингу кредитів та управління ризиками.

Технології штучного інтелекту — можуть знайти застосування в режимі реального часу під час: 1) аналізу фінансового стану та стійкості бенефіціара або фінансового посередника; 2) налагодження взаємовідносин між суб'єктами інвестиційного кредитування та реалізації інвестиційного проекту, враховуючи поведінкові аспекти; 3) виявлення відхилень або невідповідностей в інвестиційному проекті за багатофакторною динамічною системою оцінки його ефективності з подільним прийняттям заходів їх нівелювання; 4) моделювання та оцінки ризиків інвестиційного проекту; 5) генерування рекомендацій і прийняття рішень, гнучких за рахунок використання алгоритмів машинного навчання; 6) мовної аналітики та управління якістю консультацій.

Технологія блокчейн у рамках екосистеми здатна відслідковувати та встановлювати механізми здійснення таких операцій і процедур: 1) ведення єдиних розподілених реєстрів ліцензування та реєстрація суб'єктів господарювання й інвесторів; 2) випуск цінних паперів (акцій, облігацій); 3) фіксування прийняття колегіальних рішень і закріплення дольової участі в інвестиційних проєктах на засадах консенсусу і державно-приватного партнерства.

Технологія краудфандингу спрямована на вирішення проблеми довгострокового фінансування шляхом його залучення з альтернативних джерел через цифрові платформи. Вона може сприяти створенню багатосторонніх відносин із метою формування фондів венчурного капіталу.

Смарт-контракти (Smart contract, інтелектуальні контракти) — це договір між кількома сторонами з приводу змінення або припинення юридичних прав та обов'язків, в якому частина або всі умови записуються, виконуються, забезпечуються на основі технології блокчейн.

Висновки і пропозиції. Отже, конкретизація та деталізація інвестиційно-кредитної діяльності, позитивно вплине на зменшення невизначеності, інформаційної асиметрії та ризиків, підвищить якість реалізації проєктів, що стане сигналом до подальшої спільної діяльності й здатності до взаємодії для сукупності інших залучених суб'єктів, кількість яких буде зростати у часі зі збільшенням інвестиційних проєктів.

Цифрова екосистема інвестиційного кредитування створює можливості щодо: 1) ефективної та надійної обробки даних у процесі інвестиційного кредитування; 2) виявлення потенційних ризиків для подальшого дієвого випереджаючого реагування; 3) формування бази альтернативних варіантів і перспективних інвестиційних сценаріїв; 4) підвищення прозорості реалізації інвестиційних проєктів за фазами життєвого циклу, а також бізнес-процесів і корпоративних систем усіх суб'єктів; 5) надання інвесторам можливості самореєстрації; 6) підвищення довіри у взаємодії суб'єктів інвестиційного кредитування та розвитку державно-приватного партнерства.

Література:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва : Academia, 2004. 788 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.155 / ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ
3. Ляшенко В.І., Вишневський О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку ; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. Київ, 2018. 252 с.
4. Negroponte N. Being Digital. URL : <http://governance40.com/wp-content/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf> (дата звернення: 31.07.2019).
5. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1994. 342 p.
6. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Москва : Аспект Пресс, 2004. 400 с.
7. Transformation of financial intermediation in the context of spread of digital trends / N. Pantieliieva et. al. Bulletin of the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. 2019. № 3. P. 144–152.
8. FinTech, Transformation of Financial Intermediation and Financial Stability / N. Pantieliieva et. al. International Scientific-Practical Conference on Problems of Infocommunications Science and Technology. 2018. P. 553–559.

9. Коваленко В.В. Розвиток Fintech: загрози та перспективи для банків України. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 4(09). С. 127–133.

10. Пантелєєва Н.М., Пантелєєва К.О. Цифрова екосистема інвестиційного кредитування. Режим доступу : http://bses.in.ua/journals/2019/43_2019/27.pdf

Лембик О.О.

«Економічна аналітика», 5 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Колядич О.І.

ПРОМИСЛОВІСТЬ, ІННОВАЦІЇ ТА ІНФРАСТРУКТУРА. МІСЦЕ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Вступ. Цілі сталого розвитку були — ключові напрямки розвитку країн були ухвалені на саміті ООН зі сталого розвитку[1], нараховують 17 глобальних цілей[2], яким відповідають 169 завдань. Ціль сталого розвитку №9, має назву «Промисловість, інновації та інфраструктура» та має на меті створення стійкої та інклюзивної інфраструктури та сприяти сталій індустріалізації, збільшити доступ до фінансових ринків, посилити дослідження та оновити промислові технології[3], [4]. Україна через низький рівень розвитку має надзвичайно високий потенціал для розвитку через індустріалізацію та розширення доступу населення до інфраструктури.

Дане дослідження є актуальним в першу чергу через те, що ціль сталого розвитку 9, є найвпливовішою в економічному плані на добробут і рівень життя населення, так як основним чинником впливу на ВВП є промисловість та якісна інфраструктура, чи то енергетична та телекомунікаційна, чи то транспортна та ЖКГ. Такий тісний зв'язок з економікою, разом з величезним потенціалом для розвитку в Україні, через наднизьку ступінь розвитку, є фундаментальним та основоположним фактором для розвитку національного благополуччя.

Метою даної роботи є аналіз стану України у впровадженні цілі сталого розвитку №9, вивченням світового досвіду, з подальшим виробленням рекомендацій з імплементації та досягнення завдань, поставлених перед Україною для підвищення рівня життя людей.

Методи дослідження. У роботі були використані різні загальнонаукові методи дослідження, зокрема статистичний метод для аналізу основних макрофінансових показників та даних Національного банку України, Міністерства фінансів України та Державної служби статистики України, метод порівняння, для співставлення наслідків впливу глобального середовища на економіку України[5], метод гіпотези для формулювання ефективних пропозицій рішень проблем з впровадженням цілі сталого розвитку №9.

Огляд фахової літератури. Проблематика цілей сталого розвитку та безпосередньо їх стан впровадження та вплив на економіку України є мало дослідженим. Здебільшого література, яка є доступною, видана та написана міжнародними організаціями у вигляді моніторингу впровадження даних цілей. Найціннішими першоджерелами є такі організації, як ООН та Європейська комісія.

Результати дослідження. Основною ціллю розвитку промисловості, інновацій та інфраструктури є підвищення рівня розвитку країн, проте країни, які цього потребують, часто не мають фінансових ресурсів для досягнення цих цілей і через це потрапляють у «пастку бідності», коли неможливість владання ресурсів у розвиток, спричинює ще більше відставання та деградування, що лише зменшує доступні ресурси країни.

Ціль сталого розвитку №9 визнає [6], що здатність людства ефективно з'єднуватися та спілкуватися, ефективно переміщувати людей і речі та розвивати нові навички, галузі та технології є вирішальним у подоланні багатьох взаємопов'язаних економічних, соціальних та екологічних проблем у 21 столітті.

Технологічний розвиток інфраструктури — це те, що породжує стійке суспільство. Основний акцент робиться на розробці надійних і стійких інфраструктурних рішень, що підтримують економічний розвиток, а також добробут людей і забезпечують рівний та універсальний доступ до інформації та фінансових ринків. Також ключовою проблемою є невідповідність інвестицій у дослідження, розробку та кількість дослідників у країнах, що розвиваються, порівняно з розвиненими країнами.

Україна сформувала розвинутий індустріальний комплекс за часи перебування у складі СРСР у 20-му столітті, проте деіндустріалізаційні процеси, що почали відбуватися з розпадом Радянського Союзу, через тісні коопераційні зв'язки з колишніми союзними республіками у виробницт-

ві, призвели до руйнації високотехнологічної складової виробничого потенціалу України. За останні 10 років, промислове виробництво скоротилося на 25 % (рис. 1)

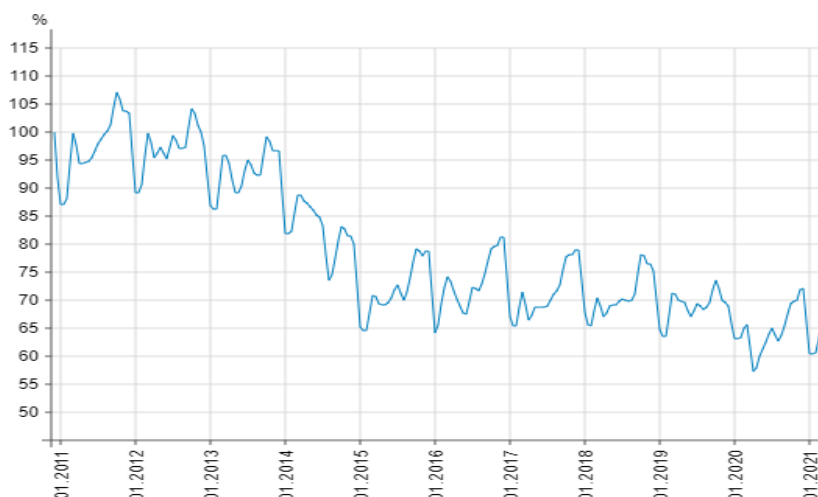


Рис. 1. Індекс промислового виробництва в Україні за 2011–2021 роки, наростаючим підсумком [7]

Наразі у структурі промислового виробництва переважають сировинні виробництва третього- та четвертого технологічних укладів, залежні від кон'юнктурних циклів на світових ринках, на які припадає 58 % і 38 % продукції відповідно. На п'ятий технологічний уклад припадає лише 4 % продукції, виробництво товарів шостого технологічного укладу практично відсутнє (0,1 %). В абсолютному вимірі показники на порядок нижчі, ніж в економічно розвинених країнах.

Частка експорту промислової продукції у валовому внутрішньому продукті становить близько 40 %, однак значну частину в його структурі займає сировина. Ключовими проблемами є високий ступінь зношеності основних засобів, застарілі технології та бізнес-моделі, надвисокі ресурсозатратність та енергоємність виробництва, нерозвинута промислова інфраструктура, зокрема використання інформаційно-комунікаційних платформ і технологій у ланцюжках створення до даної вартості продукції.

Висновки і пропозиції. Так як Україна має дуже низькі стартові позиції за світом, тому можлива дуже якісна зміна стану речей у частині розвитку інфраструктури, завдяки модернізації наявної або будівництву нової. Такі проекти можуть реалізовуватись завдяки залученню приватних інвестицій (наприклад логістичні центри Нової Пошти чи Розетки та розвиток 4G за рахунок найбільших гравців телекомунікаційного ринку), чи державно-приватного партнерства (концесія аеропортів, морських портів, автомобільних доріг), чи суто за рахунок державних видатків (будівництво автомобільних доріг і супутньої інфраструктури).

В рамках сьогоденної ситуації з переходом світу та безпосередньо ЄС до безвуглецевої економіки, Україні варто стимулювати модернізацію виробництва для відповідності новим і майбутнім стандартам виробництва продукції, це може бути як і безвідсоткові кредити, так і субсидування безпосередньо об'єктів господарської діяльності.

Література:

1. «The 2030 Agenda for Sustainable Development and the SDGs». European Commission Environment. [Електронний ресурс]. —
2. UN — Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. [Електронний ресурс]. — <https://sdgs.un.org>
3. «2017 HLFP Thematic Review of SDG-9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation». 2017. [Електронний ресурс]. —
4. «Goal 9: Industry Innovation and Infrastructure». United Nations Development Program (UNDP). [Електронний ресурс]. —
5. Цілі сталого розвитку в Україні — індустрія, інновації та інфраструктура. [Електронний ресурс]. — <https://ukraine.un.org/uk/sdgs/9/funding>
6. ПРООН — ціль 9: інновації та інфраструктура. [Електронний ресурс]. — <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-innovation-and-infrastructure.html>
7. Індекс промислового виробництва України. [Електронний ресурс]. — <https://index.minfin.com.ua/economy/index/industrial/>

АНАЛІТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТЕОРІЇ ІГОР ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКИХ СТРАТЕГІЙ: ТЕОРЕМА МІНІМАКС VS МАКСИМІН

Постановка проблеми. На теперішній час сучасна економіка при проведенні наукових досліджень, а також вирішенні поставлених практичних задач, все більше схильна опиратися на складний математичний інструментарій. В умовах невизначеності, при розв'язанні виявлених проблем і прийнятті управлінських рішень, найбільш використовуваним математичним інструментом обирається теорія ігор. Вона може призвести до ефективніших і продуктивніших результатів при вдалому та змістовному використанні.

З існуючим питанням ефективного розвитку економіки на мікро- та макrorівнях важливо відслідковувати поточний стан, за якого спостерігається нестабільність, низька конкурентоспроможність продукції, негативний інвестиційний клімат і високий рівень збитковості підприємств. Стан економіки свідчить, що при розгляді на рівні окремого підприємства, — маємо негативну характеристику прийнятих рішень, а саме: слабкий рівень методологічного підґрунтя прийняття рішень та потребу удосконалення апарату їх прийняття. Існуючі проблеми є прямим доказом потреби в окремому дослідженні щодо ефективного використання аналітичних інструментів з метою підвищення якості прийняття управлінських рішень.

Метою нашого дослідження був аналіз застосування аналітичних інструментів теорії ігор для підвищення ефективності управлінських стратегій.

Предметом дослідження є теорема мінімакс (максимін) і спроба конкретизації шляхів використання обраного інструментарію у процесі прийняття рішень.

Поставлена мета створила необхідність у побудові рішення ряду взаємопов'язаних завдань дослідження:

- 1) сформулювати сутність та економічну важливість процесу прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень;
- 2) дослідити можливість використання аналітичних інструментів теорії ігор у прийнятті управлінських рішень і формування відповідних стратегій;
- 3) проаналізувати існуючий математичний інструментарій, а саме теорему мінімакс (максимін);
- 4) розглянути конкретні варіанти застосування відповідного інструментарію при розробленні управлінських стратегій.

У багаточисельних публікаціях фахівців різних напрямків поняття «прийняття рішень» трактується, виходячи зі специфіки розглянутих задач. Математики розглядають прийняття рішення з позицій рекомендованих ними формальних методів і алгоритмів; соціологи — з точки зору процесів, що відбуваються в суспільстві; психологи намагаються «заглянути в підсвідомість», визначаючи мотиви прийняття того чи того рішення. Економісти зосереджуються на питаннях розподілу і використання ресурсів, визначення раціональних обсягів виробництва, підвищення економічної ефективності та ін. Юристи розглядають ухвалення рішення з точки зору права. Узагальнюючи різні погляди на термін «прийняття рішень», відзначимо, що він вживається у вузькому і широкому сенсі. У вузькому сенсі — це заключний акт певної діяльності (план роботи, проєкту тощо) з вибору кращого варіанту рішення, здійснюваного за допомогою певних правил.

У широкому сенсі, прийняття рішення — це процес раціонального або ірраціонального (інтуїтивного) вибору альтернатив, що має на меті досягнення бажаного результату.

Цей процес залежить не тільки від особистості особи, що приймає рішення (далі — ОПР), але також від методів і процедур розробки і обґрунтування рішень. Саме цими методами і процедурами займається теорія прийняття рішень.

Дослідження визначеного інструментарію варто розпочати з передумов виникнення та викладення теоретичного базису. Теорема Неймана про мінімакс вважається важливим етапом розвитку математичного апарату теорії ігор. Поява роботи Неймана з доказом цієї теореми є моментом народження теорії ігор як самостійної математичної дисципліни. Згодом саме ця теорема отримала різноманітні втілення на практиці та методологічні узагальнення.

Розглядаючи детальніше імплементацію математичного апарату у конкретних прикладах теорії ігор, спочатку буде наведено приклад використання у процесі прийняття рішень.

В антагоністичних іграх двох осіб з нульовою сумою головним вибором оптимальної стратегії є така стратегія, використання якої при багаторазовому повторенні гри забезпечує гравцеві максимально можливий середній виграш (або мінімально можливий середній програш).

Для пошуку оптимальної стратегії в теорії ігор використовується «песимістичний» критерій, званий критерієм максиміна / мінімакса і заснований на виборі найкращої з найгірших можливостей. Теорія виходить з припущення про те, що обидва гравці однаково сильні і не прощають помилок. Передбачається також, що оптимальне рішення досягнуто, якщо жодному з гравців не вигідно змінювати свою стратегію (точка рівноваги або сідлова точка), тобто досягнення компромісу в реальному конфлікті сторін, що мають протилежні інтереси, є вигідним для кожного з супротивників.

У сідлової точки чудова властивість: вона одночасно є мінімальним елементом рядка і максимальним елементом в стовпці платіжної матриці. Якщо порівняти максимін і мінімакс у будь-якій антагоністичній грі двох осіб з нульовою сумою, то справедлива теорема Неймана, з якої випливають практично корисні властивості оптимальних стратегій.

Тобто теорема про мінімакс зазвичай має у кінцевому висновку тезу про те, що максимін дорівнює мінімаксу. У доказі має потребу лише теза про те, що максимін не є меншим за мінімакс. Обернена нерівність (використовуючи економічне формулювання) має ту саму частку вірності: «за рівних умов максимальний серед мінімальних виграшів не може бути більше ніж мінімальний серед максимальних виграшів».

Якщо умови мінімакс і максимін дійсно реалізуються, їх рівняння еквівалентно існуванню сідлової точки, за якої одночасно досягається максимум за першим вектором і мінімум за другим у білінійній функції.

Як правило, ми поділяємо людей на тих, що схильніші до ризику; та тих, що уникають ризику. Інтерпретація вищезгаданих інструментів до обрання управлінських стратегій менеджерами підприємств визначимо два варіанти прийняття рішень: перший, що ґрунтується на критерії максиміну (базується на обережному підході до ризику та ґрунтується на рішенні по максимізації мінімальної виплати); другий — на критерії мінімаксу (мінімізація шкоди від прийняття неправильного рішення і заснований в першу чергу на визначенні оптимального рішення для кожного з можливих наслідків).

Висновок. Кінцевий результат прийняття рішення управлінців, засновуючись на однаковому інформаційному базисі, може варіюватися залежно від їх ставлення до ризику певного управління. Тобто відповідні критерії прийняття рішень, що використовуються з метою обрання управлінської стратегії, засновуються на ставленні менеджера до ризику.

Література:

1. Game Theory: Zero-Sum Games, The Minimax Theorem. URL: <https://www.cs.toronto.edu/~nisarg/teaching/304f17/slides/CSC304-L5.pdf>
2. Теорема Неймана о минимаксе — общеизвестная и неизвестная. URL: <http://www.mathnet.ru/links/bb3e5557d171feb96b9b0eae8beb1de/mp163.pdf>
3. Game Theory: Minimax, Maximin, and Iterated Removal URL: http://people.maths.ox.ac.uk/griffit4/Math_Alive/3/game_theory3.pdf
4. Орлов А.И. Теория принятия решений. URL: http://lib.maupfib.kg/wp-content/uploads/2015/12/kn_teor_prin_upravresh_.pdf
5. Гладкова Л., Наумова М. Застосування теорії ігор в економіці. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/228635336.pdf>
6. Принцип максимина (минимакса). URL: http://www.math.mrsu.ru/text/courses/method/princip_maxmin_minmax.htm

Трунова В.Г.

*«Економічна аналітика», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Колядич О.І.

ГЕНДЕРНА ПРОБЛЕМА В КОНТЕКСТІ СИТУАЦІЇ З COVID-19 В УКРАЇНІ

Вступ. Через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмежувальні заходи перед усіма країнами світу, у тому числі й перед Україною повстало багато викликів стосовно захисту прав людини, зокрема встановлення гендерної рівності. Проблема полягає в тому, що пандемія непропорційно впливає на жіночу частину населення України в різних сферах. Наприклад, відносини

щодо працевлаштування та праці, сімейні відносини та різні види насильства (фізичне, психологічне, сексуальне та інші).

Метою дослідження є визначення ризиків і викликів, які зустрічаються жінкам і дівчатам під час пандемії COVID-19.

Проблема гендерної нерівності є надзвичайно актуальною, адже припинення дискримінації у будь-якому її прояві є не просто основним правом людини, а й має дуже велике значення для пришвидшення сталого розвитку. Виходячи з ситуації, що склалася зараз, питання стоїть особливо гостро, адже всі події, що відбуваються, ставлять під загрозу нівелювання досягнень у забезпеченні гендерної рівності.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на використанні міждисциплінарного підходу, історіографічного методу, методу порівняння, контент-аналізу літератури, аналізу існуючих опитувань, опрацювання статистичних даних, отриманих з офіційної та дескриптивної статистики.

Огляд фахової літератури. Так як проблема гендерної нерівності в контексті ситуації з COVID-19 є актуальною, з'являється все більше публікацій на задану тему, що здійснюються як окремими науковцями (економістами, соціологами, політологами та психологами), так і міжнародними організаціями та їх структурами. Фундаментальною можна вважати публікацію «Оперативна гендерна оцінка становища та потреб жінок у контексті ситуації з COVID-19 в Україні», яка підготовлена структурою ООН — ООН Жінки. Автори праці мають за мету збільшити поінформованість суспільства щодо результатів, до яких може призвести пандемія, для жінок різних верств населення. У цій роботі оприлюднено багато статистичних даних, які доводять, що проблема є і вона дуже разюча.

Ще однією важливою працею стосовно гендерної нерівності у період нашого сьогодення є публікація «Гендерний вимір пандемії COVID-19» О. Кисельової, кандидатом філософських наук і керівником Проекту «Гендерне бюджетування в Україні». У роботі також розглядається гендерна проблема та обмежувальні карантинні заходи, але більшою мірою увага зосереджена саме на заходи уряду, рішення перерозподілу публічних коштів, формування рекомендацій у сферах зайнятості та доходів, соціального захисту, домашнього насильства та охорони здоров'я.

Результати дослідження. Завдяки аналізу статистичних даних було виявлено, що рівень зайнятості жінок працездатного віку нижчий у порівнянні з рівнем зайнятості чоловіків працездатного віку, частка жінок, які є самозайнятими у неформальному секторі, більша, ніж частка чоловіків; жінки здебільшого зайняті в галузях бюджетної сфери, де зарплата переважно нижча, у більшості сфер, які передбачають безпосередній контакт зі споживачами послуг, залучені жінки (рис. 1). Також вони більше залежать від соціальної допомоги та соціальних послуг, ніж чоловіки, та становлять більшу частину людей з низьким рівнем доходу, що звертаються за державними соціальними виплатами.

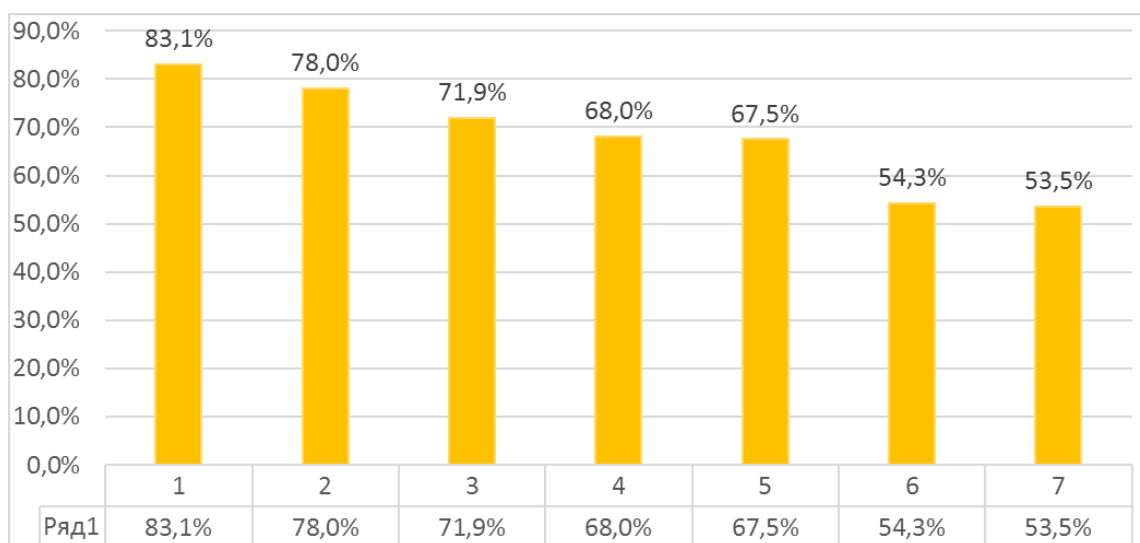


Рис 1. Сфери зайнятості жінок 2020 р.

складено автором на основі даних [1].

На рис. 1 позначення 1 — сфера охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, 2 — сфера освіти, 3 — фінансовий і страховий сектор, 4 — сфера мистецтва, спорту, розваг і відпочинку, 5 — сфера державного управління та оборони, обов'язкового соціального страхування, 6 — сфера тимчасового розміщування та організації харчування, 7 — сфера гуртової та роздрібної торгівлі.

Завдяки аналізу існуючих опитувань було виявлено, що жінки здебільшого піклуються про дітей і літніх людей у родині, тому, в ситуації запровадженого карантину, вони беруть на себе функції вихователюк і доглядальниць. У цей час також загострюється проблема розподілу гендерних ролей у родині, оскільки основний тягар з виконання неоплачуваної доглядової праці під час карантину покладається теж на жінок.

Дослідженням було підтверджено думку, що існує негативний ефект низької участі жінок, особливо жінок з уразливих груп, в ухваленні рішень як на державному, так і на місцевому рівнях. Оскільки обмежена участь жінок у цих процесах не дає їм можливості впливати на формування політики, прийняття відповідних нормативно-правових актів, які б враховували потреби жінок, а також згладжували негативні наслідки, на які, ймовірно, треба очікувати після карантинних заходів.

Тобто було виявлено, які фактори визначають вразливе становище жінок у зв'язку з пандемією. Також було визначено, що жінки, які мають дітей віком від трьох до сімнадцяти років, стикаються з подвійним навантаженням через поєднання оплачуваної та доглядової праці (стосується обмежувальних заходів щодо закладів дошкільної та шкільної освіти).

Крім наведених результатів, було проаналізовано групи заінтересованих осіб і сформовано матрицю стейкхолдерів за ступенем впливовості та зацікавленості, згідно якої високу впливовість та високу зацікавленість у покращенні становищі жінок у зв'язку з пандемією мають міжнародні (ООН, НАТО, ОБСЄ) та громадські організації (Ліга захисту прав жінок «Гармонія рівних», «Позитивні жінки», «Традиції та порядок»), високу зацікавленість і низьку впливовість — жінки незалежно від віку, регіону проживання та рівня зайнятості (тобто цільова аудиторія подібних досліджень). Низьку зацікавленість, але при цьому високу впливовість мають державні службовці (депутати Верховної Ради України, департамент соціальної та гуманітарної політики), політики (міські голови, депутати місцевих рад) та засоби масової інформації, а низьку впливовість і, на жаль, низьку зацікавленість до даної проблеми має чоловіча частина населення України.

Висновки і пропозиції. Використовуючи SWOT-аналіз можна підсумувати, що сильними сторонами в досліджуваному питанні є діяльність міжнародних і громадських організацій, слабкими — рівень вразливості жінок у становищі, що склалося, зацікавленість впливових стейкхолдерів, відсутність механізму гендерно-правової експертизи нормативно-правових актів, рівень заробітної плати та пенсії. Щодо можливостей, можна виділити зменшення негативних наслідків пандемії на життя жінок, зменшення частки жінок, які вимушені економити на базових потребах. До загроз було віднесено посилення безробіття серед жінок, відсутність соціальної та економічної стабільності, зростання частини бідного населення.

Рекомендації для покращення становища було створено стосовно органів державної влади. Треба забезпечити гендерний аналіз при розробці та прийнятті нормативно-правових актів, до бюджету України внести зміни та додати субвенції місцевим бюджетам на заходи, спрямовані на подолання посилення гендерної проблеми через пандемію.

Література:

1. Оперативна гендерна оцінка становища та потреб жінок у контексті ситуації з COVID-19 в Україні. URL: https://auc.org.ua/sites/default/files/report_rga_covid-19_ukr_0.pdf
2. Гендерна рівність — у трійці найменш обговорюваних тем у місцевих ЗМІ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3121758-genderna-rivnist-u-trijci-najmens-obgovoruvanih-tem-u-miscevih-zmi.html>
3. Жінки в Україні: скільки заробляють та на що витрачають. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/488813/zhinky-v-ukrayini-silkly-zaroblyayut-ta-na-shho-vytrachayut>
4. Хто постраждає від пандемії більше — чоловіки чи жінки. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-fut-52328324>
5. Гендерний вимір пандемії COVID-19. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Presentation__COVID.pdf
6. Gender GAP-2021: Розрив збільшується, Україна втратила 15 позицій. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/gender-gap-2021-rozryv-zbilshuyetsya-ukrayina-vtratyla-15-pozytsij/>

Андронов А.В.
051 «Економіка», IV курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к. е. н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Чухраєва Н.М.

МАЛИЙ БІЗНЕС ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЩОДО ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ

Малий бізнес і приватне підприємництво є одним з важливих драйверів розвитку економіки, підвищення зайнятості та доходів населення.

У більшості зарубіжних країн питанням розвитку і підтримки малого та середнього бізнесу приділяється особлива увага, так як даний сектор утворює основу економіки цих країн — за рахунок малого і середнього підприємництва (МСП) в багатьох країнах формується більше половини їх ВВП. Малі та середні підприємства створюють робочі місця, і як наслідок, забезпечують значну частину населення доходами, що позитивно позначається на соціально-економічному розвитку як країн у цілому, так і їх окремо взятих регіонів.

На малий бізнес припадає 16 %ВВП. Малий і середній бізнес в Україні приносить 55 % валового внутрішнього продукту в економіку країни, зокрема частка малого бізнесу 16 %ВВП [1].

Для порівняння частка малого та середнього бізнесу в ВВП розвинених країн становить 50–60 %. У Польщі — 51 %, Німеччині — 53 %, Фінляндії — 60 %, Нідерландах — 63 %.

В якості основних проблем у сфері малого бізнесу і приватного підприємництва, як і раніше вважаються:

- нестача власних і позикових фінансових коштів, у результаті чого малі підприємства не в змозі придбати сучасне і високотехнологічне обладнання;
- відсутність ліквідного забезпечення або дане забезпечення недостатньо для банківського кредиту на старті своєї діяльності, що знижує можливість отримання кредиту;
- проблеми і труднощі в отриманні земельних ділянок для реалізації підприємницької діяльності, а також у підключенні до інженерно-комунікаційних мереж;
- складності в отриманні довгострокових кредитів, що стимулюють формування і розвиток малих інноваційних промислових виробництв;
- недостатність розвитку інформаційних систем, маркетингу, менеджменту та логістичних служб; страхових компаній, аудиторських фірм, торгових домів, консультаційних пунктів, бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів;
- неефективні механізми просування продукції малого бізнесу на регіональні та світові ринки, а також складність конкуренції на зовнішньому ринку в окремих секторах економіки і проблеми виходу на зовнішні ринки;
- слабка підготовка професійно-кваліфікаційного рівня зайнятих у малому підприємстві;
- недостатній розвиток ринків збуту, а також ринків сировини і матеріалів;
- велика кількість контролюючих органів;
- низька оснащеність малих підприємств сучасним технологічним обладнанням, що забезпечують випуск конкурентоспроможної продукції.

Разом з тим, є невирішені проблеми в банківському секторі, багато підприємців вказують на високі розміри кредитних ставок і комісійних винагород за операціями банків, зокрема додаткова плата стягується за розглядом кредитною комісією поданих документів [4].

Крім того, підприємцям при отриманні кредиту необхідно покривати витрати за страхування та оцінку заставного забезпечення, нотаріальне посвідчення кредитних документів тощо.

Поряд з цим, банками встановлено абонентські плати та інші комісійні відсотки за конвертацію коштів, відкриття акредитива, переклад конвертованих коштів на рахунок банків зарубіжних партнерів та інші послуги, що є суттєвою фінансовим навантаженням для підприємців, які звернулися в комерційні банки за фінансовою підтримкою [2].

Для запобігання цій ситуації потрібно відновлювати діяльність кредитних спілок і мікрокредитних організацій, які могли б стати реальними конкурентами для комерційних банків, що дозволило б зменшити розміри ставок. Також, необхідно, щоб комерційні банки визнавали оцінку заставного забезпечення, проведеної незалежними оціночними організаціями. У теперішній же

час оцінна організація вказується самим банком, а вартість оціненого заставного забезпечення може занижуватися [3].

Стимулювання розвитку малого бізнесу і приватного підприємництва можуть бути такі заходи:

1) подальше пом'якшення процентних ставок по кредитах, що дозволить підприємствам малого бізнесу знизити витрати і забезпечити фінансову стійкість, адже у світовій практиці чим нижче кредитна ставка, тим більше стимулюється зростання виробництва і споживчий попит;

2) організувати підготовку кадрів з підприємницькими навичками, що є каталізатором розвитку малого бізнесу та індивідуального підприємництва для самозайнятості за рахунок впровадження професійної освіти «Vocational education» для 10-11 класів загальноосвітніх шкіл з досвіду Австрії і Німеччини;

3) продовження і посилення розвитку коопераційних зав'язків між великими підприємствами та малим бізнесом, а також проводити коопераційні ярмарки;

4) спрощення процесів узгодження земельних питань, реєстрації будівель при передачі в користування або у власність підприємців;

5) розробка і впровадження критеріїв оцінки діяльності державних органів управління та органів державної влади на місцях за розвиток підприємництва і ділового середовища в цілому;

6) розвиток державно-приватного партнерства, спрямований на зниження підприємницьких і інвестиційних ризиків у сферах досліджень і розробок, поширення нових технологій.

Отже, сучасні умови розвитку передбачають необхідність всебічного сприяння розвитку малого підприємництва для забезпечення відновлення економіки держави та забезпечення динаміки її зростання. Ці тенденції мають ґрунтуватися на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на ринках. Найважливішими заходами у нашій країні повинні бути сприяння інноваційній активності підприємницького сектору, забезпечення сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату, введення європейських підходів до розвитку підприємництва в Україні.

Література:

1. Державний комітет статистики України: Статистична інформація. Діяльність підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Косович Б.І., Дмитрук В.О. Ризики розвитку малого підприємництва в сучасних умовах глобалізації. Економіка та держава № 5, 2020. С. 88–92.

3. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Проблеми конкурентоспроможності українського підприємства і торгівлі в умовах глобалізації. Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. Випуск 56. С. 308–316.

4. Швець, Н. і Ізюмська, А. 2020. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2 (258) (Лют 2020), 108–117. DOI:<https://doi.org/10.33216/1998-7927-2020-258-2-108-117>.

**Білоус Анна, Ціліцинська Інна,
Чумак Анна, Шворак Анастасія**

*Спеці. 051 «Економіка», 2 курс бакалаврату,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки
та підприємництва Гребешкова О.М.*

РОЗРОБКА МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ: ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вступ. На сьогоднішній день, сучасна людина не може обійтися без смартфона. Тепер смартфон не просто засіб зв'язку. Смартфони виконують безліч функцій. Згідно зі статистикою Datareportal [1], 5,19 млрд дорослих людей у всьому світі щодня користуються смартфонами, а це майже 67 % загальної кількості населення. Така тенденція з кожним роком зростає, замінюючи звичайні мобільні пристрої на багатофункціональні смартфони.

Завдяки популярності смартфонів, поширення набуває і сфера розробки мобільних додатків. Мобільний додаток — це прикладне програмне забезпечення, призначене для роботи на мобільному пристрої, яке може бути встановлене або завантажено безплатно, або за встановлену плату. З кожним роком ринок мобільних додатків стає різноманітнішим та інтерактивнішим. Згідно прогнозів [2], до наступного року оборот світової мобільної екосистеми досягне 4.6 трлн дол. і

складатиме 5 % глобального ВВП. До того ж, уже до 2025-го року майже 71 % очікуваного населення буде унікальними користувачами послуг індустрії. Зважаючи на таку зростаючу популярність цієї області програмування, варто розглянути перспективи розвитку цього бізнесу в Україні.

Метою нашого дослідження є виявлення передумов становлення та перспектив розвитку ринку бізнес-сфери мобільних додатків в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети під час дослідження застосовано методи аналізу та синтезу — для визначення складових досліджуваної бізнес-сфери та узагальнення очікуваних тенденцій її розвитку.

Результати дослідження. Світовий ринок мобільних додатків є одним із найтрендовіших і показує найшвидше зростання. Доходи від завантажень мобільних додатків щорічно збільшуються. При переважній частці прибутку протягом 2018–2021 рр. генерується ігровими додатками (76–78 % доходів). У 2018 р. на світовому ринку споживачі витратили на додатки 92,1 млрд дол. За прогнозами, у 2021 р. обсяг доходів від завантажень мобільних додатків становитиме 139,6 млрд дол. США [3].

Для кращого розуміння природи популярності сфери мобільних додатків, треба окреслити причини росту цього ринку, характерні в тому числі і для України. По-перше, зростає мобільне споживання. Такий висновок можна зробити, спираючись на вищенаведені статистичні показники. По-друге, зростає попит на мобільну рекламу. Збільшення бюджетів мобільної реклами є послідовним і закономірним залежно від зростання кількості мобільних додатків і їх конкуренції за користувача. Третім чинником є активне стимулювання даного ринку з боку власників платформ. Наприклад, такі відомі компанії як Google, Apple та Microsoft заохочують розробників локальних ринків шляхом проведення конкурсів, створення більш вигідних умов співпраці. Четвертим чинником є високі бюджети на розробку. Ринок мобільних розробок є трендовим і затребуваним, тому і бюджети на розробку мобільних додатків продовжують залишатися високими, даючи поштовхи до додаткового росту даної сфери.

Українських мобільних додатків, орієнтованих на український ринок, зовсім небагато. На це є кілька причин. Здебільшого ІТ-ринок в Україні є аутсорсинговим, тобто більшість розробників працюють на зарубіжні компанії. Наступною причиною є консервативність українського бізнесу, нові технології впроваджуються досить повільно.

ІТ-галузь називають найперспективнішим сектором розвитку української економіки. За даними Кабінету Міністрів України в 2019 році на частку ІТ приходилося 3,9 % ВВП або 138 млрд грн. Ця сфера принесла 32 млрд грн податків. Кожен з працюючих ІТ-фахівців у середньому забезпечує зайнятість 11 осіб в інших галузях [4]. Головні корисні ефекти ІТ-сфери для української економіки: приплив інвестицій в країну, створення нових робочих місць і поповнення державного бюджету.

Серед проблем української ІТ-сфери експерти виділяють: інтелектуальну міграцію (відтік висококваліфікованих кадрів за кордон), недостатню кількість створених продуктів, недостатню кількість ІТ-фахівців.

Компанії-лідери на міжнародному ринку: Lush Digital, Big Drop Inc, Blue Fountain Media [5]. На вітчизняному ринку топ-3 складається з таких компаній, як Ruby Garage, ALTERPLAY LTD і The App Solutions [6]. Серед застосунків у 2019 році за кількістю завантажень перше місце займав додаток Whatsapp, друге — TikTok, третє — Facebook Messenger.

Доволі відомими в світі є додатки українського «походження» [7], до прикладу:

— Reface, завдяки якому за кілька секунд можна інтегрувати фото вашого обличчя до іншого тіла на будь-яке фото, відео чи GIF;

— Grammarly — інтелектуальний онлайн-сервіс перевірки англійської граматики, заснований на технологіях штучного інтелекту.

Також не можна не згадати про застосунок «Дія», за допомогою якого українцям більше не потрібно постійно носити при собі оригінали документів, а також можна отримувати державні послуги в кілька кліків.

Кількість користувачів мобільними додатками з кожним роком зростає. Покупець хоче мати всю інформацію про бажаний додаток. Асортимент в основному однаковий, тому не варто змушувати покупця чекати. У першу чергу, щоб компанія була лідером і процвітала, доречно уникати помилок, які є у додатках/сайтах: неактуальний контент, проблеми з функцією пошуку та інші. Але запобігання цим проблемам — це півділа. Вважаємо, що потрібно ще створити «родзинку», яка буде виокремлювати продукти компанії-розробника з-поміж інших. У цьому допоможуть різні колаборації чивірусна реклама перед запуском.

Серед проблем, з якими стикаються на шляху до успіху вітчизняні розробники мобільних додатків, — це недосконале законодавство у сфері валютного контролю, яке не дозволяє легко працювати і сплачувати податки з продажу мобільних додатків через магазини.

Висновки. Спираючись на результати проведеного дослідження, можемо зробити такі висновки.

Бізнес-сфера розробки мобільних додатків має великий потенціал для піднесення вітчизняної економіки. В Україні склалися необхідні передумови для її розвитку, завдяки наявності висококваліфікованих кадрів, достатньо розгалуженій IT-інфраструктурі, орієнтації держави на цифровий розвиток.

Завдяки цій індустрії можна побудувати кар'єру і в малих містах, і в столиці. Ця індустрія дає можливість здійснювати свою діяльність і в умовах пандемії, і економічної кризи. Сфера розробки мобільних додатків відкриває нові можливості для виходу українських IT-продуктів на міжнародний ринок.

Література:

1. DIGITAL 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.
2. Грабар М.В., Кашка М.Ю. Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2019. Том 1, № 24. С.9–13
3. Стасюк О.М. Мобільні додатки як елемент цифрових трансформацій в транспортній галузі // Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2019. С. 332 — 335.
4. Як IT веде Україну до розвинених країн [Електронний ресурс] // ЕКОНОМІЧНА ПРАВДА. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/7/668882/>.
5. Мировой рейтинг мобильных разработчиков [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://wadline.ru/mobile>.
6. Рейтинг мобильных разработчиков Украины [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://wadline.ru/mobile/ua>.
7. Топ-20 найпопулярніших додатків: TikTok знову в лідерах (інфографіка) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: ms.detector.media/infografika/post/24134/2020-01-28-top-20-naupopulyarnishykh-dodatkov-tiktok-znovu-v-liderakh-infografika.

Ласкавий А.І.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

5 курс, спеціальність «Економіка»,

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки

та підприємництва Дзюбенко Л.М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ

Актуальність проблеми. В Україні функціонує більше 100 енергопостачальних підприємств, серед яких Атомні електростанції (АЕС), Теплові електростанції (ТЕС), Теплоелектроцентрالی (ТЕЦ), Гідроелектростанції (ГЕС), Вітрові електростанції (ВЕС), а також Сонячні-електростанції (СЕС). Найпотужніші електростанції введені в експлуатацію ще наприкінці ХХ століття, а їх основне та допоміжне обладнання має значний наробіток, тому потребує пильнішої експлуатації та якіснішого ремонту. І на ряду з низкою зобов'язань взятих Україною в рамках Асоціації з ЕС, потребує модернізації, шляхом впровадження сучасних цифрових технологій.

Постановка проблеми. З одного боку, пріоритетність впровадження інноваційних технологій на вітчизняних підприємствах відзначають учені суспільних наук, зокрема Кузьмін О.Є., Ілляшенко С.М., Геєць В.М., Швиданенко Г.О. та інші, а з іншого, вчені точних наук пропонують конкретні розробки, що підвищують надійність та економічність виробничих процесів, зокрема Пуховий І.І., Черноусенко О.Ю., Бабак В.П., Варламов Г.Б. та інші. Однак сучасна енергетика має досить низьку інноваційну забезпеченість, через низку економічних і політичних проблем в Україні. Таким чином, метою даного дослідження є поєднання принципів інноваційної діяльності підприємства з пропозиціями вчених у сфері енергетики.

Результати дослідження. Вітчизняна енергетика складається з традиційних та альтернативних методів виробництва електричної енергії. Основні альтернативні методи виробництва електричної енергії це сонячні електростанції, вітрові електростанції, електростанції на біомасі і їх частка у структурі енергоресурсів складає 3–4 % і згідно з Енергетичною Стратегією України (ЕСУ) до 2035 року має збільшуватись до 25 %, однак основні альтернативні джерела суттєво залежать від погодних умов [1]. Електрична енергія за своїми фізичними властивостями не може

бути збережена у великих обсягах, попит на е/є є не гнучким тому необхідно постійно балансувати попит і пропозицію в усіх точках системи, оскільки не баланс у будь-якій точці об'єднаної енергосистеми (ОЕС) може мати серйозні наслідки для всієї мережі. Таким чином через об'єктивні недоліки альтернативних джерел, основою для балансування ОЕС залишаються ТЕС і ТЕЦ, що працюють на вуглецевмісних джерелах енергії таких як вугілля, газ, мазут.

У даному дослідженні розглянемо можливі варіанти модернізації операційних процесів у першу чергу на ТЕС і ТЕЦ. В умовах імплементації Третього енергетичного пакета та забезпечення можливості інтеграції з Європейською мережею операторів систем передачі електроенергії (ENTSO-E), необхідно забезпечити надійну та безперебійну роботу (відсутність відмов) обладнання енергетичних підприємств. Оскільки енергетичне обладнання працює безперервно досить довгий час, який може сягати одного календарного року, тому різного роду відмови призводять до недовідпуску електричної та теплової енергії і несуть за собою фінансові та репутаційні втрати. Інноваційним підходом в експлуатації високотехнологічного обладнання є використання методів Моніторингу за станом (Condition Based Monitoring) і Прогнозного обслуговування (Predictive Maintenance) [2]. Condition Based Monitoring (CBM) — моніторинг у реальному часі динамічної зміни основних технологічних параметрів енергетичного обладнання: силових трансформаторів, електричних машин, комплектних розподільчих пристроїв, ліній електропередач та ін. Predictive Maintenance (PrM) — управління технічним станом обладнання, планування технічного обслуговування, ремонтів і заміни, що ґрунтується на даних фактичного стану, а також алгоритмів прогнозування.

На більшості енергооб'єктів України контроль і захист електрообладнання, насосних агрегатів, турбін і котлів виконують аналогові або цифрові пристрої захистів та автоматики, основною задачею яких є недопущення виникнення аварійних ситуацій, що можуть призвести до руйнації основного обладнання, травматизму та шкідливого впливу на навколишнє середовище. Запровадження методики CBM дозволяє відстежити відхилення від нормального стану та запобігти розвитку аварійних ситуацій (рис.1). А перехід від планово-попереджувальних ремонтів до PrM методу, що дозволяє планувати графік ремонтів згідно фактичного стану обладнання, планувати закупівлю запасних частин, а також зменшити людський фактор при виявленні дефектів.



Рис. 1. Моніторинг стану в реальному часі [2]

Наведені методи передбачають інтеграцію відповідних датчиків (температури, вібрації, вологості тощо), вимірювальних пристроїв, контролерів, інфраструктури зв'язку, веб-серверів, спеціалізованого програмного забезпечення і хмарних сервісів з управління бізнес-процесами. Комплекс робіт і заходів для реалізації цієї методики можуть виконувати такі компанії як Schneider Electric, ABB, Siemens, IT-Enterprise.

Перспективним інноваційним напрямом є доповнення вищенаведених методик системами аналізу за допомогою Штучного інтелекту, який покликаний аналізувати великий обсяг даних отриманих від усіх датчиків на енергообладнанні, навіть від суміжних процесів, та виконувати прогнози, щодо роботи обладнання, а також пропонувати відповідні рішення для запобігання виникнення аварійних ситуацій [3].

Висновки. Енергетичні підприємства ТЕС і ТЕЦ мають високий потенціал до застосування інноваційних технологій. Існують певні проблеми з провадження інноваційних технологій, такі як значні фінансові затрати, великий період окупності, складність реалізації, однак в умовах глобалізації, а також взятих Україною зобов'язань в рамках Асоціації з ЄС, застосування цифрових

технологій є чи не єдиним шляхом для збереження конкурентоспроможності вітчизняних енергетичних підприємств. При цьому забезпечується умова надійного та безперебійного енергопостачання промисловості, державних органів, населення та участі підприємств у ринку електричної енергії. Також слід зазначити, що важливу роль у розвитку інноваційних процесів в енергетиці відіграє держава, як постачальник інвестиційних, фінансових гарантій, а також є законодавцем необхідних нормативно-правових актів.

Література:

1. Огляд енергетичного сектору України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-energy-strategy-Ukraine-2035-UKR.pdf>
2. Решения Schneider Electric по предиктивному управлению [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.sard-engineering.am/uploads/pdf/2019/04/ba6d3738fdf5527e682a09ca703f3a20.pdf>
3. Штучний інтелект завдяки Simatic [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://new.siemens.com/ua/ru/products/avtomatizatsiya-promyshlennosti/sistemy-avtomatizatsii/promyshlennyye-sistemy-avtomatizatsii-simatic/io-systems/shtuchnyy-intelekt.html>

Паламарчук Т.С.

Бізнес-економіка, 5 курс,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Бойченко К.С.

УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

Сьогодні успішний бізнес створює цінність з кожною операцією — для своїх клієнтів, у формі задоволення потреб і для себе і своїх акціонерів, у формі прибутку. Компанії, які при кожному продажі товару приносять більшу цінність, мають більше позицій для отримання прибутку, ніж ті, що приносять меншу вартість. Тому з кожним роком усе актуальнішим стає поняття «ефективне управління ланцюгами створення вартості», так як воно включає в себе різноманітні технології методів аналізу, що забезпечують прийняття правильних управлінських рішень при формуванні на кожному із етапів цінностей, які в результаті мають синергійний ефект на вартість бізнесу та відіграють важливу роль при задоволенні потреб ключових стейкхолдерів.

Термін ланцюг створення вартості можна відносити до різних видів господарської діяльності та процесів, пов'язаних із створенням товару або виконанням послуги. Ланцюг створення вартості може складатися з кількох етапів життєвого циклу товару чи послуги, включаючи дослідження та розробки. Майкл Е. Портер з Гарвардської школи бізнесу є першим хто представив поняття ланцюжка створення вартості. Портер, який також розробив модель п'яти сил, щоб показати підприємствам, де вони займають конкурентну позицію на поточному ринку, обговорив концепцію ланцюжка створення вартості у своїй книзі «Конкурентні переваги: створення та підтримка вищої ефективності». У книзі Портер розділяє діяльність бізнесу на дві категорії: основна та допоміжна [1].

Таблиця 1

СКЛАДОВІ ОСНОВНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ [1]

Складові	Опис
Вхідна логістика	включає прийом, зберігання та розподіл сировини, яка використовується в процесі виробництва.
Операції	це стадія, на якій сировина перетворюється на кінцевий продукт.
Вихідна логістика	це розподіл кінцевого продукту серед споживачів.
Маркетинг	включають рекламу, рекламу, організацію продажів, канали розподілу, ціноутворення та управління кінцевим продуктом, щоб забезпечити його націлювання на відповідні групи споживачів.
Сервіс	це заходи, необхідні для підтримання продуктивності виробу після його виготовлення

СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ДОПОМІЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ [1]

Складові	Опис
Закупівля	це спосіб отримання сировини для продукту.
Розробка технологій	може бути використана на стадії досліджень і розробок, при розробці та розробці нових продуктів та в автоматизації процесів.
Управління людськими ресурсами	включає діяльність, пов'язану з наймом та утриманням відповідних працівників, які допомагають розробляти, будувати та продавати товар.
Інфраструктура фірми	відноситься до структури організації та її механізмів управління, планування, бухгалтерського обліку, фінансів та контролю якості.

Управління ланцюгом створення вартості — це процес організації всіх видів діяльності для їх правильного аналізу. Мета полягає в тому, щоб налагодити спілкування між керівниками на кожному етапі, з метою забезпечення якомога плавнішого передавання товару в руки споживачів. Управління цією діяльністю може включати переробку різних систем, структур, процесів тощо. Створення стратегії розвитку процесів є ключовим для збереження вартості компанії [4]. Це допомагає бізнесу зрозуміти, які саме сфери їм потрібно зміцнити, і як вони можуть зменшити витрати. А також дозволяє підприємствам вирішувати, що найважливіше, думаючи про цінність, яку вони хочуть створити.

Таблиця 3

ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЛАНЦЮЖКА ВАРТОСТІ [2]

Вигідна вартість	Перевага у диференціації
Цей підхід застосовується, коли організації намагаються конкурувати за витратами і хочуть зрозуміти джерела своїх вигідних або невигідних витрат і які фактори обумовлюють ці витрати (хороші приклади: Amazon.com, Wal-Mart, McDonald's, Ford, Toyota)	Фірми, які прагнуть створити вищі товари чи послуги, використовують підхід диференціації переваг (хороші приклади: Apple, Google, Samsung Electronics, Starbucks)

У методі «вигідна вартість» після визначення основних і допоміжних видів діяльності підприємства слід визначити драйвери витрат для кожного виду діяльності. Драйвер витрат — це те, що впливає на вартість діяльності або процесу. Драйвери витрат можуть включати [2]:

- час роботи;
- використання та налаштування машини;
- ставки заробітної плати;
- матеріали, що використовуються для виготовлення виробів;
- доставка.

Потім потрібно визначити зв'язок між діяльністю, знаючи, що якщо витрати зменшуються в одній галузі, вони можуть зменшитися в іншій. Потім можна визначити можливості зменшення загальних витрат.

Метод «перевага у диференціації» включає визначення видів діяльності, які створюють найбільшу цінність для споживачів, тобто є пріоритетом. Вони можуть включати [2]:

- використання відносних маркетингових стратегій;
- знання про продукти та системи;
- виправдання очікувань клієнтів.

Наступним кроком є оцінка цих стратегій для покращення вартості. Зосередження уваги на обслуговуванні клієнтів, збільшення можливостей для налаштування продуктів чи послуг, пропонування стимулів і додавання характеристик товару — це деякі із способів поліпшити цінність діяльності. Далі, підприємства повинні визначити диференціацію, яку можна зберегти і яка додає найбільшу цінність [3].

Отже, використання методології оцінки ланцюга вартості бізнесу сьогодні використовується багатьма відомими компаніями з метою створення якісного продукту та зменшення витрат. Внаслідок цього для бізнесу формуються такі переваги від його використання:

- відбувається краще планування продуктів, дослідження та розробка шляхом створення міждисциплінарних команд;
- стандартизація процесів шляхом вимірювання метрик бізнесу;
- зниження собівартості за рахунок оптимізації компонентів або видів діяльності ланцюжка створення вартості.

Література:

1. Tim S. What is a value chain analysis? 3 [Електронний ресурс] / Stobierski Tim. — 2020. —URL: <https://online.hbs.edu/>. Дата звернення: 24.04.2021
2. Beers B. Value Chain Analysis: Advantages and Disadvantages [Електронний ресурс] / Brian Beers. — 2020. — URL: <https://www.investopedia.com>. Дата звернення: 24.04.2021
3. Kiesha F. 4 Reasons You Need Value Chain Analysis in Your Life [Електронний ресурс] / Frue Kiesha. — 2017. —URL: <https://pestleanalysis.com>. Дата звернення: 24.04.2021
4. Gomez J. 8 key benefits of effective supply chain management [Електронний ресурс] / John Gomez. — 2021. — URL: <https://6river.com>. Дата звернення: 24.04.2021

Семенюк І.О.

*студентка III курсу, спеціальності 6Е02 «Економіка підприємства»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки
та підприємництва Швидка О.П.*

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА СТАН ІНТЕРНЕТ КОМЕРЦІЇ

У зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 уряди більшості країн світу були вимушені ввести ряд карантинних обмежень (режиму соціального дистанціювання, закриття торговельних центрів, обмеження у пересуванні тощо) для боротьби із розповсюдженням вірусу. Ці заходи призвели до кардинальних змін у кон'юктурі ринку, у тому числі на ринку електронної комерції. В сучасних умовах, жоден бізнес не може ігнорувати стрімкий підйом інтернет комерції.

Через свій стрімкий розвиток е-комерція отримує багато уваги як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Значний внесок у розробленні теорій і практик використання інтернет комерції зробили вчені Федорко Р., Звасс В., Панджи-Канія С., Тутаєва Ю., Хартман А., Сифоніс Й., Кадор Й., Еймор Д., Котлер Ф. і багато інших.

Метою цієї статті є виявлення змін економічної ситуації та бізнес-клімату на ринку інтернет-комерції у зв'язку із поширенням пандемії COVID-19. Основними завданнями є: визначити ключові фактори впливу пандемії COVID-19 на інтернет комерцію та відобразити відсоткові зміни на віртуальному ринку.

Виклад основного матеріалу. Криза, спричинена пандемією COVID-19, «вдарила» по всьому світу та призвела до змін у всіх аспектах нашого життя. Різноманітні обмежувальні заходи мали значний вплив на поведінку споживачів, на їх уподобання, потреби, соціально-економічне становище. В умовах самоізоляції, економічної невизначеності, локдауну інтерес до інтернет-магазинів значно зріс, зробивши їх головним вибором для споживачів при купівлі товарів. Нині е-commerce — це найдинамічніший сектор ринкової економіки.

Проаналізувавши різноманітні джерела з досліджуваної тематики ми сформували власне визначення «е-commerce»: — це відносини (бізнес-процеси) з купівлі-продажів продукції (товарів чи послуг) між суб'єктами-учасниками (у тому числі: бізнес, домашні господарства, фізичні особи, уряд та інші державні або ж приватні організації), що здійснюється через Інтернет (повністю, або частково — оплата товару та послуги може здійснюватися офлайн).

Основними факторами впливу пандемії на інтернет-комерцію є: 1) зміни у свідомості споживачів, їх уподобань, потреб, поведінки; 2) переорієнтація виробників на віртуальний ринок (збільшення витрат на просування товарів через Інтернет, підтримку, оформлення, модернізацію веб-сайтів та інше); 3) збільшення операцій купівлі-продажу, які здійснюються через Інтернет; 4) розширення віртуального ринку (підвищення конкуренції, збільшення пропозиції, висока варіативність товарів); 5) популяризація експрес-доставки; 6) популяризація безпечних систем онлайн-платежів (LiQPay; Fondy; Portmone та інші) тощо. З перелічених факторів видно, що пандемія має вплив на всі складові елементи е-комерції, а саме на: рух капіталу через Інтернет, торгівлю, маркетинг, банкінг, страхові послуги та ін. [5; 6].

У 2020 році все більше споживачів починають здійснювати покупки в Інтернеті — частіше та більше замовляти. Відповідно до IBM Retail Index станом на 2020 рік пандемія COVID-19 на 5 років прискорила перехід до цифрових магазинів [1].

Провівши аналіз даних про світовий роздрібний продаж протягом 2014–2020 років, а також прогнозовані дані на 2021–2024 роки можемо стверджувати, що загальний приріст протягом 2014–2020 років склав 220,36 % (2 944 млрд дол. США). Так, станом на 2020 рік обсяги продажів становили 4 280 млрд дол. США, що на 27,61 % (926 млрд дол. США) більше за показник

2019 року. Для порівняння, слід зазначити, що у 2019 році приріст фактичного обсягу продажів дорівнював 12,47 % (372 млрд дол. США). Тобто у 2020 році, з початком пандемії, приріст обсягів електронного роздрібного продажу стрімко збільшився, а саме у 2,5 разу [4].

Також, необхідно відмітити, що за попередньою оцінкою у 2024 році обсяг роздрібного продажу через Інтернет становитимуть 6 388 млрд дол. США, що на 49,25 % більше за показник 2020 року [4].

Оскільки доступ до Інтернету та його впровадження стрімко зростають у всьому світі, кількість цифрових покупок зростає щороку. У 2020 році понад два мільярди людей придбали товари чи послуги в Інтернеті [4].

З наведених вище статистичних даних можна визначити та відстежити середній обсяг продажів на одного цифрового споживача. Після запровадження карантинних заходів по всьому світі, у 2020 році в середньому один онлайн покупець витратив 2 087,80 дол. США в інтернет-магазинах, що на 19,52 % (340,93 дол. США) більше у порівнянні із 2019 роком і є найбільшим приростом за 2014–2020 роки.

У 2020 році чистий обсяг платежів PayPal становив близько 936,06 млрд дол. США, що на 31,48 % (224,14 млрд дол. США) більше даних за попередній період. Для порівняння зазначимо, що у 2019 році приріст становив 23,08 %. Цей обсяг платежів був згенерований завдяки проведенню більше 3,74 млрд транзакцій за кожний квартал 2020 року [4].

Щодо загальної кількості активних користувачів слід відмітити, що з початком пандемії станом на кінець 2020 року вона збільшилась на 23,61 % (72 млн), що є абсолютним рекордом за всі роки, до цього протягом 2014–2019 років найбільший приріст спостерігався у 2018 році і становив близько 16,59 % [4].

Наступним розглянемо розподіл світових витрат у е-комерц за категоріями. Найбільша доля витрат — 26,38 % — належить категорії «Мода та краса», коли ж найменша частка витрат припадає на «музичні платформи» (цифрову музику) [2].

Відповідно до даних за 2020 рік, які опублікувала група компаній EVO, на стан інтернет-комерції України пандемія вплинула таким чином: українці витратили близько 107 млрд грн на купівлю продукції (товарів і послуг) через інтернет, що на 41 % більше у порівнянні із 2019 роком і перевищило усі прогнозовані величини у три рази. Також, користування платіжними онлайн-системами зросло що найменше на 50 %. У 2021 році більша кількість інтернет-покупок належала до вікової категорії 26–35 років (31 %). Таким чином, у 2020 році близько 9 % усіх операцій з купівлі-продажу продукції відбувається через онлайн-магазини, соціальні мережі та інші інформаційно-комунікаційні системи [7].

Висновки: Під час пандемії COVID-19 гравці ринків були вимушені адаптуватися до реалій сьогодення (вкладати значних коштів у розвиток інтернет-комерції; застосовувати нові методи ведення бізнесу; реорганізовувати канали збуту продукції — як приклад, зміна B2C на D2C ті інше). Безсумнівно, ринок інтернет торгівлі і далі буде зростати. Збільшення частки електронної торгівлі в загальному обсязі торгів і набутий за часи карантинних обмежень досвід підвищить впевненість потенційних клієнтів у тому, що здійснення покупок онлайн це просто, швидко і безпечно. І в міру того, як кількість активних споживачів буде збільшуватись, вартість середньої споживчої кошика віртуального ринку буде рости.

Таким чином, пандемія дала значний поштовх для розвитку інтернет торгівлі, зробивши її чи не єдиним джерелом доходу для більшості господарюючих суб'єктів. За збереження сучасних тенденцій до зростання в інтернет комерції, вже найближчим часом віртуальний ринок майже нічим не буде відрізнятися від традиційної торгівлі офлайн.

Література:

5. Ali Taha, V.; Pencarelli, T.; Škerháková, V.; Fedorko, R.; Košíková, M. The Use of Social Media and Its Impact on Shopping Behavior of Slovak and Italian Consumers during COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 1710. <https://doi.org/10.3390/su13041710> (Дата звернення: 19.04.2021)
6. Digital 2021 global overview report: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (Дата звернення: 21.04.2021)
7. E-commerce in the pandemic and beyond Viviana Alfonso, Codruta Boar, Jon Frost, Leonardo Gambacorta and Jing Liu <https://www.bis.org/publ/bisbull36.pdf>
8. Statista. Global No.1 <https://www.statista.com/> Дата відвідування: 19.04.2021 (Дата звернення: 20.04.2021)
9. The Impact of the Electronic Commerce Market in the Supply Chain during COVID-19 Pandemic in Poland Katarzyna Witczyńska <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/Katarzyna-WITCZYNSKA-55555148> (Дата звернення: 19.04.2021)
10. THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf
11. Дані групи компаній EVO про стан інтернет-комерції в Україні <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%D1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-ecommerce-u-2020-roci/> (Дата звернення: 20.04.2021)

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ

ПЛАТФОРМА 1 ЛОГІСТИКА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Вакуленко Д.О.

*«Комерційна діяльність та логістика», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцентка ферди комерційної діяльності
і логістики Кривещенко В.В.*

АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. В сучасних українських умовах спостерігається активізація комерційної діяльності підприємств, що об'єктивно зумовлюється підвищення конкретної боротьби та появою новітніх технологій. З посиленням конкурентної боротьби все більше уваги приділяється аналізу і контролю комерційної діяльності, а саме аналізу показників комерційної діяльності підприємств.

Щоб зрозуміти в сучасному світі краще теоретичні та методичні засади щодо аналізу комерційної діяльності на підприємстві, спочатку розглянемо зміст і сутність комерційної діяльності.

Методи дослідження. Загальні методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. Питаннями аналізу та контролю комерційної діяльності підприємства досліджували науковці І.А. Бланк, Синяєва І.М., Котлер Ф., Дашков Л.П., Сербогіна Т.К. та інші.

В економічній літературі існують різні визначення поняття «комерційна діяльність» — система, яка за допомогою маркетингової, збутової та інших діяльностей створює безперервний процес закупівлі та збуту як продукції, так і послуг та взаємодіючи із різними суб'єктами спрямована на отримання та максимальної вигоди та задоволення потреб споживачів [1].

Комерція (від лат. commercium, торгівля) — торгівля і торгово-посередницька діяльність, участь у продажі чи сприянні продажу товарів і послуг, у широкому значенні слова — підприємницька діяльність.

Комерційна діяльність (підприємництво) — ініціативна, самостійна, здійснювана від свого імені, на свій ризик, під свою майнову відповідальність діяльність громадян, фізичних і юридичних осіб, спрямована на одержання доходу, прибутку від користування майном, продажу товарів, виконаних робіт, надання послуг [2].

Результати дослідження. Проаналізувавши наукові підходи щодо визначення комерційної діяльності можемо окреслити основні функції комерційної діяльності, а саме:

- 1) продаж або збут продукції, як товарів так і послуг (зв'язок з покупцями);
- 2) забезпечення працівниками, тобто робочою силою (ринок праці);
- 3) закупівля сировини, матеріалів, напівфабрикатів, продукції, тобто товарів (ринок продавців);
- 4) матеріально-технічне забезпечення (ринок засобів виробництва);
- 5) фінансове забезпечення (ринок капіталу);
- 6) інформаційне забезпечення.

Функції комерційної діяльності — це дії, за допомогою яких досягаються комерційні цілі. Також на дані функції впливає як зовнішнє середовище, так і життєдіяльність фірми.

Отже, деякі функції відповідають за отримання прибутку для підприємства, шляхом купівлі, а інші за витрати.

Щоб оцінити ефективність комерційної діяльності потрібно проаналізувати абсолютні та відносні показники, а саме:

- 1) показники товарного асортименту;
- 2) показники товарної пропозиції та забезпечення товарами;
- 3) показники оцінки формування та стимулювання попиту;
- 4) показники результативності та економічності комерційної діяльності.

Розглянемо можливість контролю за вище наведеними показниками та методи покращення на міжнародному рівні.

Проаналізувати товарний асортимент можемо за допомогою методу ABC-XYZ аналізу, методу Дібба-Симкіна, методу Маркон, лінійного програмування та аналізу асортименту за економічними показниками [3].

Щоб ефективно оцінити товарний асортимент, потрібно проводити його оцінку раз на шість місяців.

При впровадженні нових категорій асортименту, застосовувати новітні технології в сфері цифрової економіки для організації продажу товарів: застосування додатків віртуальної та доповненої реальності, використання пристроїв NFC, забезпечувати, надійний і безперебійний електронний документообіг, онлайн-сервіси, за допомогою яких можна отримувати інформацію.

Для оцінити показники товарної пропозиції та стимулювання попиту потрібно звертати увагу на маркетингову діяльність підприємства.

Основними методами покращення маркетингової діяльності є: створення цілісної та гнучкої системи маркетингу, чіткий розподіл робіт між кожним працівником, можливість кооперування з іншими підприємства або залучення спеціалізованих маркетингових компаній, комп'ютеризація всіх процесів на підприємстві і створення єдиної системи, щодо удосконалення та управління маркетингом на підприємстві.

Висновки і пропозиції. Прогнозування поточного стану комерційної діяльності підприємства та прогнозування майбутніх показників є запорукою стабільного розвитку та утримання конкурентних позицій підприємства. Фахівці комерційної служби повинні тісно співпрацювати з відділом маркетингу, логістики, розумітися на питаннях управління товарним асортиментом.

Література:

1. Марченко И.С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций / И.С. Марченко // Вестник МГТУ. — 2010. — № 1, т. 13. — С. 27–30.
2. Половцев Ф.П. Комерційна діяльність / Ф.П. Половцева // «Інфра-М», 2014 р. — 250 с.
3. Бодряков Роман. ABC-і XYZ-аналіз: складання та аналіз підсумкової матриці / Роман Бодряков // <http://www.loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id\u003d275/>
4. Гусаковська Т.О. Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства / Т.О. Гусаковська // [Електронний ресурс] http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/28035/3/2015_Gusakovska_Analiz_komertsiiinoi_dialnosti.pdf

Головатий О.Д.,
«Комерційна діяльність та логістика», 4 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри комерційної діяльності
та логістики Олексюк О.І.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ СКЛАДСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

Вступ. Ефективно організовані складські операції сьогодні є не просто показником конкурентоспроможності підприємства, а й невід'ємною частиною його життєдіяльності. Зважаючи на стрімкий розвиток технологій у сфері логістики, поступового процесу автоматизації та цифровізації складських процесів та операцій, питання ефективного планування і організації складських операцій є актуальним для сучасних компаній різних рівнів.

Функціонування сучасних торгових і виробничих підприємств тісно пов'язане з ефективністю роботи логістичного та складського комплексів. Різноманітність сучасних технологій, їх наявність і доступність сьогодні спонукає не лише підприємців впроваджувати нововведення в компанію, а й дослідників враховувати вплив глобальної зміни підходу до складського управління в цілому.

Ефективна організація та управління складськими операціями є показником того, що компанія може вести конкурентну боротьбу. Нові технології та підходи до управління складськими комплексами вже розроблені і представлені на ринках сьогодні. Однак через їх складність і цінову недоступність для деяких компаній постає питання пріоритетності, необхідності дослідження роботи складів комплексно та на рівні окремих складських операцій. Отже проблема правильної організації та управління складськими операціями сьогодні є як ніколи актуальною для існування сучасних компаній. Враховуючи швидкість розвитку те-

хнологій і збільшення вимог до якості надання логістичних послуг з боку споживачів, ефективне складське управління та розробка рішень на складах відповідно до проблем і завдань підприємства є важливим завданням.

Методи дослідження. Дослідження було проведено за допомогою економічних та аналітичних методів, за теоретичну основу були взяті роботи вітчизняних науковців, присвячені проблематиці дипломної роботи. Для аналітичної інформації для проведення аналізу та розрахунків використовувались статистичні дані.

Огляд фахової літератури. Проблеми організації складських операцій підіймалися такі вчені та дослідники: Деніел Л. Вордлоу, Дональд Ф. Вуд, Джеймс Джонсон, Кальченко А.Г., Г.М. Демичев, О.С. Костюк, Н.Т. Гринів, М.В. Крук та інші.

Результати дослідження. В основу раціональної організації складського технологічного процесу встановлені такі найважливіші принципи:

- планомірність і ритмічність;
- раціональна організація товарного потоку;
- ефективне використання засобів праці;
- механізація і автоматизація складських операцій;
- повне збереження властивостей товарів.

Однією з умов раціональної організації складського технологічного процесу є чіткий розподіл обов'язків між працівниками, що виконують відповідні операції.

Початкову стадію складського технологічного процесу складають операції по надходженню і прийманню товарів. Структура і кількість цих операцій залежать від місця приймання і виду вантажу, а також виду транспортного засобу, яким товари доставлені на склад.

Основними складськими операціями сьогодні є приймання, зберігання, розміщення, відбір товару або вантажу, переміщення товару по складу, комплектування, пакування і маркування вантажу, підготовка вантажу до відправлення.

Таким чином, складські операції загалом формують технологічний процес, який можна досліджувати комплексно. Технологічний процес являє собою набір операцій, які виконуються послідовно з товаром під час його перебування на складі. Саме забезпечення ефективного виконання технологічного процесу забезпечує оптимальний рівень складських витрат. Для детальнішого аналізу складських операцій слід також розглядати кожну операцію окремо. Таким чином ми отримуємо можливість оптимізувати певні процеси або операції залежно від специфіки діяльності конкретного підприємства.

Технологічний прогрес сьогодні дозволяє впроваджувати рішення з автоматизації або підвищення продуктивності, удосконалення роботи складської техніки або зміни підходу до управління складськими операціями в цілому. Головною проблемою в цьому напрямку є висока собівартість впровадження та ступінь наукоємності окремих технологічних рішень. Тому для організації ефективної системи виконання складських операцій необхідно правильно оперувати можливостями компанії, її пріоритетами у наданні логістичних послуг та організації логістичного сервісу і враховувати доступні на сьогоднішній момент технології щодо вдосконалення складських операцій.

Процес планування складських операцій тісно пов'язаний з діяльністю інших підрозділів і відділів підприємства, тому ефективність функціонування складів залежить і впливає на показники конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Висновки та пропозиції. Отже ефективна організація складських операцій знижує собівартість надання логістичних послуг або собівартість виробництва, якщо складські операції є частиною виробничого процесу безпосередньо. Для ефективного планування і впровадження рішень сьогодні варто шукати підходи до кожного підприємства окремо, зважаючи на умови та специфіку його діяльності. Завдяки сучасним технологіям складські операції можуть стати вирішальним фактором у конкурентній боротьбі компаній з урахуванням стрімко зростаючого ступеня задоволеності клієнтів логістичним сервісом.

Література:

1. Современная логистика — Деніел Л. Вордлоу, Дональд Ф. Вуд, Джеймс Джонсон.
2. Г.М. Демичев «Складское товарное хозяйство и технология транспортно-складских процессов».
3. Кальченко А.Г., Кривещенко В.В. Логістика: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2006. — 148 с.466
4. О.С. Костюк, Н.Т. Гринів, М.В. Крук Ефективне функціонування логістичної системи підприємства.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. Існування глобальних мереж допускає невідомі зміни в людському суспільстві. Мінімізація залежності від таких факторів, як відстань і місцезнаходження, зникають кордони та обмеження для переміщення інформації. З появою Інтернету з'являється уніфікована телекомунікаційна інфраструктура, і більшість споживачів у всьому світі незабаром зможуть користуватися усіма послугами та купувати товари, навіть якщо вони залишаться вдома. Уже давно відомо про перехід комерційних підприємств від традиційної сфери до комунікаційної сфери та до нового середовища спілкування, що призведе до нових типів підприємницьких установ, діяльність яких стане реальною лише завдяки необмеженим можливостям.

Традиційні засоби платежів, такі як готівка і навіть сучасніші досягнення у сфері платіжних систем, кредитні картки або перекази через торговельні платіжні термінали, які не придатні для використання в якості платіжних механізмів у новому середовищі, бо відсутня надійність через проблему безпеки або неефективність. Технології, які базуються на використанні інтелектуальних карток, не відрізняється від тих, що використовуються в глобальних мережах, такі системи заміни готівки в «реальному» світі можуть бути інтегровані з мережними платіжними механізмами

Завдяки комерційному використанню нової інфраструктури, діяльність компаній спрямована на максимізацію використання онлайн-режиму та спроможності глобальної мережі у процесі купівлі товарів і надання послуг. Поєднання роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями оптимізує досвід нового світу.

Методи дослідження. Опрацювавши матеріали з наукової літератури, кілька статей та інших робіт, було проведено пояснення електронній комерції та здійснення прогнозування.

Огляд фахової літератури. Електронна комерція (електронний бізнес) — це широкий спектр інтерактивних методів ведення бізнесу для споживачів товарів і послуг. Електронна комерція також означає будь-яку форму комерційної операції, в якій сторони взаємодіють за допомогою електронних технологій, а не через процес фізичного обміну або контактів. Посередництво електронної комерції базується на використанні електронних комунікаційних технологій і цифрової обробки інформації для визначення та зміни поточних значень між організаціями та організаціями та приватними особами.

Електронний бізнес, як правило, поєднує в собі якісні нові підходи та методи компаній, що забезпечують конкурентні переваги за рахунок зменшення витрат на взаємодію, розширення ринків і сфер діяльності, проникнення на існуючі ринки та визначення нових каналів збуту, придбання нових і вдосконалення послуг для старих клієнтів, більшої мобільності та ефективного вирішення різних випадків.

Результати дослідження. Сучасний період розвитку національної економіки характеризується посиленням конкуренції між суб'єктами господарювання, що передбачає швидку реакцію на зміни на ринку товарів і послуг та швидке та ефективно впровадження. Електронна комерція, яка включає всі інші форми посередництва в Інтернеті, стала подібною сферою у сучасному інтерактивному бізнесі в умовах високої конкуренції.

Основні моделі електронної комерції усе частіше використовуються при купівлі-продажу товарів і послуг і широко використовуються в комерційній діяльності. Вони поділяються на такі категорії:

- від бізнесу до бізнесу (B2B). Електронна комерція B2B — це електронна комерція між компаніями. Цей вид електронної комерції, який пов'язаний із взаємозв'язком комерційної діяльності. На цей тип припадає близько 80 % електронної комерції, і більшість експертів передбачають, що електронна комерція B2B і надалі буде поширюватися швидше, ніж B2C. Більше загальні B2B приклади й кращі практичні моделі — IBM, Hewlett Packard, Cisco and Dell;

- від бізнесу до споживача (B2C). Електронна комерція для бізнесу та споживача передбачає збір інформації клієнтами; придбання фізичних товарів або інформаційних / електронних товарів; а в разі інформаційних товарів отримання товарів (програм, електронних книг) через електронну мережу. Це друга за величиною та перша форма електронної комерції. Приклади B2C моделей — мережні компанії продажу в роздріб типу Amazon.com, Drugstore.com, Beyond.com.;

– споживач-споживач (C2C). Електронна комерція між споживачами та споживачами — це торгівля між приватними особами або споживачами. Цей тип електронної комерції характеризується зростанням електронних ринків та Інтернет-аукціонів, особливо у вертикальних галузях. C2C може мати найбільший потенціал для розвитку нових ринків. Прикладом є аукціони (типу eBay), однорангові системи (Napster), оголошення тематичних категорій у портальних сайтах (типу Excite і eWanted).

Щодо України, то ринок електронної комерції розвивається дуже швидко, не дивлячись на світову кризу та різні негативні ситуації в країні. За даними eMarketer середній темп приросту в світі складає близько 18–20 % у рік, а це близько 10–12 % усіх роздрібних продажів.

Об'єм онлайн-торгівлі у 2020 році за даними EVO виріс до 107 млрд грн, а це приблизно на 41 % більше ніж у 2019 році. Сьогодні онлайн торгівля нашої держави становить близько 7 % від усього рітейлу і це дійсно не багато, бо в сусідніх країнах ця цифра приблизно 10–15 %, що дає зрозуміти - нам є куди зростати.

З кожним роком люди починають більше довіряти інтернет-магазинам і витрачають чимало грошей купуючи онлайн. І хоча українець може витратити близько 714\$ у рік, у той час як німець витрачає 677\$ - це зовсім не відображає дійсну картину. Проблема в тому, що ці покупки здійснюють усе ще 10 % від загального населення і як правило жителі великих міст. Причина в тому, що більшість недовіряють покупкам онлайн. Головним стримуючим фактором є неможливість побачити товар, а значить неможна пересвідчитись у його якості.

Український ІТ-лідер COSMONOVA|NET є одним з найяскравіших прикладів для дослідження роботи успішної B2B-моделі, про що свідчать її ключові параметри:

- широко налагоджені контакти з клієнтами, якість взаємодій відшліфовано, зворотний зв'язок постійно опрацьовується, будуються плани щодо поліпшення і розвитку продуктів компанії;

- надійні інтернет-канали, висока швидкість прямих каналів зв'язку в основних центрах обміну трафіком, понад 14 років успішної роботи на ринку;

- безперебійна робота серверів, власний дата-центр рівня TIER3, гарантований аптайм на рівні 99,98 %, оперативне розміщення обладнання;

Розетка — лідер електронної комерції України в B2C сегменті. Розетка трансформувалася в мультикатегорійний супермаркет і досягла істотних успіхів на ринку в таких сегментах, як товари для дітей, товари для дому, FMCG, одяг і взуття. Розетка входить в десятку найдорожчих брендів в Україні і має один з найвищих показників індексу споживацької лояльності серед рітейлерів України.

OLX — лідер електронної комерції у B2C сегменті. Це платформа онлайн-оголошень, яка об'єднує людей для покупки, продажу або обміну товарами та послугами. Станом на 2018 рік на майданчику зареєстровано 1,5 млн продавців, розміщено понад 11 млн оголошень і кожен хвилину додається близько 100 нових.

Сайт надає платформу для онлайн купівлі / продажу товарів і послуг як приватним особам, так і представникам бізнесу.

Висновки і пропозиції. Для кожного з нас, а також для кожної людини чи компанії Інтернет став невід'ємною спільнотою та діловим середовищем. Він став більше ніж мережа спілкування та пошуку потрібної інформації. Він став новою сферою бізнесу, в якій можуть заробляти всі. Це також є відображенням фази швидкого зростання, яка триватиме і в найближчі десятиліття. Провідні світові компанії визнають великий діловий потенціал електронної комерції та докладають усіх зусиль, щоб вивести все на абсолютно новий рівень. Найпомітнішою є можливість Інтернету, який багато компаній широко використовують для розповсюдження інформації про свою продукцію та закликів до співпраці.

Так як ринок електронної комерції є новим і не всі клієнти готові щось там купувати, адже бояться отримати бракований товар, або втрати гроші через шахраїв. Перш за все, треба врегулювати нормативно-правову базу, для того аби покупці та власники підприємств почували себе захищеними та могли виходити на міжнародний ринок і купувати там товар і не боятись його не отримати. По-друге, необхідно допомога зі сторони держави у розвитку інфраструктури, покриття Інтернету та мобільної мережі. По-третє, самі продавці повинні здешевлювати доставку (зокрема, акції безкоштовної доставки) та налаштувати базу швидкої та якісної системи.

Література:

1. А.В. Нелєпова. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2493/1/Elektronna_komertsiya.pdf
2. В.П. Войнаренко, О.М. Кузьмич, Т.В. Янчук. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією <https://textbook.com.ua/informatika/1473447557>

3. Інтернет торгівля в Україні: 15 слайдів о ecommerce [Електронний ресурс]. — 2018 <https://netpeak.net/ru/blog/15-slaydov-o-tom-kak-razvivaetsya-rynok-elektronnoy-kommercii-v-ukraine/>

4. У.О. Балик, М.В. Колісник. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/16145/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D1%96%D1%8F..pdf?sequence=1&isAllowed=1>

Яковенко Т.О.

*«Комерційна діяльність та логістика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри комерційної
діяльності і логістики Висоцька О.М.*

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ АПК

Вступ. Як відомо, логістика за останні роки стала ключовою ланкою в успішному веденні бізнесу, тому оптимізація логістичних процесів як складової логістичної діяльності являється пріоритетним напрямом для вивчення та розробок. Протягом останніх років бурхливо розвиваються засновані на інформатиці нові логістичні технології. Інформаційні системи займають у цих технологіях центральне положення. Підприємство є відкритою системою, що матеріальним і інформаційним потоками зв'язана з постачальниками, споживачами, експедиторами і транспортними організаціями, зокрема це стосується і АПК.

Інформаційне забезпечення логістичного управління АПК є однією з найважливіших і найактуальніших проблем. Інформаційна техніка може значно сприяти виконанню вимог ринку. Інформація стає логістичним виробничим фактором. Завдяки їй може скоротитися складування (покращене керування запасами, погодженість дій постачальника і споживача, заміна складування готової продукції складуванням напівфабрикатів чи сировини). Завдяки інформації вдається також прискорити транспортування (погодженість усіх ланок транспортного ланцюжка). Недолік своєчасної інформації викликає нагромадження матеріалів, оскільки непевність споживача, як і непевність постачальника, звичайно викликає бажання підстрахуватися.

Через те, що на сьогоднішній день логістика АПК є досить масштабною галуззю і виступає особливо важливою сферою економіки, то основним напрямком удосконалення її діяльності виступають саме інноваційні інформаційні технології. Тому метою даної роботи є дослідження доцільності використання діджиталізації у логістичній діяльності компаній АПК.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та конкретних завдань дослідження, було використано теоретичні та емпіричні методи наукового дослідження. Загальнонаукові методи пояснення, узагальнення та емпіричний аналіз були використані для дослідження теоретичних і методичних засад діджиталізації логістичних процесів компаній АПК. Завдання даного наукового дослідження планується вирішити шляхом використання таких методів, як узагальнення, системний аналіз, опис, абстрагування тощо.

Огляд фахової літератури. Науковці Довгунь О.С., Стасюк К.З. обґрунтовують доцільність автоматизації логістичних процесів, дослідивши вітчизняний ринок програмних рішень з широкими можливостями автоматизації. Вони виділяють головні конкурентні переваги, які забезпечує використання інформаційних технологій і наводять конкретні приклади процесів, перебіг яких воно спрощує. Окрім того, ними було сформульовано принципи, які в сучасних умовах доцільно враховувати підприємствам для успішного та ефективного впровадження діджитал-систем, а також розкрито можливості розвитку застосування спеціалізованих програмних рішень.

В.І. Скіцько описав та проаналізував різні аспекти використання діджитал-технологій логістичних процесів та управління ланцюгами постачання та створив рейтинг таких технологій, що застосовуються в логістиці. Він зазначає, що діджиталізація логістики найбільше стосується саме логістичних інформаційних потоків.

Результати дослідження. Складно уявити сучасну логістику без інформаційних технологій. Завдяки збору та обробки величезних масивів даних, автоматизації, побудови прогнозів, прискоренню обміну інформацією — ІТ-рішення стали основним інструментом для підвищення прозорості бізнес-процесів, оптимізації витрат і збільшення продуктивності праці.

Далі будуть розглянуті ті інновації і технології логістики, які в найбільшій мірі сприяють підвищенню оперативності, ефективності та якості роботи підприємств АПК у найближчій перспективі.

1. Радіочастотні ідентифікаційні пристрої. Технологія Radio Frequency Identification Device (RFID) — спосіб автоматичної ідентифікації об'єктів, при якому за допомогою радіосигналів зчитуються або записуються дані, що зберігаються в так званих транспондерах (Тегах), або RFID-мітках.

RFID — технології в сільському господарстві допомагають автоматизувати безліч процесів. У тваринництві вирішується весь комплекс виробничих і управлінських завдань, починаючи від обліку поголів'я худоби, контролю його переміщення і всіх поточних показників, до вакцинації і оптимізації селекційної роботи — що зазвичай залишається за периметром стандартних ІТ-рішень розумної ферми, але легко піддається реалізації в RFID-рішення. Таким чином, значно скорочуються трудовитрати, ліквідується можливість помилок, викликаних людським фактором, прискорюється обробка інформації навіть у великих сільських господарствах, спрощується виявлення позитивної та негативної спадковості. Усе це дозволяє значно підвищити прибутковість сільськогосподарських підприємств і їх конкурентоспроможність на світовому ринку.

2. Інтернет об'єктів (речей). Ця нова революційна технологія (Internet of Things, IoT) дає можливість мережевої взаємодії пристроїв і виробів між собою. У майбутньому всі пристрої і вироби будуть мати вбудовані в них чіпи (подібні до RFID), які будуть ідентифікувати себе, знати своє точне місце розташування на складі і, що дуже важливо, збирати інформацію про оточення і передавати її грузообробнику.

Можна здійснювати прямі дії і запобігати пошкодження вантажів при подачі чіпом сигналів про зміну погодних умов, таких як підвищення або зниження температури і вологості. Чіпи зможуть передавати характеристики і умови руху та перевезення, навіть такі конкретні дані, як середня швидкість і стиль водіння в центральний офіс компанії.

Connecterra — голландський агротех-стартап, що розвиває засновану на машинному навчанні платформу для молочних ферм. Це рішення допомагає знизити використання гормонів та антибіотиків у сільському господарстві, а також підвищити продуктивність ферм. Платформа використовує сенсори для збору інформації про тварину, масиви даних і мобільний додаток. За допомогою технології фермери можуть оцінити стан здоров'я корів і їх продуктивність, відстежувати вплив змін, наприклад у раціоні, на стадо.

3. Технологія відбору голосом і світлом. Голосову технологію комплектування (Pick-by-Voice, Voice Picking), або голосовий відбір (Pick-to-Voice), широко застосовують у галузях, пов'язаних з транспортуванням і зберіганням продукції по штуках, розфасованих товарів, одягу і продуктів харчування [9]. Технологія дозволяє працівникові складу підтримувати безпосередній голосовий контакт з автоматизованою системою управління складом (Warehouse Management System, WMS) у процесі виконання замовлень. Основна перевага технології голосового відбору — вільні руки збирача замовлення, якому не потрібно тримати в руках термінал або паперовий носій. При використанні голосової технології комплектування можна значно підвищити точність і оперативність виконання замовлень, що сприятливо позначається на загальній продуктивності роботи складу.

Особливість технології світлового відбору полягає в тому, що для ідентифікації товару, його ваги, кількості та місця розташування використовують світлові сигнали. Технологію світлового відбору можна застосовувати при оформленні оптових замовлень і при обслуговуванні роздрібних покупців.

4. 3D-друк. На думку експертів, традиційний ланцюг доставки в майбутньому буде зломлений розвитком технології 3D. З появою невеликих і недорогих 3D-принтерів навіть у віддалених місцях можна буде скористатися електронною бібліотекою проектів, доступною на локальному комп'ютері, і роздрукувати деталь. Зношені деталі можна буде відсканувати в режимі 3D і створити заново.

Впровадження 3D-друку для логістичної галузі має величезний потенціал зростання. У майбутньому логістичний провайдер зможе поставляти сировину замість готової продукції.

5. Безпілотники (дрони) і засоби пересування без водіїв. Дрон — це безпілотний літальний апарат, який може управлятися дистанційно або автопілотом по складеній програмі. Невеликі, легкі, недорогі в експлуатації дрони здатні по повітрю досягти тих точок, куди інші види транспорту потрапити не зможуть. Безпілотники можна залучити для аналізу стану ґрунту, визначення оптимальних строків посадки, їх використання розширює можливості моніторингу та прогнозу стану врожаїв, відповідно контролюються агротехнологічні строки, визначаються найоптимальніші дози потрібних добрив і засобів захисту рослин, підвищується якість прийнятих управлінських рішень.

У безпілотних систем, встановлених на трактори і навантажувачі, крім зниження впливу людського фактора, є ще одна вагома перевага: вони дозволяють мінімізувати ризик крадіжки палива

і зерна. Системи точного позиціонування також допомагають зменшити зону перекриття, знизити перевитрата добрив і хімікатів. У даний час провідними виробниками систем автоматичного водіння сільськогосподарської техніки є John Deere (США), Autonomous Tractor Corporation (США), AGCO Corporation (США) і CNH Industrial (Нідерланди).

Висновки та пропозиції. Роблячи дане дослідження, я дійшла висновку, що застосування ІТ рішень в організації логістичних процесів підприємств АПК дозволить значно пришвидшити тривалість логістичного процесу, при цьому знизивши витрати та підвищивши ефективність роботи. Сучасний стан логістики багато в чому визначається бурхливим розвитком і впровадженням в усі сфери інформаційно-комп'ютерних технологій.

Таким чином, для якісної, продуктивної та ефективної організації логістичних процесів у діяльності підприємств АПК необхідно застосовувати сучасні інформаційні системи та технології, тому що вони забезпечують конкурентні переваги для підприємства, є однією з умов успішної діяльності на ринку товарів і послуг, дозволяють весь час підвищувати рівень співпраці і комунікацій з клієнтами, постачальниками, партнерами, посередниками тощо в єдиному інформаційному просторі з синхронізованими потоками.

Література:

1. Akshat Sharma. How Future Delivery Drones Will Deliver Your Packages [Електронний ресурс] / Akshat Sharma. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://jungleworks.com/how-future-delivery-drone-will-deliver-your-packages/> Riley Panko. Drone Delivery: Benefits and Challenges [Електронний ресурс] /
2. Riley Panko. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://clutch.co/logistics/resources/drone-delivery-statistics-benefits-challenges>

Євченко М.А.
«Маркетинг», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка
Баша І.М.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ

У сьогоднішніх умовах для успішної реалізації продукції, прибутковості компанії вже є недостатнім просто виробляти якісний, актуальний за ціною продукт, якого потребує ринок і застосовувати до нього звичні маркетингові комунікації, потрібно уміло його реалізовувати на ринку. А особливо в умовах вірусної пандемії COVID-19, яка загнала весь бізнес України у використання інтегрованих маркетингових комунікацій у мережах Інтернет. Для того щоб ефективність роботи зростала, підприємствам необхідно дослідити поведінку та реакцію споживачів і конкурентів на ринку, повністю розуміти ринкові механізми стимулювання збуту, рекламної діяльності, PR, прямого маркетингу. Маркетинг стає все важливішим елементом у сфері бізнесу. Маркетинг сучасності вимагає набагато більшого, ніж створити якісний товар, створити ефективну цінову політику і забезпечити кілька цільових аудиторій для підприємства. Сучасні підприємства, незалежно від сфери діяльності, потребують налагодження зв'язків із споживачами, партнерами, постачальниками та по-середниками і, відповідно, створення ефективної комунікаційної політики. Отже, актуальність дослідження цього питання полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку використання маркетингової комунікації виступає одним із основних напрямів створення діючих механізмів управління діяльністю підприємства, які здатні забезпечити його ефективне функціонування в умовах сучасної економіки, яка вже деякий час знаходиться у складному кризовому становищі. Саме тому надзвичайної актуальності набуває дослідження системи маркетингу соціальних мереж (Social Media Marketing) як дієвого засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств

Суспільство знаходиться в епоху інформації, яка створює гіперконкурентні ринки. Тому потенційні клієнти мають набагато ширший погляд на конкурентні пропозиції, вони виборчіші та вибагливіші, ніж у минулому. Сучасна епоха також відома як нова економіка (цифрова або інформаційна економіка). Дубовик Т.В. називає цифрову економіку «синергетичним процесом, що сходяться у повній залежності всіх підприємств від явища інформаційно-комунікаційних технологій» [1, с. 161].

Цифрова економіка досягла етапу, коли компанії змушені чітко визначити свій імідж та визначити нові можливості для бізнесу на ринках, на яких вони працюють. Ці факти показують, що підприємства повинні розуміти та опановувати нові навички, якщо вони сподіваються на процвітання в довгостроковій перспективі. Філіп Котлер стверджує, що на додаток до існуючих навичок і вмінь, необхідно принципово вдосконалити свої бізнес-стратегії та переглянути роль маркетингу в їх маркетинговій стратегії [2, с. 194]. Сьогодні традиційних маркетингових інструментів недостатньо для успіху на ринку. Маркетингова комунікація в Інтернеті займає все важливішу позицію в сучасному підході до маркетингу, оскільки впливає на спосіб життя та поведінку споживачів.

На відміну від традиційних ЗМІ, Інтернет надає новий простір для двостороннього спілкування з клієнтами, а соціальні мережі — новий вимір цього середовища. Цей новий аспект бізнесу вимагає нового підходу до роботи маркетингового та збутового персоналу, тому необхідно визначити нові принципи маркетингу і повністю змінити стилі спілкування.

Динаміка розвитку соціальних мереж підтверджується опитуваннями, проведеними в США, які показують, що, хоча у 2018 році соціальними мережами користувалися 77 % компаній, у 2020 році ця цифра становила 98 %, а 96 % вважали це вагомим складовою. Однак деякі компанії навіть зараз вважають соціальні мережі місцем лише для розваг, а не простором для потенційних маркетингових і рекламних цілей. Інша помилка полягає в тому, що деякі компанії недооцінюють соціальні медіа з маркетингової точки зору. Маркетинг у соціальних мережах вимагає набагато ретельнішої та складнішої стратегічної підготовки, ніж традиційний масовий маркетинг.

Мета участі в соціальних мережах — це не негайний продаж, найголовніше — це спілкування та збір інформації, потенційний продаж може відбуватися як вторинний ефект маркетингової діяльності, який не повинен виглядати зовні як реклама. Це відображено в низці опитувань, прове-

дених у США, які показали, що 62 % користувачів користуються соціальними мережами, але лише 5 % з них використовують це для здійснення покупки. Користувачі сприймають соціальні медіа як свій особистий простір, тому навряд чи готові прийняти звичайну рекламу. У соціальній спільноті це повинно з'являтися випадково, спонтанно.

На абсолютній вершині широкого спектру елементів соціальних медіа є відносно новий тип веб-додатків — сайти соціальних мереж. Отже, у цій роботі їм приділяється особлива увага. Сайти соціальних мереж досі вважаються популярними, вони повністю змінили обличчя віртуального світу, оскільки стали універсальною комунікаційною платформою та стандартною частиною маркетингових комунікацій.

Найпопулярнішими мережами є особисті, серед яких найпоширенішим у всьому світі є Facebook, у якому понад 911 мільйонів користувачів. Ця мережа була заснована Марком Цукербергом і спочатку була призначена для студентів Гарвардського університету. З серпня 2006 року будь-хто старше 13 років може підключитися до мережі. Якби Facebook був країною, він був би третім за величиною у світі (після Китаю та Індії).

У даний час сторінки соціальних мереж створюють потенціал для прямого та ефективного двостороннього спілкування, дозволяючи маркетологам постійно підтримувати зв'язок зі своїми клієнтами та отримувати якомога більше поглядів та інформації з точки зору клієнта, щоб найкраще визначити оптимальну маркетингову стратегію щодо соціальних мереж та адаптуватися до своїх клієнтів.

Дослідження Міланського університету, яке аналізувало стосунки всіх користувачів Facebook, показало, що їх соціальні зв'язки з кожним роком усе більше пов'язані. Це впливає з відомого експерименту Стенлі Мілграма 1960-х років і теорії Теорія шести рукошлягів, згідно з якою кожна людина пов'язана з кожною іншою людиною ланцюжком із шести відомих один одному людей [3, с. 40]. Дослідження показує, що зв'язок між користувачами зростає з кожним роком, тому достатньо значно менше попередньо встановлених шести ланок, оскільки середня відстань у між користувачами у Facebook становить лише 1,74, тоді як у 2018 році вона становила 3,28. На рис. 1 показано віковий розподіл користувачів Facebook.

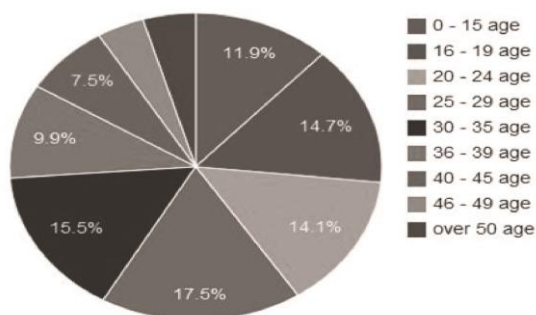


Рис. 1. Вікова діаграма користувачів Facebook, 2019

Джерело: складено автором на основі comScore

Агентство TNS Global провело дослідження поведінки людини в онлайн-середовищі, в якому опитало 72 000 осіб у 60 країнах, надавши таким чином маркетологам вичерпну інформацію. Дослідження показало, що люди в країнах з розвинутими Інтернет-ринками набагато менш відкриті до брендів, перебуваючи в Інтернеті, ніж ті, що розвиваються. У середньому, для розвинутих ринків було встановлено, що 47 % людей не зацікавлені в контакті з брендами через соціальні мережі. Хоча багато користувачів соціальних медіа не відкриті для спілкування з брендами, це не означає, що вони не говорять про бренди. Результати показали, що 57 % людей коментують бренд в Інтернеті. 13 % респондентів оцінили бренд в Інтернеті, тоді як лише 10 % критикували. Це також показало, що чверть людей на розвинутих ринках і 48 % на тих, що розвиваються, будуть готові купувати товари безпосередньо через соціальні мережі [4].

Найголовніше необхідно пам'ятати, що соціальні медіа не можуть бути єдиним інструментом спілкування. Соціальні медіа повинні бути частиною інтегрованого маркетингового принципу, а не розглядатися як окремий та основний інструмент маркетингових комунікацій.

Експертам з маркетингу потрібно знайти ефективне використання соціальних медіа для маркетингових комунікацій. Успішний бізнес вимагає ретельної маркетингової підтримки та постійного спілкування зі своїми клієнтами, особливо під час складної економічної ситуації в країні. Соціальні мережі — це один із способів зробити це.

Література:

1. Дубовик Т.В. Маркетингова комунікаційна діяльність торговельного підприємства в соціальних мережах. Актуальні проблеми економіки. Київ, 2012. № 5. С. 161–168.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКС, 2019. 224 с.
3. Башинська І.О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах *Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. Збірник наукових праць*. Луцький національний технічний університет. 2020. Вип. 9 (1.1). С. 36–41.
4. TNS Digital Life (2019). The largest global study into people's attitude and behaviors online. Tnsdigitallife.com. Retrieved February 8, 2019, URL: <http://www.tnsdigitallife.com/>
5. SocialBakers.com. (2020). The Recipe for Social Marketing Success. SocialBakers.com. Retrieved February 8, 2020/ URL: <http://www.socialbakers.com/>

Королькова К.С.

«Маркетинг», 5 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри маркетингу імені А.Ф.

Павленка Пилипчук В.П.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Сучасний світ не можна уявити без інтернету. Сучасно мобільний людина проводить усі свої операції з глобальною мережею Інтернет, пов'язані з платежем або іншими діями. Основною особливістю середовища Інтернету є його гіпермедійна природа, яка в свою чергу характеризується високою ефективністю в поданні та засвоєнні інформаційних потоків, що значно підвищує можливості маркетингу в посиленні взаємодії між підприємствами і по споживачами.

Теоретико-методичним підґрунтям статті стали вітчизняні й зарубіжні праці вчених з розглядом проблемних питань інтернет-маркетингу, розвитку мережових і маркетингових технологій на основі економічної теорії. Використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, що дало змогу вивчити це питання. Дослідження виконані із застосуванням методів наукової абстракції, аналізу і синтезу, абстрактно-логічних (теоретичні узагальнення, критичний аналіз публікацій, формування висновків), порівняльного статистичного аналізу (здійснення аналізу й характеристика трендів інтернет-маркетингу, їх впливу та якості у просування товарів і послуг за допомогою інтернет-мережі), абстрагування та конкретизації, що стали базовими для узагальнення тенденцій інтернет-маркетингу в теорії.

Інтернет-маркетинг — це дії, спрямовані на просування товарів і послуг в інтернеті. Основна мета інтернет-маркетингу — перетворити відвідувачів сайту в покупців і збільшити прибуток.

Ринок Digital (Internet) реклами знаходиться в центрі загальної уваги, адже з кожним роком ринок інтернет-реклами демонструє позитивну тенденцію. За підсумками 2020 року інтернет-ринок зріс на 24 %, і очікується, що 2021 рік принесе подальший зріст на 38 % [2]. І з кожним роком кількість інтернет-користувачів у світі зростає. Останні звіти вказують на те, що кількість користувачів інтернету за останні 12 місяців зросли на 332 мільйони, що дорівнює річному приросту на 7,6 % [3]. В Україні прослідковується аналогічна тенденція: Кількість користувачів Інтернету в Україні зросла на 2,0 мільйона (+ 7,3 %) між 2020 і 2021 роками [3].

Основними трендами інтернет-маркетингу можна виокремити:

1. Відеомаркетинг.

Тренд відеомаркетингу прийшов на ринок кілька років тому. У 2020-му він активно використовувався в YouTube і Instagram: блогери і лідери думок стали не тільки частіше робити рекламні ролики в форматі відео, але і продавати товари в прямих ефірах.

Тому в 2021 році саме вертикальний формат відео стане ще популярнішим. Покупці не хочуть витрачати час на перегляд довгих відеоогляди. Найкраще працюватимуть маркетингові відео тривалістю не більш двох хвилин.

2. Персоналізовані електронні кампанії.

Незважаючи на поширеність соціальних медіа, обміну миттєвими повідомленнями тощо, старий добрий електронний лист ще не втратив свого чару. Щоденно надсилаються мільярди електронних листів з академічними, науковими, юридичними, промисловими, комерційними та особистими цілями. Поки електронна пошта залишається тут, маркетинг електронної пошти також триватиме.

Однак справа тут у тому, що маркетинг за допомогою електронної пошти постійно розвивається та покращується. Автоматизація електронної пошти також пробилася в електронний маркетинг, що персоналізувало весь досвід роботи з електронною поштою. При правильній реалізації персоналізація може стати великим прибутком. І персоналізований маркетинг електронною поштою не є новим. Він використовується вже багато років для вдосконалення маркетингових зусиль. Усі дослідження показують, що персоналізовані електронні кампанії отримують кращі показники відкриття та рейтинг кліків, ніж анонімні узагальнені електронні листи. Це може бути однією з найпотужніших тенденцій цифрового маркетингу 2021 року.

3. Influencer Marketing у TikTok.

За даними досліджень: більше 85 % маркетингу в TikTok працює через знаменитостей і лідерів думок. Вони і підвищують впізнаваність брендів і збільшують продажі.

У серпні 2020-го, згідно зі статистикою Sensor Tower, TikTok став найпопулярнішим додатком у світі. Так бренд Converse об'єднався з блогерами-мільйонниками і запропонував користувачам прикрасити свої конверси. Результат — тисячі відео від шанувальників бренду в одному тільки TikTok і 24 мільйони переглядів за 6 днів.

4. Чат-боти.

Чат-боти — відкриття останніх років, яке отримає новий розвиток у 2021. За допомогою ботів компанія створює позитивний досвід користувачів і спрощує комунікацію з брендом:

- відповідає на найчастіші запитання клієнтів;
- працює 24/7;
- знижує навантаження і витрати на відділ продажів.

На чат-боти бізнеси можуть перенести від 70 % до 90 % спілкування з клієнтами. Віртуальний співрозмовник автоматизує комунікацію на будь-якій платформі від месенджерів до сайтів. Це кращий спосіб залишатися завжди на зв'язку зі своїми потенційними покупцями і клієнтами.

5. Доповнена реальність.

Згідно з дослідженням Gartner, у 2021 році більше 70 % компаній будуть впроваджувати технології доповненої реальності (AR) [5]. Таким чином, покупці зможуть створити дизайн-проект власного будинку, «приміряти» одяг або дізнатися всю необхідну інформацію, просто навівши камеру смартфона на об'єкт, що цікавить.

AR допоможе створити тісніший контакт між клієнтом і брендом. Тим більше, на відміну від віртуальної реальності (VR), доповнена реальність набагато простіше і доступніше з точки зору реалізації для середнього бізнесу.

6. Візуальний пошук.

Візуальний пошук може значно поліпшити користувацький досвід. Тільки уявіть, щоб отримати конкретні результати пошуку, достатньо просто показати системі потрібний або схожий товар.

Google ще кілька років тому розробив функцію візуальної пошукової системи. Інструмент Google Lens може розпізнавати елементи, просто роблячи їх знімок на смартфон. Крім інструменту Google є такий сервіс, як CamFind. Це програма, яка виконує візуальний пошук, коли ви фотографуєте об'єкт зі смартфона. CamFind дозволить порівнювати ціни на товари просто з використанням камери.

7. Голосовий пошук.

«Привіт, Siri» або «Окей, Google» — багато хто з нас використовують голосовий пошук у повсякденному житті не менше, тим текстовий. 20 % запитів у Google з мобільного телефону — голосові.

У 2021 році більше 45 % усіх пошукових запитів будуть виконуватися через технологію розпізнавання мови [6]. Уже зараз деякі бренди використовують голосовий пошук, щоб поліпшити свою маркетингову стратегію. Наприклад, Domino's Pizza так збільшує продажі.

Клієнти можуть замовляти піцу через Alexa — розумну колонку, дуже популярну в США. Більше 38 мільйонів американців вже використовують ці технології, а 65 % вважають, що без них не обійтися.

Але в цілому, підбиваючи підсумки і резюмуючи викладене, можна з повною впевненістю стверджувати, що електронний маркетинг, незважаючи на перераховані проблеми і багато інших, — це лише шлях вгору для розвитку компаній у сучасній формації, і головною складовою цього шляху є вибір правильного інструменту, вибір визначає комерційний успіх компанії. У доступному для огляду майбутньому розвиток Інтернет-маркетингу буде динамічним, прогресивним і, безумовно, несе користь всім учасникам сучасної економіки.

Література:

1. Що таке інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування. URL: <http://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>.
2. Всеукраїнська рекламна коаліція. Підсумки року. URL: https://vrk.org.ua/images/VRK_Annual_Report_2020.pdf
3. Datareportal. DIGITAL 2021 APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>
4. Datareportal. DIGITAL 2021: UKRAINE. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine>
5. Gartner. Digital Marketing Insights for cmos in 2021. URL: <https://www.gartner.com/en/marketing/insights/articles/digital-marketing-insights-cmos-2021>
6. Бен Мюллер Цифровой маркетинг, тренды на 2021 год URL: <https://belmont-web.com/ru/marketing-digital-les-tendances/>

Ходаківська А. С.

«Менеджмент персоналу», 2 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка

Дерев'янченко Т.Є.

ADVERGAMING ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ

Практика показує, що сьогодні класичні маркетингові підходи вже недостатньо ефективні, не дивлячись на значні асигнування на ці цілі. А отже, перед сучасним бізнесом постало актуальне завдання пошуку нових маркетингових прийомів. Новітні комп'ютерні технології та цифрові методи адаптації інформації, дозволили впроваджувати техніки flash-креативного дизайну й постмодерністської творчості в комунікативний простір суспільства, орієнтованого на «споживання», в якому важливе місце посідає інтеграція й адаптація сучасних ультрамодних тенденцій, зокрема й використання адвергеймінгу в рекламній діяльності [2, с. 90].

Формування глобальної індустрії ігор стало важливою світовою тенденцією, що обумовлено захопленням іграми по всьому світу. Так, дослідження, проведені британською компанією Forrester Research, свідчать про те, що більше 25 % відвідувачів віртуального простору активно цікавляться іграми, 42 % геймерів проводять за ними більшу частину вільного часу [3, с. 24]. З кожним роком розвиток технологій досягає нових вершин, споживач вже не може уявити своє життя без використання різноманітних девайсів. Саме тому способи просування товару, які не вимагають від споживача зайвих дій, і при цьому носять розважальний характер — це ефективний спосіб залучити людину. Залучений споживач, повністю занурений у гру — це найсприятливіше середовище для впливу на нього.

В Україні досі небагато доступної інформації про такий маркетинговий прийом просування як «Advergaming» і таке дослідження є актуальним. Метою роботи є аналіз світового досвіду використання адвергеймінгу та обґрунтування перспектив його розвитку в Україні.

«Advergaming» — це маркетинговий прийом просування, який був розроблений і впроваджений більше 40 років тому, але і в наш час набирає все більшої популярності. Це (рекламні, промо) ігри, які розробляються спеціально для надання послуг цільовій аудиторії в максимально позитивній, ігровій формі. Дослідники Є. Ромат і Д. Сендеров [1, с. 499] наголошують, що адвергеймінг сприяє розвитку лояльності, стимулюванню збуту, детальному уявленню функціональних і споживчих особливостей продукту. Так, брендована флеш-гра може послужити відмінним інструментом для створення ненав'язливої комунікації зі споживачем. Така гра розповсюджується безкоштовно і не «продає» продукт в прямому сенсі цього слова.

Аналіз наукових праць із проблем застосування технологій адвергеймінгу визначив актуалізацію науковцями нового напрямку. Указані проблеми розглядаються в роботах таких експертів, як Г. Зикерманн, Дж. Линдер, Є. Ромат [2], К. Стародубцева, А. Мрожевські та інших. Але незважаючи на достатню кількість наукових розробок, проблема залишається недостатньо вивченою.

Виділяють кілька переваг advergaming:

- гравець-споживач не обійде увагою маркетингове повідомлення, оскільки воно вбудоване в сценарій (на рівні діалогів, дій, зображень);
- надає гарантію того, що конкуруючий продукт не з'явиться поруч з продуктом замовника, як це може статися на сторінках ЗМІ або в рекламному блоці на радіо;
- гравців не дратуватиме розміщення реклами в грі як, наприклад, рекламні вставки на телебаченні, адже реклама не перериває хід гри і тому сприймається лояльно;
- дає можливість проникнути в підсвідомість споживача, поки він грає в улюблену гру з кумедними персонажами;
- позитивне ставлення до гри переноситься на товари/послуги і у гравців формується бажання придбати рекламовані продукти;
- інтерактивний характер гри дозволяє показати товар у динаміці — персонажі навчають гравців особливостям його застосування (особливо це актуально для нових товарів).

Найчастіше вирізняють три різновиди адвергеймінгу:

1) гра розміщується на спеціальному ресурсі (сайт компанії або спонсорований компанією, соціальні мережі). Це робиться для того, щоб залучити відвідувачів на свій веб-ресурс і спонукати їх залишитися на ньому якомога довше, для ознайомлення з продукцією компанії. У цьому випадку розміщена гра може бути не пов'язана безпосередньо з рекламованим продуктом, адже головне — це привернути відвідувачів і зацікавити їх;

2) традиційна комерційна гра, яка розроблена для відтворення на комп'ютері або ігрових консолях. В цьому випадку розробка і повна підтримка гри може бути спонсорованою зацікавленою компанією і не дивлячись на те, що сама гра може бути і не пов'язана з самим товаром або брендом, загальна ідеологія все ж проглядається, викликаючи потрібні асоціації у потенційних споживачів;

3) найпростіший, але від того не менш ефективний спосіб заявити про себе — це реклама в грі. В цьому випадку, компанія платить за розміщення свого продукту або послуги у відомій комерційній грі, тим самим рекламуючи себе серед гравців. Так, у відомій серії ігор Need for Speed використовуються марки реально існуючих автомобілів.

Як правило, користувачі грають близько 5-10 хвилин, і очікується, що цей рівень залучення буде впливовішим, ніж 10-секундна реклама на телебаченні чи радіо. Згідно з дослідженням App Annie, до 2022 року кількість щорічних установок AR- і VR-додатків виросте на 45 % у порівнянні з 2017 роком, а ринок покупок у додатках збільшиться на 92 %. Для прикладу, Volvo створили додаток, який за допомогою VR-окулярів дозволяє провести тест-драйв їхнього позашляховика XC90.

Гарний вірусний ефект дають ігри, сюжет яких пов'язаний з важливими для споживачів подіями, що відбуваються в момент запуску програми. Наприклад, напередодні Хеллоуїна компанія M&M's випустила гру «Чорний шоколад M&M's представляє 50 чорних фільмів, прихованих на малюнку». Ігровий майданчик являв собою сукупність кадрів з 50 фільмів жахів. Потрібно було здогадатися, до якого фільму належить той чи інший фрагмент. З огляду на свято, що наближається і загальний настрій, споживачі охоче переглядали трейлери жахів і грали в гру. Іншим прикладом Адвер-гри, заснованої на продуктових асоціаціях є примірка одягу від Gap. Відвідувач сайту могли створити свій віртуальний образ (аватара) і «приміряти» одяг марки в стилізованій примірочній кімнаті. При цьому сам процес був досить дотепним: віртуальний образ гравця спочатку танцював, знімаючи з себе старі речі, потім забігав у примірювальну і через секунду з'являвся в новому вбранні від Gap. Кнопка «Надіслати по e-mail» дозволяла відправити шоу аватари друзям і родичам, які також могли створити віртуальних двійників і приміряти віртуальні речі.

Багато рекламних ігор передбачають елемент змагання, переможець якого отримує в подарунок продукт компанії. Або кілька фіналістів отримують знижку на рекламований товар. Наприклад, компанія Johnson & Johnson запустила свого часу онлайн-гру Buddies Scrubbies з метою просування дитячого шампуню і мила. Її учасникам пропонували помити якомога більше малюків протягом обмеженого періоду часу, використовуючи продукцію Johnson & Johnson. Переможець міг завантажити з сайту купон на знижку. Таким чином, гра була безпосередньо пов'язана з продажами.

Немає сумнівів в тому, що з часом усе більше компаній будуть додавати до комплексу маркетингових комунікацій адвергеймінг. Ось що говорить про це Метью Рінгель, віце-президент по стратегічному розвитку компанії КРЕ: «Як би не хотіли маркетингологи отримати завдяки адвергеймінгу простий інструмент, який за рахунок нехитрих ігор розважає споживачів, насправді все набагато складніше. З плином часу і в міру накопичення досвіду компанії зможуть покращувати маркетингову функціональність інвестицій в адвергеймінг. При створенні інноваційних ігор, які забезпечують необхідну взаємодію споживачів з брендом і можливості збору даних про них, адвергеймінг стане ключовим компонентом рекламних кампаній» [3].

Отже, зростання ігрової культури обумовлює використання адвергеймінгу у різних сферах, що є перспективним і для України, зважаючи на низку причин:

- ігрова індустрія з кожним роком набирає обертів, це стосується і мобільних, і соціальних, і онлайн-ігор;
- середній вік гравців — 33 роки, це працюючі дорослі люди із середнім або високим достатком.
- адвергеймінг є одним із перспективних способів просування продукції, завдяки поєднанню таких властивостей, як: доступність, привабливість, здатність надовго заволодіти увагою цільової аудиторії, допомогти їй запам'ятати рекламований бренд і впевнено виділяти його на тлі конкурентних пропозицій;
- адвергеймінг може приймати різні форми і залежно від цілей замовника вирішувати безліч завдань.

Література:

1. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. Матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 27-29 березня 2019 р. / під заг.ред. В. Г. Спрінсяна. –Дніпро: Середняк Т. К., 2019. — 579 с.
2. Мантула Б.А. Брендінг як сучасний прояв ігрової діяльності / Мантула Б.А. // Гуманітарний часопис : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського. — Харків, 2014. — № 4. — С. 90–95.
3. Ромат Є.В., Білявська Ю.В. Гейміфікація та її сприйняття поколінням «Z». Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2020. № 17(45). С. 23–28.
4. Catalán, Sara, Martínez, Eva, & Wallace, Elaine. Analysing mobile advergaming effectiveness: the role of flow, game repetition and brand familiarity. Journal of Product & Brand Management, doi:10.1108/JPBM-07-2018-1929

Чергинець Я.М.

«Маркетинг», 4 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка

Сєвонькаєва О.О.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ АВТОМОБІЛЬНИХ БРЕНДІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Сьогодні всесвітня мережа Інтернет набуває значного поширення. Вона надає безліч можливостей для різних видів діяльності, оскільки стала однією із найпопулярніших інструментів просування. Інтернет переносить деякі підприємства на глобальний рівень, покращує і спрощує укладання різних договорів між компаніями, пришвидшує комунікацію, сприяє пошуку цільової аудиторії, а також поширенню своєї продукції чи послуг через мережу Інтернет.

Варто розуміти, що у час швидкого розвитку інформаційних технологій у всіх галузях, недостатньо просто створити продукт, налаштувати його виробництво і канали розподілу. На бізнес арені існують тисячі компаній, тому дуже складно вирізнитися і привертати увагу саме до своєї компанії. Саме через це, компанії вигадують нові маркетингові комунікації, постійно збагачуючись новітніми інструментами, стратегіями, а також методами взаємодії зі своєю цільовою аудиторією.

Наразі існує велика кількість соціальних мереж, які виконують безліч функцій для різноманітних цільових аудиторій. Вибір платформи для просування продукції вітчизняних підприємств залежить, перш за все, від особливостей цільової аудиторії, специфіки продукції чи послуг, що просуваються, а також мети, яку переслідує компанія-виробник.

Саме завдяки соціальним медіа бренди можуть збирати своїх потенційних клієнтів, налагоджувати з ними взаємодію і в подальшому краще розуміти потреби своєї цільової аудиторії. У зв'язку з цим стає необхідним подальше дослідження і застосування новітніх інструментів маркетингових комунікацій під час просування брендів у соціальних мережах.

Сучасні умови розвитку інформаційних комунікативних технологій спричинили активне зростання популярності соціальних мереж, кількість яких постійно збільшується — так у всьому

світі понад 3,6 млрд людей користуються цифровими платформами, і, за прогнозами, їх кількість буде лише збільшуватися до 4,41 млрд до початку 2025 року [1].

Sproutsocial опублікував рейтинг найпопулярніших соціальних мереж у світі станом на січень 2021 року (рис. 1).

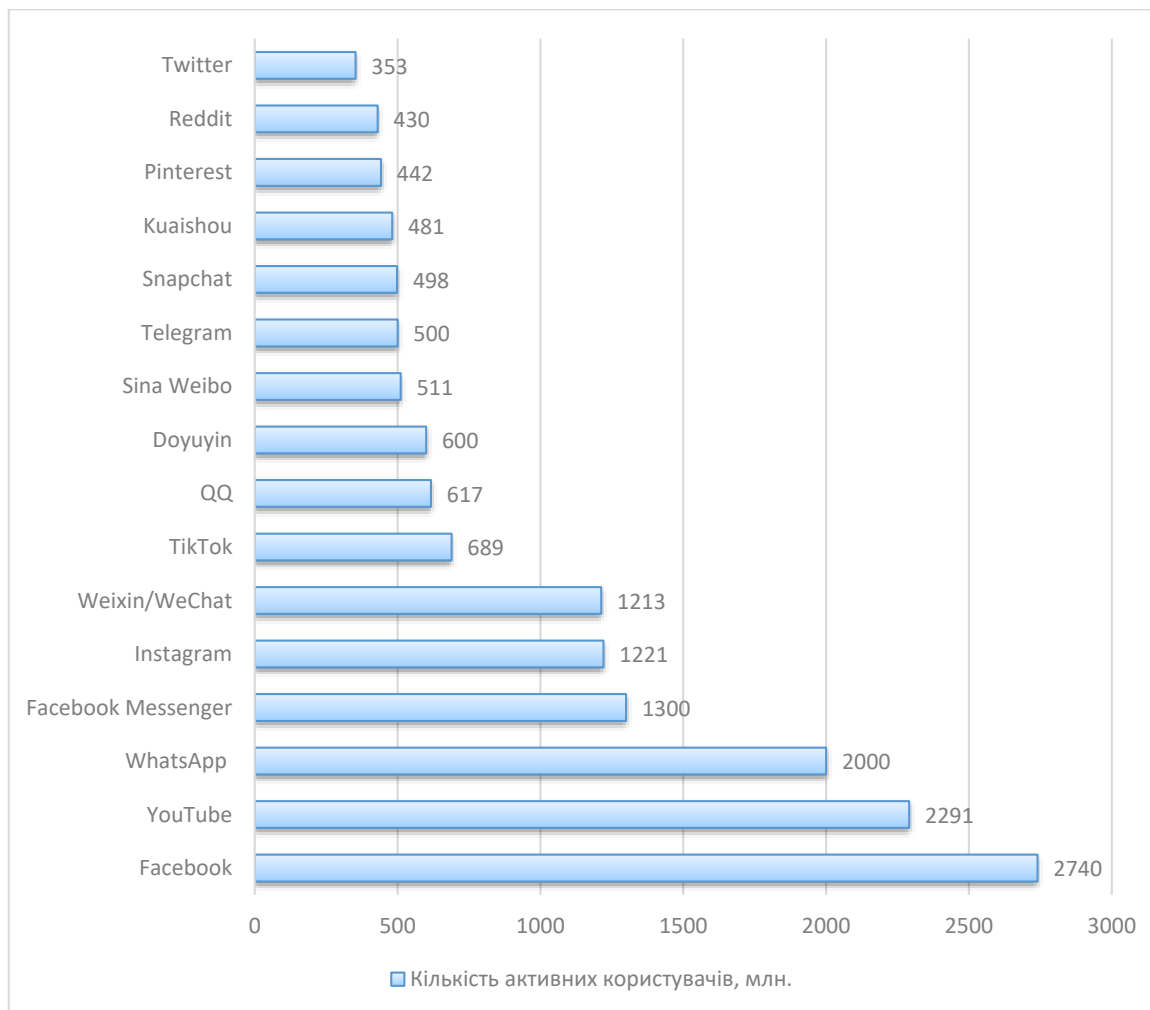


Рис. 1. Найпопулярніші соціальні мережі за кількістю активних користувачів станом на січень 2021 року

Джерело: розроблено автором на основі [1]

З рис. 1 бачимо, що найпоширенішими соціальними мережами є Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger та Instagram.

- Facebook — найбільша соціальна мережа, якою кожного місяця користуються більше 2,5 млрд людей, це майже третина населення світу. Цією платформою наразі користується близько 65 млн компаній і більше 6 млн рекламодавців, які активно рекламують свій бізнес у Facebook, що робить його потенційно на крок ближче до своєї цільової аудиторії [2].

- YouTube — друга за популярністю соціальна медіа-платформа у світі. Щодня люди переглядають на YouTube понад мільярд годин відео. Мільярд годин. Кожного дня. Дана платформа є чудовим сервісом задля просування продукції чи послуг або бренду в цілому. 70 % глядачів купили продукт/послугу в бренду, побачивши рекламу на YouTube [3].

- Платформа Instagram має низку особливостей, що і відрізняє її від інших соціальних мереж. Для ефективної роботи у просуванні власного бренду, треба постійно моніторити та аналізувати усі інструменти Instagram. 200 млн користувачів Instagram кожного дня відвідують хоча б один бізнес-профіль, а от, 81 % людей використовують дану соціальну мережу для пошуку товарів і послуг. І саме 2 користувачі з 3-х говорять, що мережа допомагає налагодити взаємодію з брендами. Саме тому 90 % американських маркетологів називають Instagram найважливішою платформою соціальних мереж для маркетингу компаній у XXI столітті [4].

Пропоную детальніше розглянути інструменти маркетингових комунікацій в автомобільному секторі:

По-перше, це робота з «лідерами думок» для просування автомобільного бренду в соціальних мережах. Даний інструмент дає можливість підвищувати довіру до продукту та компанії в цілому. Блогери, маючи свою уже сформовану аудиторію, вже не перший рік рекламують товари і послуги на своїх сторінках, і підписники їм довіряють, адже для них важлива думка лідера. Зазвичай свої слова інфлюенсери підтверджують відеооглядами з тест-драйву та фотографіями з автосалонів. Варто розуміти, що при правильному виборі блогера, росте й аудиторія компанії. Зрозуміло, що, для того, щоб підписники «лідера думки» підписались на сторінку автомобільного бренду — контент повинен відповідати інтересам цільової аудиторії.

По-друге, це прямі ефіри як інструмент прямого маркетингу, коли бренди виходять на зв'язок зі своєю аудиторією і спілкуються з нею, при цьому можуть презентувати новий автомобіль і розкривати потенційним клієнтам усі нововведення та характеристики. У процесі бесіди компанія відкривається і здається ближчою до своїх клієнтів. Співробітники автомобільних компаній відповідають на запитання аудиторії, проводять різні інтерактиви, у тому числі і розіграші своєї брендованої продукції (шопери, парасолі, футболки, календарі та ін.). При цьому потрібно правильно організовувати комунікацію з аудиторією. Тобто потрібно не лише проводити онлайн чи офлайн зустрічі, а вміти балансувати, щоб аудиторія не забувала про компанію. Основними характеристиками особистого (прямого) продажу є те, що він допомагає встановити тривалі стосунки, отримати певну реакцію потенційного клієнта, вплинути на те, щоб він приїхав в автосалон, підігріти його бажання купити товар, тобто спонукати його до конкретної дії. Наразі цей інструмент використовується не дуже активно в Україні, проте варто все-таки його використовувати і запроваджувати в автомобільні компанії.

Та навіть маски компанії в Instagram також можна вважати своєрідним інструментом комунікацій зі своєю аудиторією. Це постійні згадування компанії у соціальних медіа, їх популяризація.

Іншим інструментом маркетингових комунікацій є якісний контент і публікації у соціальних мережах. Адже вони також справляють враження на свого потенційного клієнта. Потрібно з розумінням підходити до написання контент-плану, враховувати побажання та інтереси аудиторії, висвітлювати повну і достовірну інформацію про автомобілі та висвітлювати інформацію про новинки автомобільного ринку України та світу в цілому. Варто розуміти, що якщо правильно піднести свій продукт в Інтернеті, то клієнт не лише здійснить покупку, а й буде розповідати про компанію своїм знайомим, друзям. Саме у такий спосіб імідж компанії буде покращений та ще й і без вкладання додаткових коштів.

Окрім цього є й інші інструменти маркетингових комунікацій, наприклад, це спеціальні комерційні пропозиції, які компанії зазвичай розповсюджують у месенджерах соціальних мереж — розсилка таких меседжів своїй цільовій аудиторії часто спрацьовує і приводить усе більше нових клієнтів, які згодом лишаються не на один рік клієнтом компанії. Яскравим прикладом є тактика всесвітньо відомого автомобільного бренду — Mercedes-Benz, коли з'являється підписник сторінки в Instagram, то адміністратор відразу ж реагує на це і не лише пропонує свій продукт, а спочатку знайомиться з людиною, розповідає про себе. Можна сказати, бренд таким чином, створює початкову комунікацію з потенційним клієнтом, а вже згодом «підігріває» її, тобто налагоджує.

Магазин у Facebook — ефективний інструмент, який допомагає потенційному клієнту особисто познайомитися з портфелем модельного ряду і при цьому розповісти детальніше про основні характеристики автомобілів, показати те, як насправді виглядає модель. Завдяки цьому інструменту компанія може отримати проінформованого потенційного клієнта, з яким надалі може продовжувати комунікацію.

У таких соціальних мережах, як Instagram і Facebook, доволі активно використовуються вище згадані PR-інструменти, які дозволяють побудувати довгострокові довірчі відносини між компанією та цільовою аудиторією. Цифровий маркетинг завжди вимагав виняткової гнучкості та проникливої здатності, в першу чергу, слідувати тенденціям і адаптуватися до змін поведінки аудиторії. Минулий рік вніс зміни абсолютно в усі сфери, і навіть у ті, які чинили опір змінам в попереднє десятиліття, коли світ переходив на цифрові технології. То тепер, змушені були адаптуватися всі, а хто не був готовий до змін — просто покинув «поле гри».

Література:

1. Jenn C. 36 Essential social media marketing statistics to know for 2021. URL: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics>
2. Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

3. Newberry C. 25 YouTube Statistics that May Surprise You: 2021 Edition. URL: <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers>
4. Newberry C. 44 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2021 URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics>
5. Ляшенко Г.П., Моткалюк Р.В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. Ірпінь, 2013. № 3. С.59–65.
6. Падерін І.Д., Романов О.В., Титовец Є.С. Розвиток Інтернет-маркетингу на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. Київ, 2016. № 1 (43). С. 120-124.

Шафалюк О.О.
«Маркетинг», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка
Пилипчук В.П.

МАРКЕТИНГОВІ ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ

За умов нестабільності економіки лояльність клієнтів є запорукою успішної роботи підприємницького сектору у всіх сферах його діяльності. Одним з перспективних маркетингових інструментів в сучасних ринкових умовах зростаючої індивідуалізації попиту, стають програми лояльності, спрямовані на оптимізацію взаємодії зі споживачами.

Найтипівішими моделями утримання клієнтів в програмах лояльності є:

- бонус за кожну покупку;
- відсоток від усіх покупок;
- безкоштовні товари по акції;
- багаторівнева бонусна програма;
- партнерство компаній для ексклюзивних пропозицій;
- плата за VIP-обслуговування;
- некомерційна програма лояльності;
- бренд як законодавець лояльності [1].

Проблематично, що 13 з 30 програм лояльності перестають працювати вже через рік після запуску, згідно з дослідженням Colloquy Customer Loyalty Census. Компанії втрачають гроші і час, а клієнт не бачить реальної вигоди, сприймає бонусні програми як спробу продати непотрібні товари і перестає довіряти брендам. При цьому проблеми забезпечення ефективності програм лояльності набувають істотних особливостей і вимагають спеціальних підходів у сфері інтернет-маркетингу.

У випадку оцінювання ефективності онлайн-просування комунікаційна результативність має пролонгований ефект і часто впливає на економічну ефективність відстрочено, за рахунок раніше сформованої лояльності і довіри споживача до торгової марки/бренда/підприємства [2].

Актуальною тенденцією у розробці сучасних програм лояльності в інтернет-маркетингу є застосування при побудові посадкових сторінок (*Landing page*) розширених моделей AIDA-S (Attention, Interest Desire, Action — Satisfaction) [3], що складається з таких елементів:

- 1) Attention (увага). Залучення уваги споживача, найчастіше за допомогою реклами;
- 2) Interest (інтерес). Викликання зацікавленості споживачів через демонстрацію корисності, характеристик, переваг товару чи сервісу;
- 3) Desire (бажання). Викликання у споживача бажання придбати товар. Найпростіший механізм полягає у акцентуванні уваги не на власне товарі, а на проблемі, яку даний товар здатен вирішити: продавати не крем, а красу; не автомобіль, а свободу і престиж;
- 4) Action (дія). Етап придбання товару. Для прискорення проходження попередніх етапів часто пропонуються гарантії, особливі умови, знижки;
- 5) Satisfaction (задоволення). Підтримка лояльності споживача за допомогою якісного сервісу, інформування, позитивного враження про товар або послугу.

Відповідно до AIDA-S будується взаємодія зі споживачами і в мережі Інтернет: створення реклами, робота консультантів, проведення акцій, сервісне обслуговування та інше.

З урахуванням особливостей інтернет-просування автором пропонується схема використання AIDA при створенні лендингу (табл. 1).

РОЗРОБЛЕННЯ ЛЕНДІНГУ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ AIDA

Елемент (етап) моделі	Сутність
Attention (увага)	Відображено в заголовку тексту. Тема тексту розташована на першій сторінці, і це перше, на що зверне увагу (прочитає) користувач. Заголовок повинен бути написаний великими літерами, легко читатись і розкривати головні переваги пропозиції.
Interest (інтерес)	Створення контенту, що якнайповніше демонструватиме переваги товару і підтримуватиме інтерес до категорії в цілому протягом до- та післятранзакційного періодів.
Desire (бажання)	Перелік основних переваг. Наступна сторінка, яка має дати відповіді користувачу на питання, навіщо це потрібно і чому він повинен замовити рекламований товар
Action (дія)	Заклик до дії, який може бути підкріплений обмеженнями (за часом або за кількістю). Наприклад, «встигніть придбати товар X — їх залишилося всього 4».

Джерело: складено автором на основі [3]

Результати практичної апробації розробок доводять їх дієвість і перспективність.

Література:

1. Программа лояльности: 7 разных, но одинаково успешных примеров. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/customer-retention/programma-loyalnosti-7-raznykh-no-odinakovo-uspeshnykh-primerov/> (дата звернення: 14. 05.2021).
2. Семененко К.Ю. Проблеми визначення ефективності офлайн та онлайн комунікацій Проблеми управління і економіки підприємств в сучасних умовах: матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Київ, 26–27 квіт. 2017 р.). Київ: НУХТ, 2017. С.61–63.
3. Гладченко А. AIDA: Самый простой способ создать продающий текст. URL: <https://cutt.ly/MjXv06K> (дата звернення 14.05.2021).

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

НІМЕЦЬКОМОВНА ПЛАТФОРМА АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Калайда В. В.

«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри німецької мови Курченко Л. М.

KRYPTOWÄHRUNG: WAS IST DAS UND WELCHE ARTEN LIEGEN IM TREND?

Einführung. Heutzutage interessieren sich immer mehr Menschen für Kryptowährungen. Es sei gesagt, dass gleichzeitig nicht alle verstehen, was diese Kryptowährungen bedeuten und wie sie funktionieren.

Dieses Thema ist ganz neu und wirtschaftlich fast nicht recherchiert. Aus diesem Grund ist die Frage sehr aktuell und es ist wirklich schwierig, klare Fachliteratur in diesem Bereich zu finden. Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, die Menschen mit den Kryptowährungen bekannt zu machen und die Information über diese Zahlungsmittel zu systematisieren.

Forschungsmethoden. Bei der Vorbereitung der Thesen wurden theoretische Methoden verwendet.

Übersicht der Fachliteratur. Während der Vorbereitung dieser Arbeit wurden aktuelle Quellen benutzt. Dabei waren ausländische Internet-Ressourcen hilfreich, die mit den Investitionen verbunden sind. Zum Beispiel — deraktionae.de, coin-hero.de und baloise.ch. Deutsche Medien «ZDF» und «Tagesschau» waren für die Vorbereitung der Thesen auch nützlich.

Das Ergebnis der Forschung. Eine Krypto- oder Cyberwährung ist digitales Geld. Kryptografie ist die Wissenschaft zur Verschlüsselung von Informationen. Auf deren Prinzipien beruhen die digitalen Währungen [3].

Alle Daten zu Inhabern und Bewegungen werden verschlüsselt gespeichert. Und zwar nicht nur auf einem Server, sondern auf mehreren tausend gleichzeitig. Jede Transaktion ist so dezentral in einem Netzwerk gespeichert. Darum ist es fast unmöglich, Transaktionen zu fälschen. Dieses System nennt sich Blockchain [3].

Befürworter sehen die Kryptowährungen als Antwort auf das traditionelle Finanzwesen. Denn das digitale Geld benötigt keine Banken mehr, die Inhaber selbst werden zum Finanzinstitut. Ein zentrales Organ, das Geldfluss und Währung kontrolliert, fehlt. Die Käufer behalten stets die Kontrolle, sind aber gleichzeitig auch für die Sicherheit des Vermögens verantwortlich.

Anfang der 1990er Jahre diskutierte eine Gruppe von Programmierern und Kryptografen via E-Mail über Wege, wie die Privatsphäre im digitalen Raum geschützt werden kann. Angelehnt an den Begriff «Cyberpunk» nannten sie sich Cypherpunks [3]. Ein bekannter Vertreter ist der Brite Adam Back. Er hat die erste Proof-of-Work-Methode entwickelt, auf der Kryptowährungen basieren. Vereinfacht gesagt, beweist der absendende Computer dabei, dass er für die ausgehende Nachricht einen gewissen Rechenaufwand benötigt hat. Mit der Proof-of-Work-Methode sollte ursprünglich Spam vermieden werden.

Ein aktives Mitglied der Cypherpunk-Bewegung ist auch der anonyme Erfinder von Bitcoin: Satoshi Nakamoto. Der Name ist allerdings ein Pseudonym, die Identität ist bis heute unbekannt. Wegen der Proof-of-Work-Methode wird vermutet, dass Adam Back sich hinter dem Pseudonym verbirgt. Andere sind überzeugt, dass nicht eine einzelne Person, sondern eine Gruppierung hinter Satoshi Nakamoto steckt.

Am 1. November 2008 stellte Satoshi die Idee einer Kryptowährung in «The Cryptography Mailing List» vor [3]. Er nannte sie Bitcoin. Die erste Transaktion mit dem Bitcoin wurde nur zwei Monate später, am 12. Januar 2009, durchgeführt. Seit 2011 hat sich der Erfinder immer mehr zurückgezogen und überlässt die Weiterentwicklung seiner Idee anderen.

Inzwischen gibt es über 3000 Kryptowährungen. Doch nur rund 100 erreichen täglich einen Handelsumsatz von mehr als 1000 US-Dollar. Während Bitcoin als erste Kryptowährung am bekanntesten ist, erkämpfen sich auch Ether und Binance Coin ihren Platz. Auch kuriose Währungen wie Cryptokitties gewinnen an Popularität [3]. Hier geht es darum, möglichst spezielle, virtuelle Katzen

zu züchten und diese danach gewinnbringend zu verkaufen. Es sei gesagt, dass es am 22. April 2021 dank neuem Fondsstandortgesetz den deutschen Spezialfonds erlaubt wurde, in Kryptowährungen zu investieren [5].

Der Bitcoin war die erste von Kryptowährungen. Erhältlich ist der Bitcoin auf bestimmten Plattformen im Internet, in einigen Ländern kann man bei einer sehr begrenzten Anzahl von Geschäften damit auch offline bezahlen [1]. Dies ist im Moment aber eher eine Marketingstrategie, um einem Geschäft einen hippen Anstrich zu geben. Der Wert des Bitcoins ist in den letzten Jahren extrem gestiegen. Inzwischen wird die Kryptowährung auch an der Börse gehandelt. Durch den Hype ist der Bitcoin zu einem Spekulationsobjekt geworden und von der anfänglichen Vision ist nur wenig geblieben.

Die zweitgrößte Kryptowährung ist Ether. Ethereum ist tatsächlich nicht nur eine Währung, sondern auch eine Plattform, über die auch Geschäftsprozesse abgebildet werden können [4]. Bei digitalen Verträgen, sogenannten Smart Contracts, können zum Beispiel Überweisungen an die Erfüllung bestimmter Bedingungen geknüpft werden.

Der Binance Coin, der auch als BNB bezeichnet, ist der «native Coin» der Kryptowährungsbörse Binance, die auf der Ethereum-Blockchain unter Verwendung des ERC20-Token-Standards aufgebaut wurde [6]. Binance hat 200 Millionen BNB ausgegeben. Das primäre Ziel war es, die Börse zu fördern und gleichzeitig den Händlern und Liebhabern von Kryptowährungen Bequemlichkeit und Erschwinglichkeit zu bieten.

Zusammenfassung. Kryptowährungen sind in der breiten Masse angekommen, doch einige Anleger haben noch Zweifel, zu investieren [2]. Die hohe Volatilität, die beispielsweise der Bitcoin in den letzten Jahren gezeigt hat, wirkt aufregend, kann aber zugleich verunsichern. Doch viele übersehen dabei, dass der Gesamtrend des Kryptomarkts in die richtige Richtung klettert: nach oben.

Literaturverzeichnis:

1. Bitcoin: Das kleine Einmaleins der Kryptowährung [Elektronische Ressource] — <https://www.zdf.de/verbraucher/volle-kanne/bitcoin-108.html>.
2. Bitcoin, Ethereum und Cardano: Die Krypto-Rallye geht weiter [Elektronische Ressource] — <https://www.deraktionae.de/artikel/medien-ittk-technologie/bitcoin-ethereum-und-cardano-die-krypto-rallye-geht-weiter-20226593.html>.
3. Bitcoin und Co.: Kryptowährung einfach erklärt [Elektronische Ressource] — <https://www.baloise.ch/de/privatkunden/magazin/zahlen-sparen/bitcoin-und-co-kryptowaehrung-einfach-erkluert.html>.
4. Bucker, Till. Kryptowährungen aus der zweiten Reihe: Ether und Dogecoin im Höhenflug [Elektronische Ressource] / Till Bucker — <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/finanzen/kryptowaehrungen-ethereum-dogecoin-bitcoin-101.html>.
5. Petereit, Dieter. Deutschland legt vor: Gesetz erlaubt Fonds Investitionen in Kryptowerte wie Bitcoin [Elektronische Ressource] / Dieter Petereit — <https://t3n.de/news/deutschland-fondsstandortgesetz-krypto-1375731/>.
6. Was ist der Binance Coin — eine virtuelle Währung oder steckt mehr dahinter? [Elektronische Ressource] — <https://coin-hero.de/binance-coin/>.

Петренко Є.Ю.

*«Міжнародна економіка», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — викладач кафедри німецької мови Юцкевич О.П.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Немає сумнівів, що все зараз розвивається в геометричній прогресії. Ще 60 років тому інтернет був для людей чимось із категорії фантастики. А до цього протягом тисячоліть вони повільно проходили стадії розвитку від печерних людей до винахідників електрики. Якщо раніше основними інструментами навчального процесу були дошка та крейда, то зараз їх замінили ноутбуки, смартфони та планшети. Паперові книжки перетворилися на електронні. Усі вони тепер розміщуються в одному пристрої.

Що ж таке діджиталізація?

Існує багато визначень. Одним з них є інтеграція цифрових технологій у повсякденне життя людей. Це дозволяє перекласти велику кількість інформації в одиниці і нулі — мову, яку може зрозуміти комп'ютер. Це досить складний процес для людей, які за багато років звикли робити все на папері. Тим не менше, на сучасному етапі розвитку можна побачити, що практично неможливо повністю вести бізнес без використання цифрових технологій.

Безперечно, як і все інше у світі, цей процес має дві сторони медалі. Але я впевнена, що переваг цей процес має набагато більше, аніж недоліків!

Перехід від офлайн до онлайн значно прискорив усі процеси, що покращило конкурентоспроможність компаній. В офлайнових продажах це було приблизно так: «Спочатку Ви побачили плакат. Після цього Ви захотіли купити товар, але потім занадто довго планували вийти, щоб зробити це». Деякі люди не досягали фази покупки. А реклама в Інтернеті в п'ять разів ефективніша, оскільки веде безпосередньо до веб-сайту, де можна придбати товар.

Проте цей процес має і свої недоліки. Такий стрімкий розвиток цифрових технологій призводить до втрати робочих місць у багатьох сферах, в яких людські ресурси замінюються машинами. З іншого боку, безробіття в одній області призведе до створення нових робочих місць в іншій області та стимулюватиме розвиток людства. Так званий природний відбір, при якому лише сильні можуть пристосуватися до нових умов і вийти на новий рівень у професійній галузі.

Цей процес я хочу висвітлити на життєвому прикладі. Коли пандемія раптово ввійшла у життя людства, це нещадно обмежило наші можливості. Моя мати працювала на відомому одеському ринку. З появою коронавірусу його, звісно ж, закрили. І всі так звані «торговці шкарпетками» постали перед вибором: стати безробітними і залишитися без доходу або ж перейти до роботи в Інтернеті.

Covid-19 став потужним каталізатором для розвитку цифрових технологій у всьому світі. Найрозумніші використовують кризу як можливість подальшого сталого зростання.

В Україні, порівняно з високорозвиненими країнами, процес оцифрування розпочався лише нещодавно. Навряд чи існує галузь, якої він не торкнувся.

Динаміка рівня діджиталізації в Україні, оцінена на базі сукупності ключових індикаторів:

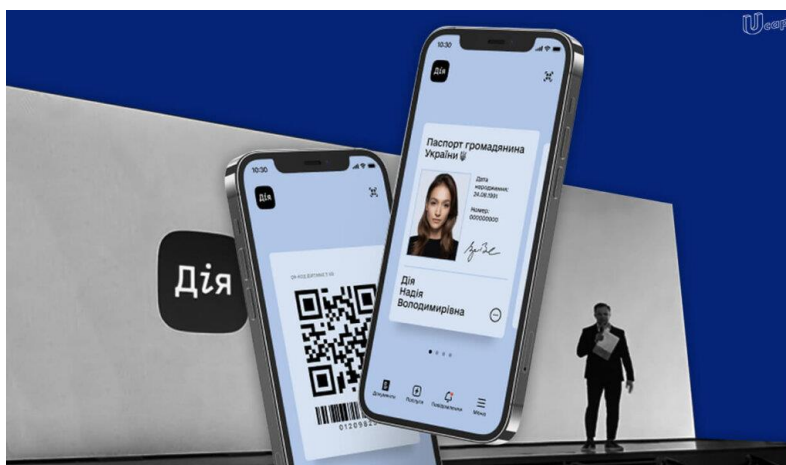
Оцінка загальна і за окремими факторами	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Оцінка загальна за рейтингом	59	59	60	58	60
1. Знання	40	44	45	39	40
2. Технологічне середовище	60	60	62	61	61
3. Відкритість майбутньому	61	61	61	61	62

Візьмемо соціальну сферу:

Що стосується оцифрування системи охорони здоров'я, то Україна все ще відстає у багатьох сферах. Обладнання застаріло, створення інформаційних систем також усе ще знаходиться на низькому рівні, але перші проекти вже були запропоновані. Сюди входить запровадження електронних прав та використання телемедицини. Оцифровка кардинально змінить багато процесів у найближчі кілька років, що значно збільшить ефективність, а отже, і рентабельність. Візьмемо для прикладу перехід до безготівкового розрахунку. Це дуже важливий фактор розвитку держави, оскільки він контролює всі операції між компаніями, що значно знижує ризик корупції.

Оцифровуючи документи, компанії можуть значно швидше розробляти свої бізнес-процеси. Електронні документи економлять гроші, а також захищають навколишнє середовище. В Україні електронні документи, включаючи паспорти, мають таку ж юридичну силу, як і паперові документи.

Першим великим кроком на шляху оцифровки стала програма «Дія», яка поєднує всі державні послуги на одному смартфоні. Як приклад, тепер вам не знадобляться паперові посвідчення водія чи студентський квиток.



Підсумовуючи, можна сказати, що всі ми стали свідками цифрових процесів і вже не уявляємо життя без них. Оцифровка революціонує наше життя та світ праці. Що було сміливими ідеями 10 років тому, зараз ми сприймаємо як належне. Тепер важливо надати людям засоби та можливості мати більше контролю над власним цифровим життям та активно формувати цифрове суспільство.

Література:

1. Жосан Ганна «Стан розвитку діджиталізації в Україні. Економічний аналіз 2020». Електронний ресурс: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/1792/6565656864>.
2. Електронний ресурс: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/cyfrova-transformaciya-yak-lift-u-majbutnye>.
3. «Діджиталізація в Україні; електронне врядування та держпослуги» Електронний ресурс: <http://week.dp.gov.ua/osvitnia-prohrama/pislya91/digitalizaciya-v-ukraini>.

Потапчук А. В.

«Міжнародний бізнес», 4 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри німецької мови Курченко Л. М.

DEGLOBALISIERUNG IN EINER HYPERVERBUNDENEN WELT: AUSWIRKUNGEN AUF DIE WIRTSCHAFT UND DAS GESCHÄFT

Die Relevanz des gewählten Themas beruht auf der Notwendigkeit, die aktuellen Veränderungen des internationalen Handels, der wirtschaftlichen und politischen Beziehungen zu untersuchen, da sie einen erheblichen Einfluss auf die Verteilung von Macht und Kapital in der Welt haben.

In Zeiten der Hyperkonnektivität erleben wir eine zunehmende gegenseitige Abhängigkeit der politischen, wirtschaftlichen, finanziellen und sozialen Bereiche. Mit anderen Worten — Globalisierung. Globalisierung ist der freie Fluss von Menschen, Waren, Dienstleistungen, Kapital, Technologie und Ideen über nationale Grenzen hinaus [5]. Dieses System hat in den Jahren 2020–2021 mit zahlreichen Bedrohungen, insbesondere aufsteigendem Nationalismus, geopolitischer Instabilität und der Covid-19-Pandemie konfrontiert [4].

Daher ist die Deglobalisierung einer der heutigen dominanten Makrotrends. Die Auswirkungen der Deglobalisierung auf das Geschäft sind uneinheitlich. Einerseits ermöglicht sie, den Wettbewerb auf dem Inlandsmarkt zu verringern, andererseits verlangsamt es den Fortschritt aufgrund des unzureichenden Austauschs von Erfahrungen und Technologien zwischen Ländern sowie des unzureichenden Einflusses starker ausländischer Wettbewerber. Deglobalisierung wirkt sich ebenso wie Protektionismus nur kurzfristig positiv aus.

Die Forschungsmethoden umfassen empirische (Beobachtung, Beschreibung) und theoretische (Analyse, Synthese, Verallgemeinerung, Induktion, Erklärung, Klassifizierung) sowie systemische und funktionelle Verfahren.

Das Phänomen der Deglobalisierung wird derzeit von vielen Wissenschaftlern und Forschern untersucht, darunter H. James und E. Hillerbrand, die das Phänomen, die Ursachen und die Prozesse der Deglobalisierung im Kontext demografischer, wirtschaftlicher und sozialer Phänomene aufgezeigt haben. W. Bello, J. Balsa-Barreiro, A. Vié, AJ Morales untersuchen mögliche Szenarien und Bedrohungen der Deglobalisierung für das Geschäftsumfeld und die internationale Zusammenarbeit, während sich S. Garg und LL. Jubilut in ihren wissenschaftlichen Arbeiten mit Vermeidung von Deglobalisierungsrisiken beschäftigen.

Der jüngste Anstieg der Deglobalisierungsbewegungen auf der ganzen Welt unterstreicht die lokalen negativen externen Effekte schlecht gestalteter vernetzter Strukturen auf globaler Ebene: hohe soziale Komplexität aufgrund von Einwanderungsschocks, erhöhtes Ansteckungsrisiko bei finanziellen Abschwüngen sowie zunehmende Ungleichheit und soziale Polarisierung.

Aber wie schlimm ist es für die Gesellschaft und Wirtschaft einzelner Länder? Tatsächlich profitiert nicht jeder von der Globalisierung. Zwar stellt die Globalisierung in reichen Volkswirtschaften immer noch eine Quelle des Wirtschaftswachstums dar, aber die erwarteten Gewinne sind geringer als in armen und aufstrebenden Volkswirtschaften, in denen die Globalisierung das wirtschaftliche Wohlergehen erhöht und die Armut verringert. Die meisten Länder mit niedrigem Einkommen und Schwellenländer sind noch weit von dem Integrationsgrad entfernt, den fortgeschrittene Volkswirtschaften bereits erreicht haben. Je weniger ein Land mit der Weltwirtschaft verbunden ist, desto größer sind die positiven Auswirkungen der zunehmenden Globalisierung [1].

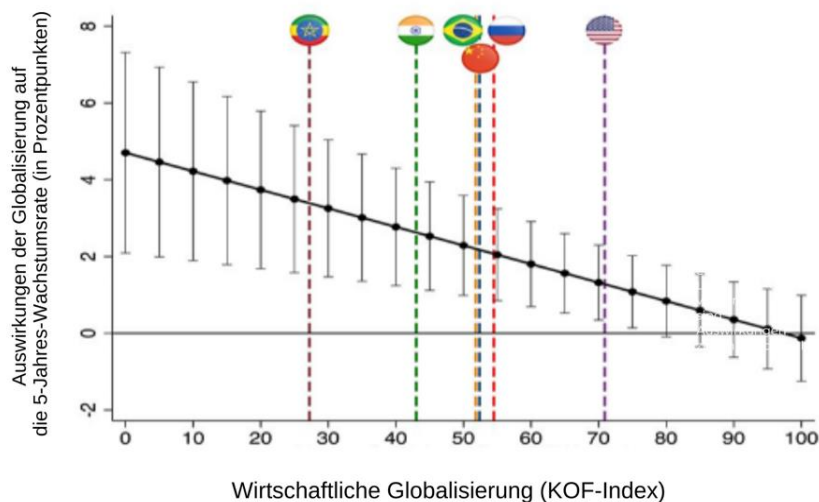


Abbildung 1. Die Auswirkungen der Globalisierung auf das Wachstum eines Landes[2]

Abbildung 1 zeigt, dass die Auswirkungen der Globalisierung auf das Wachstum eines Landes entscheidend davon abhängen, wie stark eine Nation bereits in die Weltwirtschaft integriert ist. Die schwarze Linie zeigt die Auswirkungen eines Anstiegs der wirtschaftlichen Globalisierung um einen Punkt auf die fünfjährige Wachstumsrate eines Landes. Länder mit niedrigem Einkommen wie Äthiopien, die durch die Flagge ganz links gekennzeichnet sind, haben mehr zu gewinnen als fortgeschrittene Volkswirtschaften wie die Vereinigten Staaten, deren Flagge ganz rechts steht. Die Grafik zeigt auch den Grad der Globalisierung und die potenziellen Wachstumsgewinne von Ländern, die so globalisiert sind wie Indien, Brasilien, China und Russland. Die meisten Länder mit niedrigem Einkommen und Schwellenländern sind noch weit von dem Integrationsgrad entfernt, den fortgeschrittene Volkswirtschaften bereits erreicht haben. Je weniger ein Land mit der Weltwirtschaft verbunden ist, desto größer sind die positiven Auswirkungen der zunehmenden Globalisierung.

Die Globalisierung ist oft mit einer Ausweitung der wirtschaftlichen Ungleichheit verbunden, die mehr Geld in die Taschen der Reichen steckt als in die der Armen. Während in der durchschnittlichen Entwicklungswirtschaft sowohl die Armen als auch die Reichen von der Globalisierung profitieren, hat die Globalisierung in vielen fortgeschrittenen Volkswirtschaften oft nur geringe Auswirkungen auf die Einkommen der Armen [3]. Deshalb kann die Deglobalisierung den Fortschritt der Entwicklungsländer positiv beeinflussen und das Wachstum des internen Wettbewerbs in den aufstrebenden Märkten anregen. Die Deglobalisierung kann auch zu einer fairen Verteilung der Vorteile beitragen.

Meiner Meinung nach sind die Volkswirtschaften der Länder in den letzten 20 Jahren zu stark voneinander abhängig geworden. Im Moment brauchen wir eine Zeit der Unabhängigkeit, um die Kapazitäten aller Ressourcen zu testen und die Wettbewerbsfähigkeit der Länder auf ein neues Niveau zu bringen.

Literaturverzeichnis:

1. Bergeijk V. Deglobalization 2.0: Trade and Openness During the Great Depression and the Great Recession / van P Bergeijk, 2019. — 224 S. — (ISBN 978-1-78897-345-8).
2. Hillebrand E. Deglobalization Scenarios: Who Wins? Who Loses? [Elektronische Ressource] / Hillebrand. — 2010. — Ressourcenzugriffsmodus: [http://www.uky.edu/~ehill2/dynpage_upload/files/Deglobalization Scenarios.pdf](http://www.uky.edu/~ehill2/dynpage_upload/files/Deglobalization%20Scenarios.pdf).
3. James H. Deglobalization as a Global Challenge [Elektronische Ressource] / James // CIGI Paper No. 135. — 2017. — Ressourcenzugriffsmodus: <https://www.cigionline.org/publications/deglobalization-global-challenge>.
4. Nef. Turning Points: How the Coronavirus is Accelerating Deglobalization/ [Elektronische Ressource] / Nef. — 2020. — Ressourcenzugriffsmodus: <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2020-02-29/why-deglobalization-is-accelerating-bloomberg-new-economy>.
5. Reznikova N. Projections of deglobalization in the contemporary international economic relations in the context of the paradigm of globalism [Elektronische Ressource] / N. Reznikova, O. Ivaschenko. — 2018. — Ressourcenzugriffsmodus: http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/3307/1/Вісник%20МДУ_2018_15.pdf.

Гладченко В.О.
Добровольська А.О.
Міжнародна економіка, 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі
і маркетингу Гордєєва Т.Ф.

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ТРАДИЦІЙНОГО І ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ГЛОБАЛЬНИХ БРЕНДІВ

Актуальність теми підтверджується швидким розвитком сучасних технологій міжнародного маркетингу, його методів та інструментів у період розгортання процесів глобалізації та діджиталізації.

Метою дослідження є визначення основних характеристик традиційного та цифрового маркетингу, визначення їх ефективності.

У сучасному світі проблема застосування новітніх технологій є актуальною для всіх галузей економіки та підприємств, які їх представляють, у тому числі для маркетингу глобальних брендів. За тривалий період існування маркетингу традиційний маркетинг був невід'ємною частиною діяльності підприємств. Він передбачає «спілкування» продавця і споживача у реальному просторі, тоді як не так давно винайдений цифровий — у віртуальному.

Методи дослідження. У дослідженні використовувалися загальнонаукові методи (аналізу і синтезу, історично-логічний аналіз еволюції формування інструментів комплексу маркетингу, формалізації формування маркетингових комплексів, абстрагування, порівняння тощо) і спеціальні методи дослідження (табличний метод порівняльного аналізу характеристик маркетингових комплексів).

Теоретичні засади формування маркетингових технологій у віртуальному середовищі знайшли відображення у наукових працях таких вчених, як Ф.Котлер, Р. Абдєєв, Д. Белл, Окландер, О. О., Головчук Ю.О. Дж. Райт, Р. Реддік, М. Хейг.

Разом із тим, теоретичне усвідомлення та наукове обґрунтування відмінностей ключових компонентів традиційного та цифрового маркетингу залишається предметом наукової дискусії.

Цифровий маркетинг — це маркетинг товарів і послуг із застосуванням цифрових технологій. Ключова відмінність між цифровим і традиційним маркетингом полягає у тому, що у цифровому маркетингу використовуються виключно цифрові канали, що забезпечує маркетологам більше контролю, і інструментів впливу на споживачів. Традиційний маркетинговий мікс не має елементів інтерактивності, отже, електронний маркетинг, на відміну від традиційного, характеризується більш широким охопленням.

У традиційному маркетингу вплив на споживачів товарів здійснюється за допомогою комплексу маркетингу 4P (Product, Price, Place, Promotion), на споживачів послуг — 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). Натомість Ф. Котлер вважає, що для цифрового маркетингу більше підходить концепція 4C (Consumer needs and wants, Cost to the customer, Convenience, Communication).

Наразі науковцями дискутується питання щодо складу елементів цифрового комплексу маркетингу, вирізняються кілька підходів, зокрема:

1) комплекс цифрового маркетингу складається з таких елементів: продукт, ціна, комунікації, спільнота, канали збуту, персоналізація, інтерактивність, логотип тощо;

2) концепція цифрового комплексу маркетингу 2P-2C-3S:

- персоналізація — знання свого клієнта і персоналізованасаме для нього пропозиція;
- конфіденційність — політика захисту конфіденційності клієнта;
- служба підтримки клієнтів — функціональна та технічна допомога 24/7;
- спільнота — можливість спілкування, взаємодія клієнта та компанії;
- сайт — функціональність, зручність використання, простота, доступність;
- безпека — безпечна оплата товарів / послуг, безпека бази даних про клієнтів;
- стимулювання збуту — впровадження Інтернет-інструментів реклами: бюлетені, банери тощо.

Порівняння особливостей маркетингових комплексів традиційного і цифрового маркетингу дозволило виявити принципові відмінності між ними (табл. 1).

Таблиця 1

ВІДМІННОСТІ КЛЮЧОВИХ КОМПОНЕНТІВ ТРАДИЦІЙНОГО ТА ЦИФРОВОГО КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

	Традиційний маркетинг	Цифровий маркетинг
Product	Фізичні товари та послуги у реальному просторі	- Фізичні товари - Цифрові продукти і послуги, що надаються за допомогою цифрових каналів комунікації
Price	Прейскуранти знижки, націнка, терміни, виплати тощо.	- Ціни нижчі, ніж у традиційній торгівлі, - Можливість порівняння цін на аналогічні товари - Безготівкові платежі з використанням платіжних систем Web Money, Pay Pal, Bitcoin тощо; - Можливість диференціації цін для різних сегментів
Place	Канали розподілу (збуту), посередники, транспортування, зберігання	- віртуальні місця продажу або точки контакту (Web-сайти, електронні торговельні платформи тощо), - можливості охоплення ринку у глобальному просторі з доставкою товару в будь-яку точку світу; - відсутність або мінімальна кількість посередників;
Promotion	Система традиційних маркетингових комунікацій (ATL,BTL)	- Інтернет-комунікації; - SMM (social media marketing) — соціальний медіа маркетинг; - SEO (search engines optimization) — оптимізація сайту в пошукових системах; - SEM (search engine marketing) — пошуковий маркетинг - персоналізований контент-маркетинг - інфлюенс-маркетинг - вірусний маркетинг тощо;

Джерело: складено авторами на основі [2,3,5].

Згідно з прогнозом агентства Bloomberg, який був оприлюднений на початку 2020 року, глобальні витрати на цифровий маркетинг до 2023 року можуть перевищити 510 млрд дол. [1]. Проте використання традиційного маркетингу залишається актуальним. Відповідно до статистичних даних США витрати на традиційний маркетинг хоч є меншими за бюджетування цифрового, проте залишаються на високому рівні.

Маючи однакове призначення традиційний і цифровий маркетинг суттєво відрізняються за характеристиками (табл. 2).

Таблиця 2

ПОРІВНЯННЯ ХАРАКТЕРИСТИК ТРАДИЦІЙНОГО ТА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Традиційний маркетинг	Цифровий маркетинг
1.Тісний зв'язок з локальною аудиторією	1.Глобальне охоплення
2.Потребує значних вкладень часу та ресурсів	2. Менші вкладення часу та ресурсів
3.Неможливо точно виміряти охоплення, ефективність та рентабельність інвестицій	3.Вимірювана рентабельність інвестицій, охоплення та ефективності
4. Гірша націленість на аудиторію	4.Кращий таргетинг
5. Односторонній зв'язок	5. Двосторонній зв'язок
6. Взаємодія з аудиторією не постійна	6. Постійна взаємодія з аудиторією
7.Рекламні кампанії не гнучкі та довгострокові	7.Рекламні кампанії більш гнучкі та короткострокові
8.Менша обізнаність про споживчу поведінку	8.Ширша обізнаність про споживача
9.Можливість наживо оцінити товар	9.Функціональність та зручність купівлі
10.Необхідність у посередниках	10.Можливість уникнення посередників при збуті
11.Через потребу в значних ресурсах — значне підвищення ціни товару	11.Можливість збуту товару за конкурентоспроможними цінами

Джерело: складено авторами

Наявність сильних і слабких сторін цифрового та традиційного маркетингу зумовлюють необхідність комбінації їх інструментів у бізнес-діяльності компаній.

Таким чином, вибір тих чи інших стратегій маркетингу на світовому ринку залежить від виду діяльності підприємства, його розміру, країн і регіонів збуту продукції, особливих характеристик потенційних споживачів. Як свідчить досвід провідних глобальних компаній, найефективніша маркетингова стратегія, як правило, базується на комбінації цифрового і традиційного маркетингу.

Література:

1. Концепція 4p в інтернет-маркетингу./ серських н.с.// «економічні студії» Таврійського державного агротехнологічного університету. — 2018. — №3. — С.49–52.
2. Holovchuk Y.O., Stadnyk V.V. Marketing resources and technologies for innovative potential of industrial enterprise. International Journal of Economics and Society. 2017. Vol. 2. Iss. 9. P. 39–45.
3. Hoge S., Cecil C. The Electronic Marketing Manual. ABA Journal. 2015. Vol. 22. № 4. P. 175.
4. Bloomberg. Global Content Marketing Market 2020–2024 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/>
5. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від інтернет-маркетингу. / М. А. Окландер, О. О. Романенко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». — 2015. — № 12. — С. 362–371. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_54
6. Concept of e-marketing [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://ekonomik-lomza.moodle.org.pl/mod/book/view.php?id=726&chapterid=157>.

Примич А.О.

*«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
міжнародної торгівлі та маркетингу Гордєєва Т.М.*

КОМУНІКАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ІНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Постановка проблеми. Серед інноваційних технологій і новітніх інструментів маркетингових комунікацій останнім часом усе більшого поширення набуває маркетинг впливу (influencer marketing), який передбачає залучення лідерів думок або агентів впливу у соціальних Інтернет-мережах з метою привернення уваги цільової аудиторії та поширення рекламної інформації [1].

Мета статті полягає у визначенні основних трендів у розвитку інфлюенс-маркетингу та ступеня впливу інфлюенсерів на просування товарів у соціальних мережах.

Актуальність результатів проектного дослідження. Наразі багато компаній розуміють, що їх існування на платформах соціальних медіа є ключовим елементом успішного способу діяльності в епоху Інтернету.

Маркетингом впливу так чи інакше користуються 93 % брендів, і це один з найбільш швидкозростаючих і перспективних напрямків маркетингу. На Заході influence-маркетинг активно використовується з початку 2010-х років. Наразі більшість світових брендів планують збільшити витрати на такий канал просування. Американська компанія Business Insider Intelligence опублікувала прогноз, згідно з яким до 2022-го витрати на маркетинг впливу виростуть до 10 млрд дол. Наприклад, згідно з компанією IZEA в США кожен третій користувач у 2018 році купив товар або послугу після того, як побачив рекламу на каналах популярних блогерів. Сьогодні найрозвиненішими ринками influencer-маркетингу є США, Латинська Америка та Азія.

Методи дослідження. У дослідженні використані загальнонаукові (узагальнення, конкретизації, аналізу статистичної інформації і наукових публікацій, формалізації тощо) та спеціальні методи (порівняльного статистичного аналізу для виявлення тенденцій у розвитку інфлюенс-маркетингу, графічного аналізу переваг споживачів тощо).

Виклад основного матеріалу. Значний внесок у розробку теоретичних основ і визначення особливостей реалізації інноваційних інструментів маркетингових комунікацій із залученням Інтернет здійснили зарубіжні і вітчизняні вчені та фахівці-експерти з маркетингу Браун Д., Фіорелла С., Гунеліус С., Стелзнер М., Дорфан Дж., Сатін Д., Ньюман Д. Ілляшенко С.М., тощо. Фахівці наголошують, що сучасні комунікації зі споживачами за допомогою Інтернет-ресурсів не тільки видозмінюють її доповнюють традиційні інструменти просування товарів і послуг, а й створюють і розвивають нові комунікаційні канали та технології [2].

Інфлюенс-маркетинг — це напрямок розвитку маркетингу в соціальних мережах, що передбачає просування товарів за допомогою рекомендацій і продакт-плейсменту на платформах лідерів думок. Головним принципом інфлюенс-маркетингу є нативність реклами та комунікація зі споживачем шляхом порад і рекомендацій.

За даними платформи Influencer Marketing Hub, обсяг світового ринку інфлюенсер-маркетингу в 2021 році має скласти \$10 млрд. І незважаючи на певні корективи в прогнозах, викликані економічною ситуацією через COVID-19, інфлюенсерам як і раніше довіряють мільйони людей, до їхніх рекомендацій прислухаються, а кампанії з їх участю значно ефективніші, ніж традиційні методи просування [3].

Інфлюенс-маркетинг дозволяє досягти таких бізнес-цілей:

- збільшити впізнаваність бренду;
- підвищити рівень довіри та залучиність аудиторії;
- збільшити кількість підписників в соціальних мережах бренду;
- ефективно позиціонувати продукти фірми.

Реклама у блогерів в Інстаграмі, Фейсбукі або будь-який інший соціальній мережі має ефект позитивного фідбека.

Виділяють чотири категорії блогерів залежно від розміру їх аудиторії:

- нано-інфлюенсери — інфлюенсери, що можуть мати до 1 тисячі підписників, а їхні аккаунти виглядають, як невелике співтовариство односторонців. Виграшна відмінність таких блогерів в тому, що з ними простіше домовитись за рекламу по бартеру, а люди сприймають їх рекламні пости, як дружню рекомендацію;

- мікро-інфлюенсери — люди нішевих спеціалізацій, впливають на конкретні групи людей. Їх аудиторія не перевищує 100 000 осіб;

- міidl-інфлюенсери — відомі особи, славу яких сформували інші види діяльності, або блогери. Кількість підписників може бути від 100 000 до 1 мільйона. Якщо профіль блогера націлений на конкретну аудиторію, яка зацікавлена у певному товарі, вплив може бути ефективним;

- макро-інфлюенсери — блогери, число фоловерів яких може перевищувати кілька мільйонів.

Опитування української аудиторії, результати якого були представлені у [2], щодо ставлення респондентів до рекламування товарів лідерами думок, до їхніх рекомендацій і порад щодо споживання певних продуктів, показало, що споживачі віддають перевагу наступним темам блогів: подорожі (68 %), стиль життя (54 %), краса та стиль (46 %), спорт і фітнес (46 %), бізнес (28 %), саморозвиток і самопізнання (26 %), кулінарні блоги (12 %). Найчастіше за порадою блогерів респонденти відвідують заклади харчування (40 %), читають книжки та переглядають кінострічки (36 %), купують косметику та засоби для догляду (30 %), купують одяг і взуття (24 %), обирають напрям для подорожей 21 %, відвідують розважальні заходи (16 %), надають перевагу певному бренду (12 %). На думку респондентів цікаві та успішні блогери, які мають значну кількість передплатників, відрізняються від пересічних людей, а їх успіх напряму залежить від притаманних їм індивідуальних рис [2].

Провідною міжнародною компанією, яка використовує інфлюенс-маркетинг є шведська компанія Daniel Wellington. Вона мала скромний стартовий капітал, тому замість традиційної реклами скористалися послугами блогерів середньої величини, які погодились отримати годинник безкоштовно в обмін на огляд. У 2014 р компанія стала найбільш швидкозростаючою в Європі, продавши за рік мільйон наручних годинників.

Головними перевагами використання інфлюенс-маркетингу в просуванні товарів є: можливість вийти на потрібну аудиторію; забезпечення високих показників ROI, розбудова відносин блогер-споживач на основі довіри; можливість створити широке охоплення цільової аудиторії. За даними дослідження, що було проведено компанією IZEA у 2018 році, 35 % респондентів підтвердили, що купували продукт після рекомендації блогера, ще 12 % споживачів думають, що вони могли б зробити таку покупку [4].

Недоліки роботи з блогерами. У більшості (85 %) компаній з виробництва товарів повсякденного попиту був негативний досвід роботи з інфлюенсерами. 1/4 усіх великих FMCG-компаній втратили при проведенні інфлюенс-кампаній \$ 100–250 тисяч; майже у 70 % брендів виникали сумніви в чисельності справжніх передплатників блогера; 24 % компаній стикалися з неприємними наслідками роботи з інфлюенсерами, включаючи репутаційні втрати.

Висновки і пропозиції. Інфлюенс маркетинг стає все актуальнішим форматом просування товару у соціальних мережах, дозволяє ефективно вибудовувати комунікацію з цільовою аудиторією і залучати нову. Він дає людям можливість самостійно вивчати бренд, лише підштовхуючи в потрібному напрямку. Ненав'язливим способом потенційний покупець буде отримувати інформацію щодо товару або послуги, адже його радить лідер думок. Ефективність лідерів

думок, як комунікаційного інструмента, визначається не стільки кількістю їх передплатників, скільки здатністю залучати та підтримувати увагу власної аудиторії, стимулювати її до взаємної комунікації, отримувати відгук. Кращий спосіб заявити про себе сьогодні — розповісти через людину, якій довіряють тисячі інших.

Література:

1. Ілляшенко С.М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015, № 3. С. 20–32.
2. Журило В.В. Маркетинг впливу як комунікаційний інструмент просування товарів у соціальних інтернет-мережах URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/282>
3. Creator earnings benchmark report. URL: <https://influencermarketinghub.com/-creator-earnings-benchmark-report/>
4. The ultimate guide to influence marketing URL: <https://izea.com/influencer-marketing/>

Антіпова А.В.

*«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.е.н., доцентка фебри європейської економіки
і бізнесуТкаленко С.І.*

ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У КРЕАТИВНІ СТАРТАП-ПРОЕКТИ

Технології та інновації грають важливу роль у залученні іноземних інвестицій, а це в свою чергу сприяє розвитку економіки. На сьогоднішній день велику увагу приділяють креативним стартапам, особливо у сфері високих технологій. Завдяки іноземному інвестуванню креативних стартап-проектів, молоді підприємці мають можливість розвивати свій проект і навіть виходити на світовий рівень. Високотехнологічні та креативні галузі є важливими рушіями для економіки розвинених країн. Ці галузі розвивають інновації, залучають мільйони висококваліфікованих і високоосвічених працівників, сприяють підвищенню конкурентоспроможності.

Для розвитку стартапкомпаній існує вагома проблема, яка зустрічається в Україні, а саме відсутність державної підтримки та ненадійне державне підґрунтя. Українські компанії не хочуть вкладати інвестувати в нові проекти, що мають довгостроковий прибуток, бо на їх думку вони є не достатньо прибутковими а також ризики неповернення коштів. Зазвичай, на шляху до нових технологій перепорою є саме уряд, що реалізує свою діяльність шляхом ухилення від розробок саме інвестиційних проектів. А також, високий рівень корупції з боку держави [1].

Незважаючи на всі несприятливі чинники в Україні, українці все ж таки розробляють доволі успішні стартап-компанії. На сьогодні приблизно 3000 стартап-компаній в Україні. Таке зростання стартап-компаній відбувається завдяки міжнародним і локальним інвесторам. Звичайно, не абсолютно всі компанії займають лідируючі позиції на ринку [1]. Сервіс Startup Ranking базується на аналізі кількості стартапів у 137-ми країнах світу, розробив рейтинг і в ньому у 2018 році Україна посіла 42 місце (215 стартапів). України випередила Литву та Естонію. Перше місце займає США — 45 004 стартапів, друге місце займає Індія — 5203 стартапів і третє Великобританія — 4702 стартапами. Для оцінки самих стартапів сервіс використовує показник SR Score. Найвище місце українські стартапи мають у рейтингу SendPulse — 238 позиція із 83 313 SR Score [2].

Зараз в Україні все більшої популярності набувають ідеї, що пов'язані зі створенням усіляких девайсів, інтернет-іграшок, систем підключення до Інтернету, різних технічних рішень задля ведення торгівлі електронно та ідеї, що вдосконалюють роботу із сайтами чи серверами. Не зважаючи на це стартап — це не тільки сфера ІТ, а й інші новітні та ефективні рішення у бізнесі [3].

Існують такі шляхи розвитку українських стартапів:

1) пілотне тестування. Завдяки такому тестуванню стартапери матимуть усі шанси продовжити свою діяльність в Україні. Пілотне тестування можливе і з великими компаніями, і з державним сектором, а це в свою чергу підніме рівень стартапу в очах суспільства. Компаніям це вигідно, бо це набагато дешевше, ніж закордоном. Існує перспектива вкладання коштів, ще на самому старті проекту, але це можливо тільки якщо сервіс буде включати і стратегії бізнесу [1];

2) грантове фінансування. В Україні достатньо грантових грошей, які не використовуються, або використовуються не в тому напрямі. Грантове фінансування тісно пов'язане з допомогою у реформах і звичайно цим потрібно користуватися [1].

Фінансування стартапів — доволі проблематичне питання на фінансовому ринку України, через те, що залучити гроші на розвиток нової, тільки створеної компанії досить складно, існує високий ризик їх неповернення [4].

Основними джерелами для інвестування в інноваційні українські стартапи є саме венчурні фонди. Загальний обсяг венчурних інвестицій в українські ІТ-компанії у 2019 році досяг 509.9 млн дол. США, що в півтори рази перевищило максимум у 2018 році — 336.9 млн дол. США.

Щодо фінансування бізнес-інкубаторами, бізнес-акселераторами та бізнесангелами, то вони є меншими в порівнянні з венчурними фондами та надають фінансування лише на початкових стадіях стартапу. Загальний обсяг ангелських інвестицій в українські ІТ-компанії у 2019 році збільшився у 18 разів порівняно з 2018 роком (2019 рік — 460 мільйонів доларів США, 2018 рік — 25.2 мільйони доларів США).

Майже незадіяними у фінансуванні стартап-проектів залишаються державні установи та банки. Це відбувається через політичну та економічну нестабільність держави, корумпованість та високі ризики проектів. Незважаючи на це, існують перспективи до змінення такої ситуації.

Всесвітньо відомі українські стартап-проекти: Augmented Pixels і Petcube.

Augmented Pixels — український проект, що розробляє технології у сфері віртуальної та доповненої реальності, створює sale-платформи та робототехніку, входить до топ-20 технологічних компаній світу. Автор та СЕО компанії — одесит Віталій Гончарук. Ідея Augmented Pixels заключається в маніпуляції об'єктами віртуальної реальності задля створення «додаткової реальності». Доповнена реальність — новий тренд, але він швидкими темпами набирає популярності. Її застосовують у будь чому, наприклад у комп'ютерних іграх, навігаційних системах, рекламі, навчальних програмах. На сьогоднішній день Augmented Pixels один з найкращих у галузі доповненої реальності. Цей проект зараз досить успішно конкурує з таким ІТ-гігантом, як Google [5].

Petcube — українська компанія, що займається створенням гаджетів для людей, які мають домашніх улюбленців. Petcube заснували Олександр Нескін, Андрій Клен та Ярослав Ажнюк. Пристрій Petcube виглядає як невеличкий куб з алюмінію та важить 589 грамів. У нього вбудовано «широкоугольну» камеру, мікрофон, динамік та указка лазерна. Окрім цих можливостей пристрою, він також підключається до Wi-Fi, завдяки чому господар має можливість у будь-який час та в будь-якому місці перевірити як його домашній улюбленець і чим він займається [6].

Уже в 2013 році Petcube визнали найкращим українським стартапом, у 2014 році — найкращим hardware-стартапом у Європі за версією The Europas. На сьогоднішній день Petcube являється успішним брендом і має кілька типів пристроїв, соціальну платформу та розробляє алгоритм аналізу поведінки тварин з різними елементами штучного інтелекту. У 2018 році компанія пішла далі та запустила платформу Petcube Care, на якій представлено багато інших інноваційних товарів для домашніх тварин [7].

Отже, незважаючи на всі несприятливі чинники в Україні, українці все ж таки розробляють доволі успішні стартап-компанії. На сьогодні приблизно 3000 стартап-компаній в Україні. Таке зростання стартап-компаній відбувається завдяки міжнародним і локальним інвесторам. На жаль, не всі успішні українські стартапи займають лідируючі позиції у світі.

Фінансування стартапів доволі проблематичне питання на фінансовому ринку України, через те, що залучити гроші на розвиток нової, тільки створеної компанії досить складно, існує високий ризик їх неповернення. основними джерелами для інвестування в інноваційні українські стартапи є саме венчурні фонди.

Література:

1. Дячук М.І. Перспективи розвитку стартап компанії в Україні [Електронний ресурс] / М.І. Дячук // Business Law Electronic Resource. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.businesslaw.org.ua/perspektyvy-rozvytkustartup-kompanii-v-ukraini/>.
2. Баб'ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні — проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс] / Р.І. Баб'ячок, І.І. Кульчицький. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-vUkrayini-1-1.pdf>.
3. Жалдак Г.П. Проблеми та перспективи розвитку стартапів в Україні [Електронний ресурс] / Г.П. Жалдак. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/18.pdf.
4. Гейдор А.П. Джерела фінансування стартапів в Україні [Електронний ресурс] / А.П. Гейдор, Т.М. Бізбіз // ЕКОНОМІЧНА НАУКА. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2020/14.pdf.
5. История Augmented Pixels: дополненная реальность и программы для беспилотников [Електронний ресурс] // ar-conf. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: <https://ar-conf.ru/ru/news/istoriya-augmented-pixels-dopolnennaya-realnost-iprogrammi-dlya-besplotnikov-42406>.
6. Ярослав Ажнюк, основатель, гендиректор Petcube [Електронний ресурс] // Укринформ. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ru/rubric-technology/2653596-aroslav-aznuk-osnovatelgendirektor-petcube.html>.
7. Connecting pets to the internet and giving them a voice [Електронний ресурс] // petcube — Режим доступу до ресурсу: <https://petcube.com/about-us/>.

ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ТРУДОВУ МІГРАЦІЮ

Вступ. На сьогодні багато країн притримуються європейського курсу. Розвиток і зміцнення відносин між цими країнами та ЄС базується на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції. Європейська інтеграція є ключовим та незмінним зовнішньополітичним пріоритетом. Головне завдання для урядів наразі є поступова гармонізація існуючих стандартів та політики відповідно до стандартів ЄС. Коли в країнах можна відмітити певні модифікації, такі як впровадження безвізового режиму з країнами ЄС і дію зони вільної торгівлі, то такі процеси охоплюють і зміни у процесі трудової міграції з цих країн до ЄС. Тому сьогодні важливо та актуально піднімати питання міграції робочої сили до країн ЄС з країн, що мають намір подати заявку на членство. Доречними є також дослідження причин трудової міграції та її наслідків.

Метою дослідження є розглянути процеси трудової міграції країн, що провадять інтеграційну політику щодо зближення з ЄС, її напрями, вплив на розвиток економіки та демографічної ситуації країн.

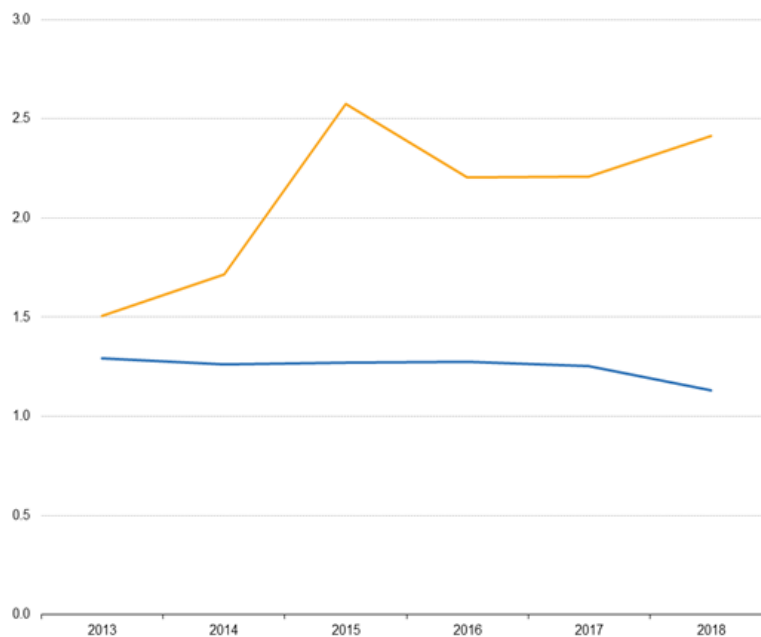
Огляд фахової літератури. Питання міграції вивчає багато вчених-теоретиків. Дослідженню різних діапазонів трудової міграції присвятили свої наукові праці науковці О. Осауленко, Т. Петрова, С. Пирожков, О. Позняк, І. Прибиткова, М. Романюк, Е. Абрамова, В. Мовчан, М. Приз, В. Сіденко, В. Капітан, Л. Хомутенко, І. Майданік, М. Вівчарик, А. Гончарук, Ю. Гуменюк. Проте, який би важливий внесок вчених у дослідження особливостей міграції трудових ресурсів не був, дана проблема все ще залишається мало вивченою та гостро постає перед суспільством.

У даній роботі використаний такий широкий спектр методів аналізу та дослідження міждержавної трудової міграції, як метод аналізу, порівняння, систематизації, узагальнення, класифікації, історико-хронологічного, якісного та кількісного порівнянь.

Результати дослідження. За даними 2019 року основними кандидатами на членство в Європейському Союзі є Туреччина, Сербія, Албанія, Чорногорія, Північна Македонія. Також курс на зближення взяла Боснія і Герцеговина, яка подала заявку на вступ ще в 2016 році. Угоду про асоціацію з Європейським Союзом підписали Україна, Грузія та Молдова, які активно провадять інтеграційну політику щодо зближення з ЄС. Тісно співпрацюють з Європейським Союзом також Норвегія, Швейцарія та Ісландія.

Із другого повоєнного періоду Європа стала одним з основних регіонів призначення іммігрантів у всьому світі. Південна Європа змінила свою роль, перетворившись із джерела в пункт призначення чистих міграційних потоків. Рівні зростання імміграції в країнах Південної Європи, що входять у ЄС, недооцінюються офіційною статистикою через велику кількість іммігрантів, які працюють в умовах занепаду економіки. Загальна імміграція в ЄС збільшилася за останні п'ять років (рис. 1). У 2018 році до ЄС-27 прибуло 2,4 млн іммігрантів з країн, що не входять у ЄС. У 2019 році на ринку праці в ЄС було зайнято в середньому 191,5 млн осіб у віці 20–64 років; 3 з них 8,8 млн (4,6 %) не були громадянами ЄС. У ЄС середній рівень зайнятості серед населення працездатного віку вищий для громадян ЄС (73,8 % у 2019 році), ніж для громадян, що не входять до ЄС (60,0 %). Багато громадян, які не є членами ЄС, є «основними працівниками».

Мігранти відіграють важливу роль в економіці країн, у яких вони оселяються, причому участь їх у ринку праці набуває вагомого значення в багатьох країнах-членах Європейського Союзу. Включення мігрантів до ринку праці є ключовим для забезпечення їх ефективної інтеграції в приймаючі суспільства та їх позитивного впливу на економіку ЄС; це передбачає повне використання їхніх навичок і реалізацію їх економічного потенціалу. Вони можуть сприяти подоланню нестачі робочої сили в певних секторах і займати всі рівні кваліфікації. У 2020 році в ЄС працює 33 мільйони трудових мігрантів. Вони становлять 17 % усієї робочої сили ЄС.



—Імміграція до ЄС-27 з країн, що не входять до ЄС (млн осіб)
 —Еміграція з країн ЄС-27 до країн, що не входять до ЄС (млн осіб)

Рис. 1. Динаміка міграційних потоків ЄС 2013–2018 рр. [4]

Мобільність робочої сили розглядається, як одна з чотирьох свобод єдиного ринку ЄС. Теоретично, там, де ринки праці все більше інтегруються, потоки робочої сили повинні зростати з регіонів з високим рівнем безробіття та низьким рівнем ВВП на душу населення до регіонів з низьким рівнем безробіття та високим доходом на душу населення [1]. Таким чином українці є головною групою трудових мігрантів у таких країнах ЄС, як: Польща, Чехія, Румунія, Угорщина, Словаччина, Литва. Мінімальна заробітна плата в країнах ЄС станом на січень 2018 р. — за даними Євростату: Румунія (408 євро), Литва (400 євро), Чехія (478 євро), Угорщина (445 євро), Словаччина (480 євро), Польща (503 євро), Естонія (500 євро), Португалія (677 євро), Іспанія (859 євро). У Великій Британії (1401 євро), Німеччині та Франції (1498 євро), Бельгії (1563 євро), Нідерландах (1578 євро), Ірландії (1614 євро), у Люксембурзі (1 999 євро) [2]. Мінімальна зарплата в Україні в тому ж періоді становила 116 євро (3 723 грн). У сусідніх країнах, які також інтегруються до ЄС ситуація не краща: у Молдові — 132 євро, у Грузії — 6,5 євро для робітників, що працюють на приватних підприємствах і 58,5 євро для держслужбовців. Така заробітна плата вважається найнижчою для усієї Європи та пострадянського простору. Хоча, порівняно з Україною, у Грузії менша мобільність робочої сили до ЄС у 2019, уряд Грузії продовжував вести переговори з країнами Євросоюзу для того, щоб оформити угоду про легальне працевлаштування громадян тоді, як Україна вже має такі договори з багатьма країнами ЄС.

Трудова міграція зі східноєвропейських країн до Європейського Союзу та інших європейських країн є складним явищем, що має як позитивні, так і негативні наслідки для країн походження. Позитивні ефекти включають зменшення безробіття та соціальної напруги в країнах-донорах робочої сили; збільшення грошових переказів; можливість інвестицій у спільні підприємства; розширення культурного впливу. Грошові перекази трудових мігрантів є важливим чинником доходу вітчизняних домогосподарств. Такі перекази позитивно впливають на розвиток економіки, адже це вагоме джерело валютних надходжень. За даними Світового банку, грошові перекази в Україну в 2019 році досягли близько 16 млрд доларів США, що становить понад 10 % річного ВВП країни.

Серед негативних наслідків можна виділити: відтік робітників, оскільки місцеві підприємства часто не можуть заповнити вакансії, а деякі сільські райони зазнають суттєвої сезонної депопуляції [3]. У деяких країнах спостерігається відтік мізків, старіння нації, падіння чисельності населення та зменшення внесків у соціальні фонди, що у довгостроковій перспективі знижує можливості соціально-економічного розвитку. Країни-донори можуть зіткнутися з серйозними соціальними проблемами з сім'ями щодо виховання дітей трудових мігрантів і місцевими громадами в цілому.

Отже, трудова міграція є характерним явищем в контексті європейської інтеграції, яке зумовлене економічними та політичними факторами. Вона несе як позитивні, так і негативні наслідки.

Незважаючи на несприятливі ефекти трудової міграції, варто зазначити, що вона сприяє поширенню європейських цінностей, які слугують прикладом і рушійною силою для побудови кращого суспільства, формує відкритість до світу та прагнення вийти на міжнародну арену, стимулює впровадження та розвиток нових технологій, які підвищують конкурентоспроможність вітчизняних товарів і послуг на світовому ринку.

Література:

1. Raines P. The impact of European integration on the development of national labour markets. International Labour Organization. 2001. URL: http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/-ed_emp/documents/publication/wcms_142279.pdf.
2. Вплив трудової міграції українських працівників на ринки праці України і ЄС (на прикладі будівельників) / упоряд. В. Андреев, О. Борисов — Київ: Профспілка працівників будівництва і промисловості будівельних матеріалів України, 2018 р. — 32 с. — URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Vplyv-trudovoyi-migratsiyi-ukrayinskyh-pratsivnykiv-na-rynky-pratsi-Ukrayiny-i-YES-na-prykladi-budivelnikiv-1.pdf>
3. Dubenko L. Ukraine needs a whole new approach to labor migration. Atlantic Council. 2020. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukraine-needs-a-whole-new-approach-to-labor-migration/>.
4. Translate Migrant integration statistics — regional labour market indicators. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migrant_integration_statistics_-_regional_labour_market_indicators.

Розсохіна В.Л.

*«Міжнародні економічні відносини», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — асистент кафедри європейської економіки
та бізнесу Никонюк К.О.*

ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ЄДИНИЙ ЦИФРОВИЙ РИНОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Вступ. Інформаційно-комунікаційні мережі поступово стають основою всіх сучасних інноваційних економічних систем. Інтернет та цифрові технології стрімко інтегруються у всі сектори економіки та сфери суспільного життя. Таким чином цифровізація постає безумовним вектором соціально-економічних перетворень як високорозвинених країн, так і країн, що розвиваються.

Метою наукової роботи є дослідження Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу¹⁷, визначення перспектив інтеграції України до нього.

Актуальність теми обумовлена нагальною необхідністю застосування перевагцифрових рішень і створення Єдиного цифрового ринку для України в умовах кризи, спровокованої пандемією Covid-19.

Методи дослідження. У роботі застосовуються методи теоретичного дослідження, структурування, індукції, аналогії та діалектичний метод, що спрямовані на вивчення структури ринку, його особливостей, аналіз нормативної бази. Метод синтезу, статистико-економічний метод та метод порівняння використані для інтерпретації змісту інформації через кількісні показники, формулювання висновків щодо можливостей і загроз інтеграції України до ЄЦР ЄС.

Огляд фахової літератури. Основним джерелом інформації є офіційні електронні ресурси Європейського союзу та його основних інституцій, зокрема Європейської комісії, відкрита база публікацій ЄС.

У роботі використані результати дослідження команди Центру аналізу міжнародної торгівлі «Trade+» у межах проєкту «Розрахунок Вигоди від Інтеграції України до ЄЦР ЄС для України та ЄС».

Результати дослідження. З метою адаптації до вимог часу протягом останнього десятиліття ЄС рухається до створення Єдиного цифрового ринку задля поглиблення інтеграції 27-ми держав-членів. Наслідуючи Лісабонську стратегію, Цифрова програма для Європи (Digital Agenda for Europe) була задумана як одна із семи основних ініціатив стратегії «Європа 2020», прийнятих Європейською Комісією. Опублікована у травні 2010 року, вона стала початком розбудови Єдиного цифрового ринку ЄС.

¹⁷ далі в тексті використовуватиметься скорочення ЄЦР ЄС.

Європейська Комісія визначає Єдиний цифровий ринок, як економічну зону, яка характеризується забезпеченням вільного пересування людей, послуг і капіталу; можливістю для приватних осіб і компаній безперешкодно отримувати доступ до онлайн-діяльності незалежно від їх національності або місця проживання; чесними умовами конкуренції та високим рівнем захисту персональних даних і даних споживачів. Основними інструментами підтримки цифрового ринку виступають програми: DIGITAL, Horizon Europe, ConnectingEuropeFacility та ініціатива «Цифровий компас» [1, 2]. На думку європейських експертів, ЄЦР може принести об'єднаній Європі додаткові 415 млрд євро щорічно і забезпечити створення сотень тисяч робочих місць. Таким чином ЄС вбачає у цифровізації потужний локомотив для зростання економіки, можливість виходу з постковідної кризи, а також інструмент стійкості.

Економічні переваги цифровізації економіки беззаперечні. Саме тому міжнародні організації розробили ряд кількісних та якісних показників, які дозволяють проаналізувати рівень розвитку цифрового ринку окремих країн — це DESI, EGDI, WDCR, NRI.¹⁸ [4, 5]. За індексом NRI [4] у 2019 році Україна посіла 67 місце серед 121-ої країни. Найгірші результати держава демонструє за такими показниками: майбутні технології (82-е), використання ІКТ урядом та урядовими службами (87-е), нормативне середовище (72-е). Варто зазначити, що нові держави-члени ЄС займають кращі позиції в рейтингу (Польща (37-е), Латвія (39-е), Чехія (30-е), Хорватія (44-е)). Зважаючи на такі слабкі позиції, Україна визначила цифрову трансформацію пріоритетною політикою держави та долучилася до програми «EU4Digital» [6].

«EU4Digital» націлена на розширення переваг ЄЦР ЄС для України та інших держав Східного партнерства, з метою стимулювання економічного росту, створення робочих місць, покращення життя людей і допомоги бізнесу. Зокрема в Україні на цю програму виділено 11 млн євро. Результатами реалізації ініціативи стало створення Міністерства цифрової трансформації, впровадження систем «ProZorro» та «eHealth», розширення мобільного покриття 4G і запуск електронних послуг у державному та приватному секторах. Були розроблені програми безготівкової економіки у сферах електронної торгівлі «eTrade», електронного захисту «eTrust» та кібербезпеки «Cybersecurity», ініціатива «Розумні міста — розумні регіони», яка зосереджена на децентралізації та реалізації програми електронних навичок «eSkills» [6].

За оцінками досліджень «Trade+», збільшення цифровізації на 1 % зумовить зростання ВВП України на 0,42 %. Підвищення рівня цифровізації економіки з поточного рівня (0,5644) до нижчого рівня країн-новачків ЄС (0,6) призведе до додаткового зростання ВВП на 2,4 % (3,1 млрд доларів США) [6]. Інтеграція України до ЄЦР ЄС збільшить обсяг експорту товарів і послуг з України до країн ЄС і у зворотному напрямку на 7,6–12,2 %, а експорт товарів — на 11,8–17 %. Україна виграє від скорочення торговельних витрат у двосторонній торгівлі з ЄС унаслідок зменшення регуляторних цифрових бар'єрів, внаслідок чого добробут громадян може покращитися на 3,6–7,8 %. Регуляторні обмеження значною мірою стримують розвиток транскордонного співробітництва та інтеграцію України у європейський та світовий цифровий простір [6].

Висновки і пропозиції. Інтеграція України до ЄЦР ЄС позитивно вплине на економічне зростання та цифровізацію української економіки завдяки таким перевагам, як підвищення продуктивності економіки, зменшення вартості транзакцій для бізнесу та державних послуг, скорочення торговельних витрат для транскордонної цифрової торгівлі з ЄС, сприяння розвитку нових галузей, інноваційних продуктів і послуг, сучасної цифрової інфраструктури.

Зважаючи на посилення впливу цифрових технологій на міжнародну торгівлю і економіку, інтеграція до ЄЦР ЄС вимагає системних змін. В іншому випадку вдосконалення регулювання цифрового ринку ЄС створить додаткові регуляторні бар'єри та розбіжності у цифровій сфері, що негативно вплине на розвиток цифрової торгівлі та поглиблення економічної і інтеграції та співпраці між Україною та ЄС.

Література:

1. Europe's Digital Decade: digital targets for 2030 [Electronic Resource]. — Mode of access : URL : https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en — Title from the screen.

1. DESI (Digital Economy and Society Index) — узагальнений індекс, що містить індикатори ефективності цифровізації Європи та відстежує прогрес цифрової конкурентоспроможності країн ЄС;

2. EGDI (E-Government Development Index) — використовується для вимірювання готовності урядів країн до використання ІКТ для надання якісних інформаційних та публічних послуг населенню.

3. WDCR (World Digital Competitiveness Ranking) — вивчає рівень готовності економік до цифрової трансформації.

4. NRI (Network Readiness Index) — вимірює схильність країн до використання можливостей, що надаються застосуванням інформаційно-комунікаційними технологіями.

2. The Digital Europe Programme 2030 [Electronic Resource]. — Mode of access : URL :<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/digital-programme> — Title from the screen.
3. Digital Agenda for Europe[Electronic Resource]. — Mode of access : URL :<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/64/digital-agenda-for-europe> — Title from the screen.
4. NRI 2020 Countries [Electronic Resource]. — Mode of access : URL :<https://networkreadinessindex.org/nri-2020-countries/#top-3> — Title from the screen.
5. The Digital Economy and Society Index (DESI) [Electronic Resource]. — Mode of access : URL :<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> — Title from the screen.
6. Інтеграція України у єдиний цифровий ринок ЄС: Потенційні економічні переваги: матеріали звіту Центру аналізу міжнародної торгівлі [Trade+] ГО «Український центр європейської політики», 2020.
7. The European Digital Single Market [Electronic Resource]. — Mode of access : URL :<https://www.eyes-on-europe.eu/the-european-digital-single-market/> — Title from the screen.
8. Цифрова агенда України — 2020: Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. — [Степан Кубів, Олена Мініч, Андрій Бірюков] — Міністерство економічного розвитку та торгівлі України/ ГО «ХайТек Офіс Україна», 2016.

Кіяшко І.Р.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародних фінансів Савчук Н.В.

ЦИФРОВИЙ ЮАНЬ: МАЙБУТНЄ СВІТОВОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ

Вступ. У контексті стрімкого розповсюдження глобалізаційних процесів міжнародна валютна система набуває перманентних фундаментальних змін. Активне осучаснення світової економіки, разом з поширенням тенденції до діджиталізації, повсякчас спонукає до модернізації існуючих світових валют й утворення нових платіжних засобів.

Не дивно, що економіка всього світу знаходиться під надзвичайним впливом технологічного прогресу, а вектор її розвитку на пряму залежить від сучасних розробок та інновацій. Ключовим напрямком світової валютної системи, що вже зараз вважається її локомотивом, є розвиток електронних платежів і цифровізація банківських систем світу.

Визначення проблеми. Станом на сьогодні активного розвитку набули електронні засоби платежів. У майбутньому чималу роль в цьому відіграватимуть цифрові валюти, головними з яких будуть національні. Безперечно, Китай лідирує у розробці власної національної цифрової валюти — цифрового юаню. Тим не менш, однозначного шляху розвитку немає, що виявляє потребу в формуванні різнобічних поглядів щодо потенційних сценаріїв майбутнього даної цифрової валюти.

Мета дослідження — аналіз майбутньої появи цифрового юаню як ключової національної цифрової валюти на міжнародній фінансовій арені.

Методи дослідження. У роботі було використано низку загальнонаукових методів дослідження, зокрема: метод експертних оцінок і прогнозування, логічний метод, аналітичний метод, метод аналізу та синтезу тощо.

Огляд фахової літератури. Питання майбутнього розвитку світової валютної системи та появи національних цифрових валют активно розглядається в наукових роботах вітчизняних та іноземних науковців. Серед іноземних науковців слід відзначити роботи О. Каудевілі, С. Патерсона, М. Пітерса, Б. Гріна та ін.

Серед вітчизняних науковців варто зазначити наукові та практичні доробки Ю. Шаповал, Т. Кричевської, О. Савчук та ін.

Результати дослідження. З 2014 року Китай здійснює активну розробку власної національної цифрової валюти — цифрового юаню. Народний Банк Китаю (PBOC) очолює роботу над цим проєктом — так званою цифровою валютою центрального банку (CDBC). Ключовою метою цієї розробки, безперечно, є витіснення частини готівки в обігу. Уряд Китаю планує завершити роботу та повноцінно запустити цифровий юань до початку олімпіади в Пекіні 2022 року, що дасть можливість здійснювати активніше розповсюдження та просування.

У свою чергу, вагомі гравці на світовій фінансовій арені також зацікавлені у створенні власних цифрових валют. Зокрема, Європейський центральний банк досліджує потенційне запровадження цифрового євро [1]. Також, казначейство Великобританії та Банк Англії розглядають можливості створення власної цифрової валюти для подальшого задоволення низки побутових і ділових потреб. Це дає змогу однозначно стверджувати про зацікавленість провідних країн світу в запровадженні власних національних цифрових валют.

Китайський фінансовий ринок надзвичайно просунувся в аспекті безготівкових розрахунків. Через це, Народний Банк Китаю намагає пришвидшити процес діджиталізації всієї національної економіки шляхом оцифрування банкнот і монет в обігу. Не дивним є той факт, що обсяги використання готівки для здійснення платежів з кожним роком зменшуються. Утворення законного платіжного засобу у вигляді національної цифрової валюти розглядається як доцільний фактор продовження цієї тенденції.

Чималу роль в необхідності такої розробки вбачається у стрімкому процвітанні незалежного інтернету всередині держави. Орієнтована на Китай мережа розвивається семимильними кроками, особливо якщо мова йде про e-commerce. Користувачі матимуть значно простішу систему оплати для здійснення транзакцій за будь-які товари чи послуги, користуючись цифровим юанем.

Це можна розглядати як «win-win» ситуацію завдяки чималому ефекту синергії національної економіки Китаю та внутрішньої мережі.

Урядом Китаю планується використання цифрового юаню в якості цілком законного платіжного засобу, який зможе виконувати основні функції грошей — бути засобом обігу та нагромадження і бути мірою вартості. Спочатку валюта працюватиме в «дворівневому рівні», а Народний Банк Китаю розподілятиме валюту вітчизняним комерційним банкам, які в свою чергу передаватимуть її власним клієнтам. Користувачі валюти матимуть цифровий гаманець на своїх гаджетах, щоб здійснювати транзакції за власними потребами. Проте, більшість інформації про весь обіг валюти ймовірно за все централізовано зберігатиметься у Народному Банку Китаю.

Тим не менш, існує низка надважливих факторів успішного запуску національної цифрової валюти Китаю. У першу чергу, це зазначений вище рівень централізації валюти, тобто, чи всі транзакції за допомогою цифрового юаню проходитимуть через центральний банк Китаю. Також, слід звернути увагу на рівень доступності валюти та анонімності користувачів даної валюти. Не менш важливим є процес емісії та державного регулювання обігу валюти, які однозначно відрізнятимуться від процедур щодо фізичних версій валют.

Висновки і пропозиції. У результаті утворення власної національної цифрової валюти уряд Китаю отримає низку переваг. По-перше, розгортання цифрового юаню дасть можливість національній економіці Китаю розвиватись значно швидше завдяки чималому поліпшенню валютної системи всередині країни. По-друге, держава матиме змогу здійснювати більший вплив на економіку Азійсько-Тихоокеанського регіону, що, в свою чергу, покращить позиції Китаю на світовій фінансовій арені. По-третє, в довгостроковій перспективі тенденція до оцифрування зможе зрушити американський долар з п'єдесталу ключової світової резервної валюти, замінивши її на китайський юань.

Тим не менш, запуск і подальше просування цифрового юаню може спричинити низку труднощів для уряду Китаю, що в разі провалу потягне за собою чимало критичних проблем для всієї національної та регіональної економіки. Все залежить лише від компетенції високопосадовців фінансових інституцій Китаю, а й від того, як економіка Китаю витримає натиск з боку інших провідних країн світу та світової фінансової кризи, що спричинена впливом наслідків пандемії коронавірусу.

Література:

1. European Central Bank. Report on a digital euro / European Central Bank. — 2020. — С. 55.
2. Caudevilla O. The Digital Yuan, where are we now? Latest developments / Oriol Caudevilla. — 2021. — С. 1–3.
3. Paterson S. The digital Yuan and China's potential financial revolution / Stewart Paterson. // HINRICH FOUNDATION. — 2020. — С. 19.
4. Kharpal A. China has given away millions in its digital yuan trials. This is how it works [Електронний ресурс] / Arjun Kharpal. — 2021. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.cnbc.com/2021/03/05/chinas-digital-yuan-what-is-it-and-how-does-it-work.html>.
5. He L. China's digital yuan could be used by athletes and visitors at the Beijing Olympics [Електронний ресурс] / Laura He. — 2021. — Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2021/04/19/investing/china-digital-yuan-us-dollar-intl-hnk/index.html>

Пакунова К. Г.

*«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри міжнародних фінансів Отченаш К.Г.

СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З МВФ У РОЗРІЗІ ЇЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ

Вступ. Важливу роль у регулюванні фінансової діяльності тарозробці єдиної міжнародної стратегії соціально-економічного зростання відіграє діяльність міжнародних фінансових організацій, зокрема Міжнародного валютного фонду.

Співробітництво з МВФ дозволяє країнам розвивати свої національні економіки ефективніше, забезпечувати стабільність валютних систем, залучати фінансову або консультаційну допомогу в разі потреби. Однак, така співпраця у довгостроковій перспективі може ставити під загрозу національну безпеку країн-членів і робити їх уразливішими та залежнішими від зовнішніх обставин.

Визначення проблеми. На сьогодні Україна активно співпрацює з Міжнародним валютним фондом, особливо в сфері кредитування. Це хоч і допомагає країні переживати кризові та соціально-економічні шоки, викликає ряд питань, оскільки таке співробітництво робить країну залежною від іноземної допомоги. Через неоднозначність наслідків партнерства України з МВФ існує потреба в детальному аналізі впливу їх взаємодії на економіку країни і кореляції отриманих результатів з національними інтересами України.

Мета дослідження – аналіз сучасного стану взаємовідносин України з МВФ і дослідження перспектив їх подальшої співпраці.

Методи дослідження. У роботі використано різні загальнонаукові методи дослідження, а саме: логічний метод, метод аналізу та синтезу; порівняння, метод експертних оцінок і прогнозування.

Огляд фахової літератури. Питання відповідності результатів для України від співробітництва з МВФ національним інтересам держави посідає чільне місце в роботах вітчизняних та іноземних науковців. Серед іноземних науковців варто відзначити роботи Л. Ерхарда, Дж. Вільямсона, Р. Манделі та ін.

Серед вітчизняних науковців цю проблему висвітлювали у своїх дослідженнях В. Юрчишин, Б. Соболев, О. Дзюблюк та ін.

Результати дослідження. Міжнародний валютний фонд — міжнародна організація, створена для координації відносин країн-членів у сфері фінансів та економічного співробітництва та надання фінансової допомоги для забезпечення соціально-економічної стабільності держав [1]. Членами МВФ є 189 країн світу, Україна є членом МВФ з 1992 року [2].

Основними цілями співпраці України з МВФ є стабілізація фінансової системи України та проведення реформ, необхідних для зростання економіки.

Можна виділити кілька напрямів взаємодії України з МВФ. Починаючи з 1994 р. такими напрямками були — підтримка платіжного балансу, стабілізація національної валюти, поповнення валютних резервів, побудова ефективної системи соціального захисту та перехід до ринкової економіки, проведення структурних реформ, необхідних для економічного зростання тощо [3]. На сучасному етапі відносини між Україною та МВФ поставлені на паузу через невиконання Україною ряду умов, зокрема, щодо антикорупційної політики, реформи судової системи, мінімізації дефіциту бюджету та ін.

За всі роки співробітництво з МВФ мало як позитивні, так і негативні наслідки. Перш за все, отримання кредитних коштів від Фонду допомагало країні збалансувати платіжний баланс, підтримувати стабільність національної валюти, поповнювати власні валютні резерви та справлятися з наслідками соціально-економічної кризи 2014 р. Крім цього, партнерство з МВФ дозволяє країні залучати допомогу від інших фінансових організацій і була свого роду «індикатором» для припливу інвестицій у країну [4]. Однак, існує ряд недоліків від співпраці, які підривають економічне зростання і безпеку країни. МВФ висуває державі умови для отримання кредитування і за допомогою цих умов Фонд може впливати на економічний курс держави. У ряді випадків МВФ диктує Україні не вигідні умови для отримання кредитування (наприклад, підвищення тарифів для населення), що йдуть врозріз з національними пріоритетами держави та призводять до соціально-економічних проблем. Іншою проблемою є нецільове використання кредитних коштів в Україні і відсутність контролю за використанням наданих ресурсів, що гальмує проведення реформ у країні і її економічний прогрес. В Україні дедалі зростає зовнішня заборгованість через залучення кредитних ресурсів від МВФ, і це провокує ситуацію, коли країна змушена брати нові кредити для погашення старих. Крім цього, країна стає уразливішою до зовнішніх обставин і зрушень. Будь-які зміни у кон'юктурі світових ринків впливають на економіку України та можуть спровокувати нові потреби в залученні зовнішніх кредитів. Такі негативні наслідки в довгостроковій перспективі не тільки посилять фінансову залежність країни від зовнішніх ресурсів, а й прямо вплинуть на зниження рівня життя населення, що суперечить національним інтересам держави.

Висновки і пропозиції. Таким чином, Україна тісно співпрацює з Міжнародним валютним фондом, і це партнерство буде залишатись актуальним й надалі. Для України взаємодія з МВФ необхідна для підтримки макроекономічної стабільності, проведення необхідних для економічного розвитку реформ, формування привабливого інвестиційного клімату країни та інтеграції України в світовий фінансовий ринок. Однак, у співробітництві України та МВФ існує ряд проблем, які потребують рішень.

Україні і МВФ необхідно забезпечити контроль за використанням кредитних коштів, щоб переконатися, що отримані фінансові ресурси використовуються згідно з обумовленими цілями та сприяють поліпшенню економічної ситуації в державі. Україна має проводити детальне дослідження

дження кредитних програм, диференціювати джерела фінансових коштів і використовувати альтернативні джерела кредитування, що дозволить країні знизити ступінь своєї залежності від МВФ. Ключовим напрямком співпраці України з МВФ має стати формування ефективніших стратегій використання зовнішньої допомоги отримання технічної та консультативної допомоги, а не кредитної, що дозволить країні запобігти процесу потрапляння в боргову пастку.

Література:

1. Васютинська Л.А. Міжнародні фінанси: Навчальний посібник.— Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2017. — 310 с.
2. Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій : Закон України від 3 червня 1992 р. № 2402-ХІІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2402-12>.
3. Сущенко О. Роль Міжнародного валютного фонду у макрофінансовій стабілізації України / О. Сущенко, І. Руденко // Ринок цінних паперів України. — 2010. — № 1–2. — С. 23–29.
4. Скоробогатова Н.Є. Ефективність співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями [Електронний ресурс]. / Н.Є. Скоробогатова. — Режим доступу: http://skorobogatova.edu.kpi.ua/wpcontent/uploads/2017/09/Skorobogatova_statya.pdf
5. Іванов С.М. Унормування співробітництва з МФО в контексті запобігання дестабілізації національної економіки / С.М. Іванов, К.В. Клименко, М.В. Савостьяненко // Фінанси України, 2018. — № 5. — С. 41–55
6. Цилінська, Я.В Аналіз співробітництва України з МВФ [Електронний ресурс]./Я. В Цилінська, — Режим доступу: [http:// repository.hneu.edu.ua](http://repository.hneu.edu.ua)

ПЛАТФОРМА 5
ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ
В ПАРАДИГМІ ПІДГОТОВКИ ЕКОНОМІСТІВ

Александрова М.В.
«Міжнародна економіка та менеджмент», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ст. викладач
кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
Алейнікова М.Г.

**LOS DESAFÍOS PARA EL SECTOR TURÍSTICO DE ESPAÑA
Y UCRANIA EN LOS TIEMPOS DE LA PANDEMIA**

Cualquier país goza en la lengua y la cultura. La cultura española es una miscelánea que viene recogiendo y absorbiendo costumbres de los diferentes pueblos durante siglos. La globalización nos permite viajar por el trabajo o para estudiar, actualmente podemos reservar el vuelo en dos clics. Pero hace un año todo cambió totalmente. La pandemia del COVID 19 ha alterado nuestras vidas. Al principio de la pandemia en Europa uno de los países más afectados fue España. Para los españoles fue un desastre, se quedaron en casa durante seis meses por la cuarentena. La industria del turismo pasó por un año muy difícil. La dependencia económica de España del turismo jugó un papel negativo. A pesar de que los balnearios españoles siguieron todas las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y fueron seguros, muchos europeos decidieron quedarse en sus países y descansar allí. La industria turística es una de las más importantes en España. «La pandemia nos ha hecho un gran daño: los hoteles y restaurantes diseñados para turistas están inactivos», dijo María Crespo, representante de la Confederación Española de Propietarios de Hoteles (ICHO). Algunos expertos empezaron a hablar de que la industria del turismo no es fiable y, por lo tanto, «España debería reorientar su economía hacia algo menos vulnerable». La competición entre los países del Mediterráneo oriental y sureño (Siria, Argeria, Egipto, etc.), que los europeos evitaban por la amenaza del terrorismo, también está creciendo en el ámbito internacional. El Brexit tampoco ha favorecido el turismo: antes los británicos visitaban España de manera más activa que otros.

Para atraer a los turistas extranjeros, España tiene la intención de intensificar el aprovechamiento de su patrimonio cultural e histórico en el futuro, pero no solo los museos famosos, sino también las colecciones privadas, aún poco conocidas. El año pasado el duque de Alba abrió la parte de su palacio de Liria en Madrid para el público mostrando la exposición, que «puede ser la envidia de las galerías más famosas del mundo» — pinturas de El Greco, Rembrandt, Rubens, Tiziano, Velázquez, Ribera, Murillo, Goya, Renoir, Picasso y otros grandes pintores. Entre muchos documentos y libros expuestos de la biblioteca se encuentran los manuscritos de Colón y la primera edición de El Don Quijote. Y, por supuesto, el palacio contiene armas antiguas, armaduras, ropa y otros artículos del hogar de los antepasados del duque de Alba, la dinastía española más titulada.

También los españoles empezaron a implementar los vídeoviajes por España. Uno de los más conocidos viajes es el por el «Parque natural de la albufera de Valencia». Es una de las zonas húmedas más importantes de la Península Ibérica. Está formada por una gran llanura rodeada de otros y separada del mar por grandes líneas de dunas. Hay una diversidad de zonas en el parque: playas, lago, dunas, arrozales. Los vídeoviajes demuestran todos los lugares más bonitos. Los blogueros publicaron vídeos en el YouTube rodados con el aeroplano no tripulado con cámara capturando todo. Eso fue la solución para los que quedaron en casa sin acceso a la naturaleza y poder salir de excursión. A su vez, los ucranianos han seguido el ejemplo de España y han planificado los viajes por los lugares más importantes de la historia de Ucrania, por ejemplo, el vídeoviaje por la calle Andriivska.

Otras industrias también han sufrido mucho, pero, por ejemplo, la industria de ventas ha pasado sus tiendas en línea lo que la industria turística no se puede permitir. El negocio tampoco termina de funcionar y los viajes de negocios no pueden estar cancelados. Y por eso ahora tenemos las recomendaciones y reglas obligatorias para los viajes seguros tales como: pruebas express, número limitado de personas en el vehículo, equipo de protección personal (mascarillas, guantes, antisépticos), etc.

Hoy en día, el sector turístico es uno de los más sufridos del mundo por el brote del COVID-19 que afecta tanto a la oferta como a la demanda. La crisis global en el sector turístico no ha pasado por alto en Ucrania, pero hasta ahora el estado no tiene la capacidad de calcular el daño causado por el coronavirus y la cuarentena. Cuando pasó el pico de pánico, que cayó en los meses de primavera, el turismo interno

rápidamente comenzó a revivir en Ucrania. Esto se debió no solo al hecho de que las personas dejaron de tener miedo de salir de sus hogares, sino también al hecho de que simplemente no había ningún lugar adonde ir excepto las ciudades de Ucrania: muchos países permanecían cerrados para el turismo.

“Travel Ukraine” es un proyecto creado por la Agencia Estatal de Desarrollo y Turismo, que motiva a los ucranianos a conocer mejor su propio país y descubrir destinos atractivos para futuros viajes. Para popularizar las oportunidades turísticas el equipo “Ukraine Open” de Kharkiv ha estado filmando el contenido turístico en forma de recorridos en 3D, panorámicas aéreas, videos virtuales de las ciudades de Ucrania desde julio de 2020.

Analizando las principales dificultades con las que chocamos puedo decir que el turismo interno es el único entretenimiento que nos queda frente a una pandemia y el riesgo de un cierre. Ahora es el mejor momento para cuidar la navegación turística en tu ciudad y recordar a sus residentes que hay muchas cosas interesantes alrededor. La mayoría de los países, incluso España y Ucrania, se centraron en el desarrollo del sector turístico, y los propios actores de la industria aprovecharon la pausa de la crisis para acelerar el reinicio de la industria, llevar a cabo la digitalización, lanzar plataformas digitales, soluciones verdes y cambiar enfoques para organizar el turismo.

Referencias:

1. Artículo «El sector turístico durante la pandemia». Tomado de: <https://www.eurointegration.com>.
2. Artículo «Los países más afectados durante la pandemia». Tomado de: <https://www.interfax.com>

Hlukhovska Yuliia

«Économie internationale», 4e année

Université économique nationale de Kyiv Vadym Hetman

*Directeur scientifique — professeur agrégé de la chaire des langues étrangères
et de la communication interculturelle V.E. Turchaninova*

LA COMPÉTENCE LINGUISTIQUE DANS L'INTERPRÉTATION DE BIG DATA

À présent, les technologies de l'information jouent un rôle important dans la vie personnelle de chaque individu ainsi que dans les activités commerciales. Les développements technologiques modernes permettent aux entreprises d'accroître leur efficacité en améliorant la communication externe et interne, en automatisant les processus du management, en approfondissant les recherches sur les consommateurs et le marché et d'autres.

Cette importance des TIC dans le monde des affaires implique une influence significative des tendances récentes sur les processus économiques dans ce domaine, parmi lesquelles figurent les suivantes: Artificial Intelligence (AI), Blockchain, Internet of Things (IoT), Virtual Reality & Augmented Reality, Data Science & Big Data [1]. Récemment, une attention croissante est accordée à cette dernière composante, qu'on examine plus en détail dans cette étude.

Le big data eut désormais envahi tous les secteurs de l'économie mondiale. Comme d'autres éléments essentiels de la production, tels que les biens matériels et le capital humain, une grande partie de l'économie moderne ne pourrait tout simplement pas se dérouler sans lui. Le big data représente une grande quantité d'informations diverses qui arrivent en volumes croissants et à une vitesse toujours plus grande [2]. Il peut être collecté à partir de commentaires partagés publiquement sur les réseaux sociaux et sur les sites web, provenant d'appareils électroniques et d'applications personnelles, du canal de questionnaires, d'achats de produits et de contrôles électroniques.

Il est important de souligner que le Big Data se définit par le grand volume de données structurées et non structurées qui est produit chaque minute dans l'environnement numérique. IBM affirme que les entreprises du monde entier génèrent près de 2,5 quintillions de bytes de données chaque jour. En plus, 90 % des données mondiales eurent été générées au cours des deux dernières années seulement [3].

Les principales caractéristiques du big data incluent:

- volume: le volume immense de données est une spécificité principale;
- variété: les données peuvent être structurées (souvent numériques, facilement formatées et stockées) ou non structurées (plus libres, moins quantifiables);
- vitesse: cette particularité représente la fréquence à laquelle les données sont à la fois générées et elle est de plus en plus croissante;
- véracité: comme les données sont très volumineuses, les erreurs dans les données sont plus fréquentes et plus difficiles à corriger [2].

Par ailleurs, le big data est un facteur important pour les entreprises, car il simplifie la planification des activités commerciales, augmente la vitesse de lancement de nouveaux projets, accélère l'interaction avec les clients et les partenaires etc. Cependant, une interprétation réussie des big data est essentielle pour leur utilisation efficace. Les outils d'analyse du Big Data permettent de prédire les résultats des décisions stratégiques et de réduire les risques. Ils comprennent notamment Data Mining, l'apprentissage artificiel, l'analyse prédictive, la modélisation par simulation, l'analyse statistique, ainsi que la visualisation de données analytiques [4]. Toutefois, en dépit de la variété des outils techniques, une présentation compréhensible du matériel et des résultats n'est possible qu'avec un être humain. Et c'est là que la compétence linguistique joue un rôle crucial.

Les compétences linguistiques sont liées à l'utilisation de la langue par l'expression et l'interprétation de concepts, de pensées, de sentiments, de faits et d'opinions afin de mener des discussions orales et écrites [5]. Ces interactions peuvent avoir lieu dans divers contextes sociaux et culturels, ce qui déterminera les caractéristiques de la langue écrite ou parlée, telles que les caractéristiques grammaticales, pragmatiques et sociolinguistiques. Les compétences linguistiques développées simplifient considérablement la communication commerciale et augmentent de façon significative son efficacité, car elles tiennent également compte des caractéristiques interculturelles des contreparties.

En effet, les compétences linguistiques sont également liées aux compétences en matière d'information, car la rédaction correcte de documents scientifiques et la description des résultats de la recherche exigent la démonstration de compétences en matière de recherche, de sélection, de compilation et de traitement de l'information, qui sont soutenues dans la compréhension et la production de textes scientifiques destinés aux divers publics.

Ainsi, lors de l'interprétation des big data, la compétence linguistique permet de:

- décrire plus précisément les résultats obtenus;
- faciliter la compréhension de l'information en la structurant mieux;
- augmenter l'efficacité de la présentation par une utilisation du vocabulaire pertinent, accentuation, etc.;
- réduire le risque d'interprétation erronée en établissant des relations de cause à effet;
- intégrer une dimension interculturelle: adapter les informations présentées aux spécificités culturelles des auditeurs.

Dès lors, l'interprétation effective des big data n'est pas possible à ce stade sans compétence linguistique. Compte tenu de la diversité socioculturelle, la compétence linguistique permet d'adapter les résultats obtenus à la perception des acteurs du business, ce qui augmente considérablement l'efficacité des opérations commerciales.

Références:

1. Top 9 New Technology Trends for 2021. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.simplilearn.com/top-technology-trends-and-jobs-article>
2. Introduction to Big Data. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.educba.com/introduction-to-big-data/>
- 3) Media: Analytics, Algorithms, AI, Big Data. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://researcher.watson.ibm.com/researcher/view_group.php?id=4933
4. Большие данные (Big Data). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bit.ly/3x26UJ6>
5. Linguistic Competence. The New Profile of Information Professionals as Scientific Production and Communication Managers. / J. Tarango, J. D. Machin-Mastromatte // The Role of Information Professionals in the Knowledge Economy. — 2017. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bit.ly/3cl17Xg>

Kate Guzhva,

*Third-year student, Faculty of International Economics and Management,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
Hanna Melnyk*

GREEN BUSINESS IN UKRAINE: BARRIERS AND OPPORTUNITIES

Van Jones, the author of The Green Collar Economy, once said: «The chief moral obligation of the 21st century is to build a green economy that is strong enough to lift people out of poverty. Those communities that were locked out of the last century's pollution-based economy must be locked into the new, clean and renewable economy. Our youth need green-collar jobs, not jails». This quote shows the importance and impact of such phenomenon as green modernization of economy on social, economic

and political spheres of any country and Ukraine in particular. However, it should be mentioned that although green economy and green business are becoming major trends nowadays, still Ukrainian entrepreneurs do not fully understand its potential for themselves and for solving ecological and economic problems. In our country, such enterprises still remain a novelty.

There is no denying the fact that nowadays all countries, regardless of their natural resource base or geopolitical position, face the challenges of limited natural resource depletion and climate change. Solution to these challenges requires a closer interaction of economy, environment, and quality of life. Accordingly, there arises the question: «What does “green business” mean?» In fact, «green business» can be defined as a business that is committed to the principles of environmental sustainability in its operations, use of renewable resources, and minimization of the negative environmental impact of its activities. The main purpose of green enterprises is making a profit from the sale of eco-friendly goods and services, production and delivery of which involves the use of techniques and technologies that minimize the integral disastrous impact on the ecosystem. Moreover, they promote environmentally friendly living conditions for consumers and environmental consciousness of a society. Without any doubt, Ukraine does have a great potential for green modernization of the economy, which determines the relevance of this research.

Green modernization and green enterprises can provide a wide range of opportunities for our country, namely:

- Creation of less resource-intensive economy sectors
- Decrease in the level of unemployment
- Formation of perfect systems of production and consumption
- Access to new world markets
- Use of new energy efficient technologies
- Higher labour productivity and business competitiveness through the efficient use of energy and resources as well as waste minimisation
- Increase in budget revenues

In order to make sure that green business is one of the key factors for Ukraine’s development, and to determine the main reasons and barriers for the enterprises wishing to implement green modernization, a survey has been conducted on the platform of a special google form. About 450 respondents of different age categories and areas of activity have been asked the questions about the effectiveness of green enterprises in the development of our country, and the measures that could help create a proper environment for such businesses. The qualitative and quantitative research methods have been used to analyse survey responses to obtain actionable insights. According to the results of the research, 76 % of respondents are sure that green entrepreneurship is vital for social and economic growth, 18 % are hesitant, and only 6 % claim there is no sense in it.

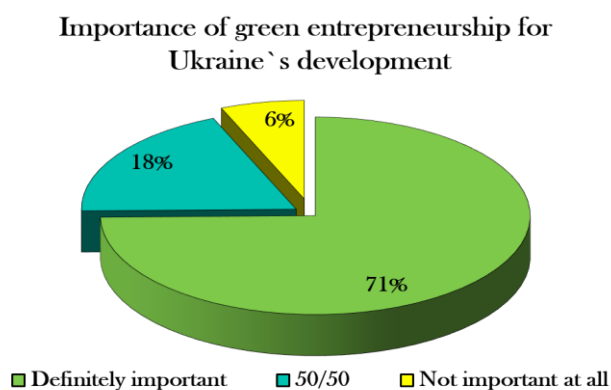


Figure 1. Survey results

Moreover, the respondents have been asked to list the Ukrainian companies that implement green technologies. Among the most recognised are: Interpipe (using green technologies in the thermal processing of pipes); Clear Energy (constructing biogas power plants and investing in power plants that run on wastes from the woodworking industry); Greenville (using environmentally friendly energy efficient materials in house building); Intertop Ukraine (establishing eco-paths throughout Ukraine); Ukrhydroenergo (eco-modernizing hydropower plants and solving environmental problems of the Dnipro); Vanguard (producing biogas). It should be stressed that the respondents consider Ukrgasbank (Ecobank) that promotes green financing (financing of environmentally friendly projects and reduction

of the carbon footprint in the Ukrainian industry), and DTEK (a key investor in Ukraine's green energy and one of the largest clean energy producers in the country) to be the most promising companies seeking a green reputation.

According to the survey conducted, the main reasons for entrepreneurs to provide green modernization are the following:

- Image of a green company (94 %)
- Creation of competitive advantages (71 %)
- Rising prices for energy and raw materials (65 %)
- Improvement of ecological conditions (61 %)
- Financial (tax) incentives (36 %)
- Customer requirements (29 %)
- Investor requirements (29 %)

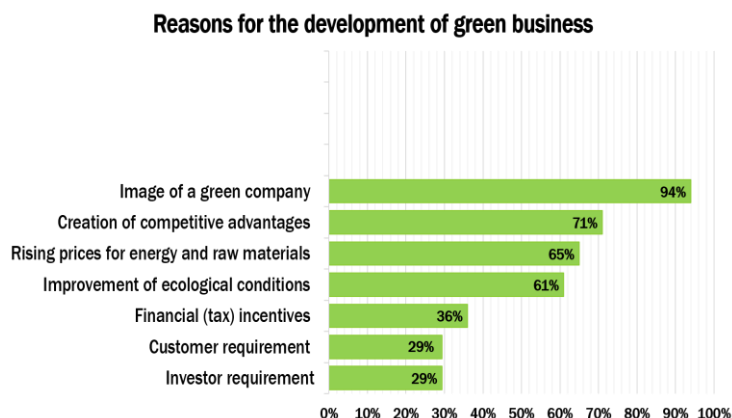


Figure 2. Reasons for the development of green business, %

The Ukrainians surveyed have also highlighted that nowadays there exist a number of most considerable barriers for the development of green entrepreneurship in Ukraine (Fig. 2b):

- High cost of green technologies (82 %)
- Lack of a legislative base for green investment market (77 %)
- Stereotype that green investment is not profitable (73 %)
- Lack of adequate funding (72 %)
- Public ignorance of green modernization (65 %)
- Insufficient demand for eco-products (41 %)
- Lack of tax incentives for green enterprises (41 %)
- Lack of trust in the Ukrainian investment market and greenwashing (29 %)
- Complicated process of green enterprise registration (18 %)

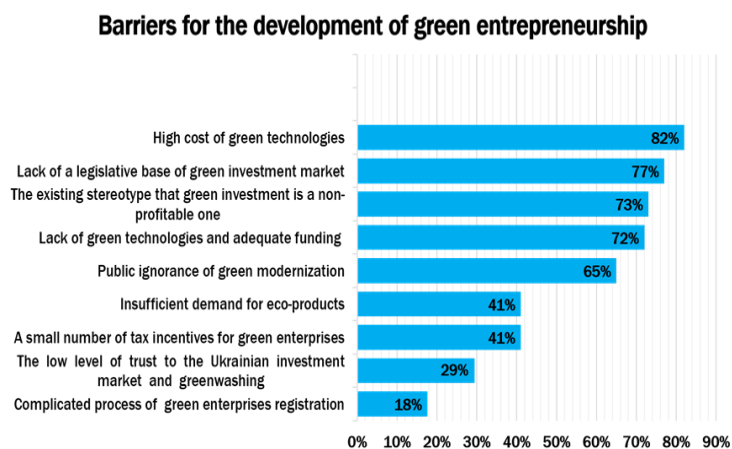


Figure 3. Barriers for the development of green entrepreneurship, %

Taking into consideration the above mentioned research results, I'd like to emphasize that although green economy in Ukraine is in the early stages of development, our country has a huge untapped

potential for: production of organic agricultural products, energy from renewable sources (wind, ambient, solar, hydro and bio energy); green construction; sustainable transport system; green tourism; improvement of waste processing and recycling. Green enterprises should become an integral part of our economic, political, social and cultural contexts. Therefore, the transition to a green economy requires the establishment of new conditions and urgent actions taken by the Ukrainian government. The policy should include eliminating environmentally harmful subsidies, improving regulations, applying market incentives, switching to green public procurement and stimulating investments. Additionally, the formation of the public opinion concerning green growth, as well as international cooperation and coordination, may play a significant role. These actions are essential for taking a step from idea to reality. The development of green entrepreneurship in Ukraine's business environment can give us hope for the future.

References:

1. «Green business» for small and medium-size enterprises — Guide, 2017 <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2018/05/SME-Guide-ENG-150.pdf>
2. «Green» modernization of Ukraine's economy: socio-economic research — «Marketing and management of innovations», 2017, №2
Green" economy modernization of Ukraine (sumdu.edu.ua)
3. Basic principles of implementation of the «green» economy model in Ukraine — tutorial, 2017
<http://www.dea.edu.ua/img/source/Book/1.pdf>
4. On the way of green modernization of the economy: sustainable consumption and production model, 2017
https://www.ecolabel.org.ua/images/page/dovidnyk_ssp.pdf

Концеба А.

«Міжнародні економічні відносини»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.п.н., доцент, доцент кафедри іноземних мов
та міжкультурної комунікації Александрова Н.М.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP — AN INNOVATION THAT CHANGES THE WORLD

Social entrepreneurship as a new type of innovative business activity is becoming increasingly popular in Ukraine. This young activity has a significant impact on society, bringing not only economic but also social benefits.

The category «social entrepreneurship» is often used for various initiatives, that's why there is no certain definition. Despite the appearance of many works on the existing topic in recent years, many researchers do not give specifics. If we try to give a short definition, it will sound like this: «social entrepreneurship is the application of best practices of traditional entrepreneurship to solve social problems and achieve sustainable social change.»

If we talk about a more complex definition, we should pay attention to the interpretation of Gregory Dees, who is often called the «father» of the science of social entrepreneurship. He identified five features that define social entrepreneurship:

1. undertaking the mission of creating and maintaining social value (and not just value for the individual);
2. continuous search and use of new opportunities to serve the chosen mission;
3. participation in the process of innovation, adaptation and learning;
4. decisive actions, activity and scale of which should not be limited by available resources;
5. high responsibility of the entrepreneur for the results of its activities — both to direct customers and to society.

The main difference is that for business entrepreneurs the main point goal is to increase the profit or wealth of shareholders. For social entrepreneurs, the main goal is a social change.

However, it should be noted that social and commercial entrepreneurship take over each other's characteristics: social entrepreneurs often make a profit from commercial enterprises, and businessmen run a socially responsible business. Both types of entrepreneurship need a vision of their mission, initiative, structure and marketing. In terms of skills and temperament, social entrepreneurs and business entrepreneurs are very similar. However, their main goals are different.

In addition, the success of a commercial and social enterprises is measured differently. While for a commercial enterprise the main quantitative value is the profit, for a social enterprise it is the influence on the solution of the problem or the measure of fulfillment of the mission. For example, the number of vulnerable people employed by a social enterprise.

Social entrepreneurship is a special form of social activity that combines economic and social benefits at once.

Economically, it is the support of small and medium-sized businesses, innovation and profit, which lead to the stimulation of economic growth and development. Socially, it solves society's problems, improves living standards and increases the welfare of the population. Combining these two components together is well-being. The well-being that humanity seeks. A total profit that is hard to imagine.

Moreover, social enterprises are the examples of innovations that contribute to the promotion of circular economy. As circular economy is an economic system aimed at eliminating waste and the continual use of resources, social enterprises may be organized in the form that combine both the objectives of such an economy, sustainable development goals and social changes.

Luckily, social entrepreneurship is becoming more and more popular in Ukraine nowadays. According to the data from Social Enterprises Directory 2016/2017, there are currently estimated to be about 150 social enterprises of different legal forms) in Ukraine. Some experts estimate the number of Ukrainian social enterprises at up to 1,000.

The greatest number of Ukraine's social enterprises are based in the country's northern regions (43 %), particularly Kyiv city (20 %), and western regions (27 %). According to the Directory of Social Enterprises of Ukraine, the only region where no social enterprises exist is Rivne oblast.

What is more, there are various types of organizational and legal forms that social enterprises are using, i.e. NGO, PE, Ltd, agricultural cooperatives etc. Ltd (25 %) and PE (15 %) are the most common forms used in Ukraine. 13 % of social enterprises are NGOs and 14 % are established by an NGO/Ltd or NGO/PE tandem.

It is important to note that social enterprises have different forms. The most common classification is the division into 4 types of social enterprises.

- Innovative model. Production of socially significant goods or provision of socially significant services.

- Employment model. Social and economic integration of vulnerable groups of people.

- Profit generation model. Part of the profit is allocated to solve a particular social problem.

- Mixed model. The social enterprise employs at least 50 % of workers from vulnerable groups and transfers at least 10 % of the profit per month to solve a certain social problem.

One of the most innovative examples of social enterprises is «Technologies for people». It is a Ukrainian IT-company that develops software and services for people with hearing impairments and helps create a barrier-free environment for people with special needs in Ukraine. The company was founded in 2015 and serves more than 40,000 Ukrainians with various hearing impairments.

Vitaliy Potapchuk, the company's founder, has been hard of hearing since childhood. His passion for computers in adolescence later turned into a professional activity — programming. In his spare time, he created a program that simplifies the communication of deaf people with hearing. That is how the application «Translator JM» was made. The deaf community reacted quickly to the invention. The application became so popular that Vitaly decided to focus entirely on the development of this segment and founded the company «Technology for People».

For five years of company's existence, there have been created a number of services to solve the problems of deaf communication. There has been also established the Center for Social Support of Deaf and Hard of Hearing People to provide quality services to people with hearing impairments. A team of professional sign language interpreters is ready to join the online dialogue at any time.

As this innovative business activity becomes more and more popular in Ukraine, we can see a lot of successful examples of social enterprises boosting our economy while making a huge social impact.

Despite some difficulties and uncertainties, the main things that need to be done are:

1. *Financial and legal support by the government in the growth of current social enterprises and the development of new ones;*

2. *Raising awareness about the importance and scale of social entrepreneurship;*

3. *Foundation of the united community of social entrepreneurs who will defend their own interests while promoting the changes.*

Finally, I would like to say that the real indicator that social entrepreneurship has become established in Ukraine will be the moment of self-organization of social entrepreneurs in order to share experiences and influence the formation of a favorable legal environment and effective public policy. So far there are problems that need to be solved, there are some obstacles, but the future depends on each

of us. Personally, I truly believe that social entrepreneurship is one of the most powerful tools for achieving the public good and well-being.

Resources:

1. Androshchuk, Bohdan, and Artem Kornetskyu. «Social Entrepreneurship in Ukraine: An Effective Tool for Overcoming Challenges?» — *Соціальне Підприємництво в Україні*, 2019, socialbusiness.in.ua/knowledge_base/social-entrepreneurship-in-ukraine-an-effective-tool-for-overcoming-challenges/.
2. Bocharnikova, A. *SimpleSE. Про Соціальне Підприємництво — Просто!*. СТ-ДРУК, 2020.
3. Pact. 2018. The Social Entrepreneurship Ecosystem in Ukraine: Challenges and Opportunities. Kyiv, Ukraine and Washington, DC: Pact. https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA_REPORT_eng.pdf
4. Svynchuk, A, et al. *Соціальне Підприємництво: Від Ідеї До Суспільних Змін*. 188, ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «БІ ЕН ЕЙ», 2017.

Мірза С.Т.

*«Міжнародні економічні відносини», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.п.н., доцент кафедри іноземних мов та
міжкультурної комунікації Чеботарьова Л.І.*

TECHNOLOGY PARKS AND THEIR ATTRACTION ABILITY OF INVESTMENT AND INNOVATION CAPITAL

Introduction. All countries of the world compete for investment and jobs with the use of different mechanisms and tools. For Ukraine, which is almost not using its scientific and innovative potential in recent years, the intensification of innovation is of particular importance for economic development. Hence, carrying out deep market transformations, Ukraine must ensure the transition from extensive resource and environmentally dangerous type of management to a progressive innovative model of economic development, the core of which is modern science and technology park (STP) structures.

Nowadays one of the main problems of innovation development is the lack of effective links between participants in the innovation process, information opacity, low motivation to development, finance, and unproductive mechanisms for commercialization of innovations. Therefore, the creation of an effective innovation infrastructure is an urgent issue for the Ukrainian economy. As the topic of innovation development is quite acute in all countries, it is relevant given the current trends in the development of innovation infrastructures, especially after the successful experience of developed countries in different regions of the world.

The purpose of this study is to determine the role and benefits of technology parks in Ukraine in terms of attracting the development of innovation and investment potential. This will reveal the essence of technology parks, summarize the world experience of their work and determine their impact on the innovative development of the region and attract capital.

Research methods. During the research to achieve the goal I used such research methods as induction and induction, comparison, statistical and graphical analysis of data of both foreign and Ukrainian technology parks. As a result, the information was summarized and structured, and based on that I made my own conclusions and recommendations.

Review of professional literature. Many specialists paid attention to the problems of the development and implementation of technology parks. Orlov V. analyzed the experience of technology park development in Europe, as well as in Ukraine, and covered the main problems of Ukrainian technology parks. Krot O. determined the impact of technology parks on innovative development and defined their essence and purpose.

Due to the widespread interest in this issue, some international organizations, such as the United Nations and European Union, have also drawn attention to this in their periodicals and reports. For example, one of the studies of UN scientists identified the main goals of stakeholders in technology parks, as well as their aims and mechanisms on the examples of existing structures. And in the report of the European Commission, the experience and results of the functioning of the European technical parks were analyzed, and also their stages of formation and attraction of investments. However, the multifaceted nature of the described above issues requires more in-depth research.

Research results. Technology parks are designed to facilitate the production and commercialization of advanced technologies by forming synergies among research centers, education institutions, and

technology-based companies. Tenants of technology parks are usually small companies at an early development stage pursuing an ambitious growth strategy based on the incubation of new ideas.

In 1951, the Stanford Technology Park was established. Afterward, a whole scientific and technical territory, which we know today as «Silicon Valley», was formed around it. Because of that, California has become one of the most developed areas in the country and in the world that has an average investment inflow of \$ 20 billion in recent years, which is twice as much as a decade ago. The success of the creation of American technology parks consisted of the presence of a competitive environment, the institution of property, a broad system of higher education, and their narrow specialization. In Europe, technology parks emerged in the 1970s. Originally it was Britain, where the government began to allocate significant funding for their development. Thus, the famous triangle «London-Oxford-Cambridge» was created. It plays an important role in Britain's economic development just as Silicon Valley in the United States.

STPs often have different goals and objectives, especially as different stakeholders have different expectations of them. It is a challenge to construct a one-fits-all set of goals and objectives. Generally, STPs aim at being a catalyst for local and regional economic development and a tool aimed at promoting industrial growth in terms of employment and production; facilitating the creation and development of new technology-based companies; promoting knowledge transfer from academia to business.

It is important to say that STPs are a long-term investment object. Public sector funding for parks over the first 5 years is slightly higher than private-sector funding, as a potential investor assesses the risks. The peak of public sector funding is reached in parks that are 6–10 years, during the period of large investments that are spent on procurement of machinery, equipment, infrastructure development, construction, etc. In 11–25 years of its existence, the formation of technology parks is usually completed, the capital funding for these parks is close to 50:50 private and public, and given a good track record the opportunities for greater levels of private sector funding should be increasing. Once STPs have matured to over 25 years private finance starts to dominate further capital investment and that is the time when a technology park becomes profitable to all its stakeholders.

In Ukraine, there are 16 officially registered technology parks, and most of them were formed in the 2000s. And probably only three of them are somehow working nowadays (the most famous is the one situated on the territory of Kyiv Polytechnic Institute), but their performance indicators are on zero levels. The reason is there are almost no investments in them. In 2018 the Ministry of Education and Science of Ukraine reported that on the basis of technology parks, a total of 120 innovative projects were implemented, 3 500 jobs were created, innovative products worth 13 billion UAH were produced, and 1.3 billion UAH was transferred to the budget. However, these are the results for the entire history of their existence since 2000. There is no state support and tax benefits that should be there. So far, the legislation has done everything to complicate the development of technology parks in Ukraine.

Conclusion and suggestions. Using the experience of developed countries, I can conclude that the basis for the development of all mankind is the use of new technologies based on knowledge and skills. The main form of such integration is technology parks, which are a major part of infrastructure support and innovative development of the region, as they have the opportunity to support inventors at all stages of the innovation lifecycle, from the emergence of innovative ideas to its commercialization.

In order for the innovation infrastructure to develop in Ukraine, it is necessary to change the legislation. Ideally, to adopt a new law on technology parks or, at least, significantly rewrite the current one. It is necessary to increase the role of the state in the material support of innovation structures, namely the provision of financial support and the formation of an appropriate distribution of the state budget.

The formation of a network of tech projects is an effective tool for reactivating the infrastructure. The concept of the process is the following: high-quality investments are attracted, a «new economy» is being built on a specific territory, and the local population is provided with work. It is necessary to point out that this concept should be based on a partnership between the state and business.

Literature:

1. Petree R., Petkov R., Spiro E. Technology Parks — Concept and Organization. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11871374.pdf>
2. Science and Technology Parks: Global Outlook with a Focus on the Arab Region. United Nations. URL: https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/page_attachments/science_and_technology_parks-global_outlook_with_a_focus_on_the_arab_region.pdf
3. Setting Up, Managing and Evaluating EU Science and Technology Parks. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/stp_report_en.pdf
4. Krot O. 8 Technological Revolutions of Ukraine. Revolution Seven: Techparks. Techiiia. URL: <https://techiiia.com/ua/news/8-tehnologichnih-revoljucij-ukrayini-revolju-ciya-soma-tehnoparki>

5. Orlov V., Petrashevskaya D. The Role of Techparks in Innovative Regional Development. URL: <http://www.journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1616/1450>

6. Venture Capital Investment. Silicon Valley Indicators. URL: <https://siliconvalleyindicators.org/data/economy/innovation-entrepreneurship/private-equity/venture-capital-investment/>

Цивінська Н.М.
«Міжнародна економіка і менеджмент», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.н., доцент Васильєва Т.О.

ESTADO Y PERSPECTIVAS DE LA COOPERACIÓN ENTRE UCRAANIA Y ESPAÑA EN EL CAMPO DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES

El futuro de la humanidad y del planeta depende de la forma en la que se produzca energía. Necesitamos un sistema energético fiable y asequible que no provoque el cambio climático ni contamine el planeta.

Las energías renovables son fuentes de energía limpias, inagotables y cada vez más competitivas. Se trata de la energía solar fotovoltaica, eólica, hidroeléctrica, energía térmica natural, etc. Estos tipos de energía se diferencian de los combustibles fósiles principalmente en su diversidad, abundancia y potencial de su uso en cualquier parte del planeta, pero sobre todo en que no producen gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático y emisiones contaminantes. Además, su costo está disminuyendo gradualmente, mientras que la tendencia general de la evolución de los precios de combustibles fósiles va en la dirección contraria.

Por lo tanto, el tema de la expansión del mercado de energías renovables y el de la inversión en este sector de la industria es relevante.

La relevancia del tema determinó el objetivo de nuestra investigación, que consiste en analizar el estado de las energías renovables en Ucrania y las perspectivas de su desarrollo en el ejemplo de la cooperación con otros países, concretamente con España.

La Unión Europea ha aprobado un curso estratégico para la transición a una economía libre de carbono para 2050 (Acuerdo Verde) mediante la sustitución de los sistemas energéticos de combustibles fósiles por electricidad renovable y gases renovables (hidrógeno, biometano y metano sintético). Esta solución es la base de las hojas de ruta nacionales y corporativas, estrategias a largo plazo, políticas de inversión que utilizan tecnologías innovadoras que brindan un desarrollo sostenible libre de carbono.

En 2050, la energía solar y eólica aportarán casi el 50 % de la electricidad mundial, mientras que la hidroelectricidad, la energía nuclear y otras fuentes de energía renovable inyectarán otro 21 %. Se espera que los combustibles fósiles representen solo el 29 % de la producción mundial de electricidad para 2050, en comparación con el 69 % actual. Esto se afirma en el informe de Bloomberg NEF. Las fuentes de energía renovables y las medidas de eficiencia energética son los principales medios que pueden lograr un crecimiento económico que no provoque un aumento de las emisiones atmosféricas nocivas.

En 2020, España se convirtió en el líder europeo en el volumen de contratos celebrados para la venta de energía solar.

Podolsk Energoconsulting, una de las empresas del grupo KNESS (Grupo de empresas ucranianas de nivel internacional, que desarrolla tecnologías e implementa proyectos de energías tradicionales y renovables) y la empresa española ACCIONA, uno de los líderes mundiales en el mercado de las energías renovables, han firmado un acuerdo de cooperación en un proyecto de gran envergadura [1].

La compañía actúa como contratista general de ACCIONA en la ejecución del proyecto de planta solar fotovoltaica en Ucrania.

En la actualidad, ACCIONA es la mayor empresa constructora de España y un productor de electricidad independiente, líder en el tratamiento de aguas y el desarrollo de infraestructuras con un impacto mínimo en el medio ambiente.

Convertirse en el socio de una empresa tan poderosa significa satisfacer las altas exigencias de los negocios internacionales. La entrada en el mercado ucraniano de un organismo energético europeo reconocido con criterios de eficiencia extremadamente altos y horizontes de planificación a largo plazo favoreció el surgimiento de la inversión extranjera directa en el país y, por lo tanto, sirvió de un fuerte impulso para el desarrollo del mercado nacional [1].

Por otro lado, este proceso mostró a la comunidad empresarial internacional que Ucrania puede liderar una cooperación de alto nivel.

La empresa española ACCIONA Energía construyó un complejo de plantas solares con una capacidad máxima de 57,6 megavatios (capacidad nominal de 44 MW) en la ciudad de Velyka Dymarka, en el norte de Ucrania, en el que invirtió 55 millones de euros. La primera instalación de energía renovable del país, ACCIONA, que se puso en marcha en 2019, produce energía limpia equivalente al consumo de más de 26.000 hogares ucranianos. Estas centrales solares 100 % ACCIONA Energía están equipadas con 174552 paneles de silicio policristalino instalados en estructuras estacionarias para producir 63 GWh de electricidad al año. Esto evita la liberación de más de 60.000 toneladas de CO₂ al año, lo que equivale a la producción de electricidad a partir de centrales eléctricas de carbón. La electricidad generada se suministra a la red nacional [2].

Además de la exitosa implementación de esta instalación, en junio de 2019, la empresa española Acciona llegó a un acuerdo con UDP Renewables para la construcción de dos plantas de energía solar en la región de Odessa en el suroeste de Ucrania. Según los términos del acuerdo firmado entre las dos partes, Acciona compró a UDPR el 75 % de estos proyectos desarrollados por la empresa ucraniana.

Joaquín Castillo, *director general de desarrollo de negocio* de la *División* de Energía de ACCIONA, dijo que están «muy contentos de seguir impulsando las energías renovables y aportando a la estabilidad energética en Ucrania, un país con interesantes oportunidades en este sector».

UDP Renewables, continúa su alianza con el líder mundial en generación de la energía verde — ACCIONA. Como parte de la cooperación, se pusieron en operación comercial dos etapas de la nueva planta de energía solar «Gudzovka-Solar» en la ciudad de Izmail, región de Odessa. Las inversiones en el proyecto ascendieron a unos 21 millones de euros [3].

Juntas, Gudzovka-Solar -1 y Gudzovka-Solar -2 tienen una capacidad máxima de 24,4 MW y están equipadas con más de 72.000 paneles solares fabricados por JA Solar. Esta cantidad de equipos innovadores genera alrededor de 33.600 MWh de electricidad al año y puede satisfacer las necesidades de 13.000 hogares. «A pesar del período turbulento en la industria y en el mundo en general, UFuture implementa sistemáticamente sus planes estratégicos e invierte en la energía renovable de Ucrania. Cumplimos fielmente con todas nuestras obligaciones con el estado y nuestros socios. Hoy, la compañía está considerando varios escenarios para un mayor desarrollo en esta área. La cooperación exitosa con los principales actores del mercado mundial genera la experiencia y la reputación necesarias para expandir nuestras actividades, tanto en Ucrania como, posiblemente, en los mercados extranjeros», dijo Mykola Tymoschuk, Director ejecutivo de la empresa financiera de cartera UFuture[3].

El contratista general del proyecto fue un grupo de empresas KNESS, el socio financiero fue Credit Agricole Bank.

Dada la información anterior, es posible concluir que las principales empresas energéticas españolas están constantemente interesadas en ampliar su presencia inversora en Ucrania, en particular participando en proyectos de energía eólica e hidrógeno. Ucrania tiene buenas perspectivas comerciales para las empresas españolas en los sectores de las energías renovables y del medio ambiente.

El Gobierno de Ucrania promueve el desarrollo de energías renovables para reducir la dependencia del país de la energía importada y diversificar su complejo energético. Según el Acuerdo de Asociación que Ucrania firmó con la Unión Europea en 2014, el país se ha fijado un objetivo: el 35 % de la producción total de electricidad debe provenir de fuentes de energía renovables para 2035.

Gracias a las operaciones comerciales mencionadas, ACCIONA refuerza su posición en el sector renovable ucraniano, donde ya ha completado la construcción de un complejo de plantas de energía solar 100 % propiedad, Dymarka 2-3-4 en la región de Kiev y una nueva planta de energía solar Gudzovka-Solar, región de Odessa [2].

Podemos asegurar que en un futuro próximo el uso de la energía solar en Ucrania solo crecerá y aumentará la cuota de la energía alternativa en el Balance Energético de Ucrania en áreas de un futuro energético limpio y sostenible.

Referencias:

1. <https://ufuture.com/uk/acciona-ta-udp-renewables-zapustili-v-ekspluatatsiyu-novu-sonyachnu-elektrostantsiyu-v-odeskij-oblasti/>
2. <https://www.efe.com/efe/espana/efeempresas/acciona-construira-dos-plantas-fotovoltaicas-en-ucrania-por-30-millones/50000908-3991105>
3. https://kness.energy/en/news/kness_and_acciona/

ПЛАТФОРМА 6
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОСИСТЕМИ
ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Іоніцой Є.Ю.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент
кафедри міжнародної економіки
Черницька Т.В.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ
(НА ПРИКЛАДІ ЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ)

У наш час сільськогосподарське виробництво є одним з найважливіших секторів національної економіки. В Україні спостерігається зростання рівнів діджиталізації в сільському господарстві, яке є вагомою частиною економіки країни. Дана галузь виробляє близько 12 % ВВП і в ній задіяна майже п'ята частина трудових ресурсів країни. За умови впровадження цифрових технологій, галузь сільського господарства може стати більш прецизійною, екологічно орієнтованою і оперативно реагуючою. Це означає зниження інформаційних та операційних витрат, надання якісніших послуг, створення нових робочих місць [1]. Тому дослідження процесу діджиталізації аграрного виробництва та цукрової галузі зокрема дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняного АПК.

Основними передумовами для діджиталізації цукрової галузі є оптимізація затрат фінансів, часу та ресурсів (паливо, добрива, засоби захисту рослин); підвищення точності розрахунків і планування; зростання продуктивності виробництва; раціональне природокористування; екологізація виробництва тощо.

В Україні виробництво цукру за 2020/21 МР склало 1,17 млн т, що на 0,31 млн т менше ніж у 19/20 МР (1,48 млн т, у 18/19 МР — 1,82 млн т цукру). Таким чином, виробництво цукру скоротилось на 20,95 % по відношенню до попереднього року та на 18,18 % — порівняно з 2015 роком. Посівні площі під цукрові буряки у 2020 році склали 215 тис. га. Посівна площа зменшилася на 6 тис. га по відношенню до рівня 2019 році (221 тис. га). При цьому спостерігається зменшення виробництва цукру з 1 га. У 2020 році даний показник становить 5,43 т, що на 18,91 % менше, порівняно з попереднім роком і на 9,11 % — порівняно з 2015 роком. У 2020 році цукрові буряки переробляли 33 цукрові заводи (2019 рік — 33 заводи; 2018 рік — 42) [2]. У 2020 році була задіяна найменша кількість заводів за роки Незалежності України, попередній антирекорд був зафіксований у 2015 році — 36 підприємств. Таким чином, спостерігається негативна тенденція до скорочення посівних площ, урожайності цукрових буряків, виробництва цукру з 1 га площі, цукрових заводів і, як наслідок, загального виробництва цукру. Така тенденція викликає занепокоєння у виробників цукру, економістів, науковців і потребує пошуку шляхів вирішення.

Одним із прикладів ефективного використання новітніх технологій у цукровій галузі є використання агрономічної платформи Contour як прикладу комплексного цифрового сервісу для цукрової галузі. Це розробка ірландської компанії RHIZA для моніторингу та аналітики погодних даних, прогнозуванню, оцінки доступності поля для технологічних обробок, що враховує Індекси NDVI, накопичення хлорофілу з супутникових знімків протягом вегетації. Також ця програма моделює розрахунок добрив під заплановану урожайність і формує карти-завдання по внесенню добрив / посіву зі змінними нормами. У першу чергу дана платформа використовується для агрохімічного обстеження поля (зонування, аналізу ґрунту), аналізу потенційної урожайності кожної зони поля, системи живлення під запланований врожай. Дана програма містить 3 модулі, кожен з яких має свої переваги. Погодний модуль, використання якого дозволяє спрогнозувати погоду, спланувати внесення добрив, спланувати посів, проаналізувати погодні історичні дані, надає можливість якісної комунікації із клієнтом. Модуль супутникових зображень, застосування якого дає можливість виявити ділянки нерівномірності розвитку рослин і застосовані заходи, оцінити ефективність застосовуваних продуктів — зміна індексів та розвитку в порівнянні з іншими полями регіону. Модуль планування містить складання системи живлення під запланований врожай, складання карт-завдань під посів і внесення добрив, економію часу на обстеження посівів, планування візиту в господарство, можливість синхронізації з іншими системами (CRM, ERP

etc). За даними ТОВ «Агрії Україна» імплементація цифрової платформи CONTUR при диференційованому внесенні добрив, посіву та оброблення рослин засобами захисту може забезпечити збільшення врожаю з гектару на 5-30 %. Звідси випливає, що імплементація новітніх технологій (диджиталізації) у процесі вирощування цукрових буряків може забезпечити збільшення врожайності до 60 т/га (у 2021 р. — 42,3 т /га) при цукристості 16 %. Це дозволить до 2025 року на площі 215 га виробляти 2,0 млн т цукру (у 2021 р. — 1,17 млн т) [3].

Саме тому діджиталізація цукрової галузі може стати ключовим для вирішення ряду питань екологічного характеру, а саме:

- зниження навантаження на земельні ресурси, поліпшення структури ґрунту та зменшення його ущільнення, скорочення кількості добрив і засобів захисту рослин ;
- завдяки автоматичному внесенню добрив, гербіцидів, хімікатів зменшується негативний вплив на земельні та водні ресурси, знижується рівень викидів в атмосферу;
- оптимізація внесення добрив, покращення структури ґрунту за рахунок можливості визначення потреби у вапні та діагностування надмірної засоленості або лужності ;
- раціональне використання земельних і водних ресурсів, оптимальне внесення засобів захисту рослин через застосування технології точкового обприскування на конкретних ділянках поля. Можливість використання біоорганізмів;
- ощадливий вплив на довкілля хімічних речовин через їх оптимальне внесення відповідно до картографії полів і посівів;
- створення архіву даних природно-кліматичних умов території [4].

Отже, збільшення виробництва цукрової сировини з високими технологічними якостями є актуальною проблемою для агропромислового комплексу України. Передумовами ефективного виробництва цукрових буряків є визнання на всіх рівнях пріоритетності галузі; підвищення урожайності й якості за рахунок впровадження інтенсивних технологій; поглиблення спеціалізації і концентрації бурякоцукрового виробництва. Чинниками підвищення урожайності цукрових буряків і їхньої цукристості мають стати активне використання цифрового землеробства, заснованого на цифрових технологіях, смарт-устаткуванні, використанні геоінформаційних систем, глобального позиціонування, а також цифрових управлінських та виконавських процесів, , що регулюють способи обробки, внесення добрив, меліорантів, засобів захисту рослин.

Література:

1. Річний звіт «Агро бізнес у 2020 році» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://bakertilly.ua/category/news-and-publications/publications/infographic-directory>.
2. Виробництво цукру. *Цукрова галузь. Науково-інформаційний вісник*. № 1 (42), січень-лютий. 2021. С. 2–6.
3. Агрономічна цифрова платформа Contour. URL: <https://agrii.com.ua/services> (дата звернення: 20.03.2021).
4. Бурляй А.П. Організаційно-економічне забезпечення екологізації сільського господарства в умовах сталого розвитку: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Умань, 2020. 479 с.

Головченко Ю. М.
«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Черницька Т. В.

ОЦІНКА РІВНЯ ВПЛИВУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ США

Метою роботи є дослідження рівня впливу діджиталізації на міжнародну торгівлю США.

Актуальність теми. Швидке зростання цифрових технологій за останні роки створило нові можливості для споживачів та бізнесу в США, а також нові проблеми у міжнародній торгівлі. Пандемія COVID-19 із застосуванням заходів соціального дистанціювання, блокування та інших обмежень призвела до ще більших змін. Збільшення темпів діджиталізації відбулося через сплеск онлайн-покупок, використання соціальних медіа, Інтернет-телефонії, телеконференцій і телесервісів (таких як освіта та медицина), а також потокового передавання відео та фільмів. Світова організація торгівлі зазначила, що пандемія підкреслила важливість цифрових технологій загалом, а також вразливість, включаючи цифровий розрив, і торгові бар'єри по всьому світу.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є історико-логічний і статистичний метод, метод аналізу та синтезу зібраної інформації. В роботі використовуються статистичні дані, подані в звітах Міністерства торгівлі США, звіту Глобального індексу цифрової готовності, звіту по індексу діджиталізації DiGiX та EDI. Питанням ідентифікації сутності цифрової економіки та її впливу на конкурентоспроможність країн присвятили багато праць вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: Слобода А.О., К. Краус та Н. Краус, Г. Карчева, О. Лапко, С. Запорожець, О.Джусов, С. Апальков, Ковтонюк К.В.

Основні сегменти цифрової економіки [1]:

- сектор інформаційно-комунікаційних технологій, інфраструктура електронного бізнесу (e-business infrastructure) (мережі, софтвер, комп'ютери і т.ін.);
- цифрове виробництво та електронний бізнес, у т.ч. промисловість, тобто процеси організації бізнесу з використанням комп'ютерних мереж;
- електронна торгівля, тобто роздрібні Інтернет-продажі товарів.

Говорячи про торгівлю США, для початку розглянемо загальні тренди торгівлі. Відповідно, США імпортують більше, ніж експортують. Торговельне сальдо США у 2019 році є негативним, дефіцит якого становить 617 млрд дол.США. Засоби виробництва (capital goods) складають найбільшу частину як експорту, так і імпорту США. США експортує більше послуг, ніж імпортує. Крім того, експорт потенційних послуг, що надаються за допомогою цифрових технологій, становив 499 млрд дол., що складає більше половини експорту послуг із США [2].

Дані Міністерства торгівлі США показують, що продажі в сфері електронної комерції в США стабільно зростають уже більше десяти років. У 2020 році загальний обсяг продажів електронної комерції у США досяг 787,9 млрд дол., що на 32,3 % більше в порівнянні з минулим роком (595,7 млрд дол. у 2019 році) [3]. Варто зазначити, що це найшвидший темп зростання електронної комерції в США за останні 10 років (до цього максимальне річне зростання було у 2011 році на 17,7 %). Не дивно, що дві найбільші компанії електронної комерції у США також спостерігали різке зростання продажів у 2020 році. За останніми даними загальний обсяг продажів Amazon у 2020 році на 38 % більше порівняно з 2019 роком. Walmart також зафіксувала зростання обсягів продажів електронної комерції на 69 % у четвертому кварталі.

Щодо рейтингів діджиталізації, то США регулярно займають передові місця. У Глобальному індексі цифрової готовності 2019 [5] США отримали 19,03 бали і знаходяться на етапі посилення діджиталізації. У рейтингу IMD [6] та EDI [8] країна зайняла перше місце. У рейтингу DiGiX [7] США зайняли 4 місце, порівнюючи ступінь оцифрування у всьому світі. Має на меті охопити статус оцифрування у всьому світі, щоб порівняти ступінь оцифрування по країнах і визначити сфери, що потребують дії.

Таблиця 1

ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ

Рік	Реальний вал. Вип. млн дол., X	Експорт, млн дол	Імпорт, млн дол.	ЗТО, млн дол., Y
2005	1555784,68	901081,80	1673456,00	2574537,80
2006	1664981,48	1025969,00	1853939,00	2879908,00
2007	1779520,35	1148197,00	1956962,00	3105159,00
2008	1856012,09	1287441,00	2103641,00	3391082,00
2009	1803201,23	1056042,00	1559625,00	2615667,00
2010	1974979,32	1278493,00	1913858,00	3192351,00
2011	2099176,05	1482507,00	2207954,00	3690461,00
2012	2214933,94	1545820,80	2276267,10	3822087,90
2013	2298187,76	1578516,90	2267986,70	3846503,60
2014	2424820,08	1621873,80	2356356,10	3978229,90
2015	2565070,33	1503328,40	2248811,40	3752139,80
2016	2707657,80	1451459,70	2186785,90	3638245,60
2017	2850332,06	1547195,40	2339591,30	3886786,70
2018	3025547,66	1665688,50	2537729,30	4203417,80

Джерело: складено автором на основі [9, 10]

Щоб підтвердити свою гіпотезу про зв'язок ЗТО та діджитал сфери, я використала регресійний аналіз, результатом якого є отримане рівняння:

$$Y = 1345122 + 1x,$$

де Y — ЗТО, млн дол.,

X — реальний вал. випуск діджитал економіки.

Параметри моделі достовірні при рівні p -value близько 0. Коефіцієнт детермінації 0,73. Це означає, що зміни величини ЗТО на 73 % пояснює зміни величини валового випуску діджитал економіки у період з 2005 по 2018 роки; решта 27 % зумовлені чинниками, що не враховані в моделі. $F_p = 34,10$ при $p < 0,00007$, отже, отримана математична модель адекватна фактичним даним статистично значима з надійністю близько 100 %. Значення t_{pj} для оцінок параметрів регресії складають $t_{p0} = 3,62, t_{p1} = 5,81$ є значимими статистично значимими. Отже, обраний фактор ЗТО має суттєвий вплив на залежну змінну.

Також у зв'язку з діджиталізацією, посилюються торговельні бар'єри між країнами. Угода про інформаційні технології СОТ (ІТА) скасовує тарифи для певного переліку товарів ІКТ. Загальна угода СОТ про торгівлю послугами (ГАТС) містить зобов'язання щодо недискримінації та прозорості щодо охоплених секторів послуг і способів постачання. Цифрова торгівля, потоки даних та інші торгові бар'єри спеціально не включаються. Найзакритіший ринок — це Китай, адже вони мають зовсім інший інтернет-простір. Китайський закон про кібербезпеку 2016 року передбачає широкі обмеження щодо транскордонної передачі даних. У даний час Китай блокує 10 із 30 найбільших глобальних сайтів і понад 10 000 доменів, що впливає на мільярди доларів у потенційному бізнесі США. У 2019 році Франція прийняла податок на валові доходи великих цифрових компаній від надання послуг цифрового інтерфейсу та цільової реклами. У 2018 році Індонезія випустила нову постанову, яка встановлює тарифні лінії на цифрові продукти, що передаються електронним способом. У даний час тарифи встановлені на рівні нуля, введення мита на цифрові продукти викликало б занепокоєння щодо давнього зобов'язання Індонезії щодо СОТ — не вводити мита на електронні передачі. Російське законодавство вимагає, щоб компанії обробляли та зберігали в Росії певні дані про російських громадян, які вони збирають електронним способом. У 2019 році Росія прийняла закон, який вимагає попередньої установки російських програм на певні споживчі електронні товари.

Таким чином, дійсно можна зрозуміти, що події 2020 року пришвидшили перехід до електронної комерції на цілих 5 років. Відповідно темпи цифровізації нашого простору зростають, а США, як ключова країна, все більше інтегрує весь світ під себе, адже є джерелом основних платформ діджиталізації. І можливо, якби ринок Азії не був закритий бар'єрами для входу американських цифрових платформ, глобалізація йшла б іншими темпами.

Література:

1. Mesenbourg T.L. Measuring the Digital Economy. — U.S. Bureau of the Census, <http://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/digitalecon.pdf>.
2. Trade in Goods with World, Seasonally Adjusted [Електронний ресурс] // Census — Режим доступу до ресурсу: <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c0004.html>.
3. US ECOMMERCE SALES (2010 — 2020) [Електронний ресурс] // OBERLO. — 2021. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.oberlo.com/statistics/us-ecommerce-sales>.
4. FACT SHEET ON THE 2020 NATIONAL TRADE ESTIMATE: Strong, Binding Rules to Advance Digital Trade [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/fact-sheets/2020/march/fact-sheet-2020-national-trade-estimate-strong-binding-rules-advance-digital-trade>.
5. Cisco Global Digital Readiness Index 2019 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/csr/reports/global-digital-readiness-index.pdf.
6. The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2020/>.
7. Global | DiGiX 2020 Update: A Multidimensional Index of Digitization [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbva-research.com/en/publicaciones/digix-the-digitization-index/>.
8. 2019 Enabling Digitalization Index [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.allianz.com/en/economic_research/publications/specials_fmo/EDI_11092019.html.
9. Trade in Goods with World, Seasonally Adjusted [Електронний ресурс] // Census — Режим доступу до ресурсу: <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c0004.html>.
10. Leading retail websites worldwide 2020, by traffic Published by J. Clement, Feb 12, [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/274708/online-retail-and-auction-ranked-by-worldwide-audiences/>.

НОВІ ТРЕНДИ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕПОХУ COVID-19

У ХХІ глобальний економічний розвиток характеризується двома суперечливими тенденціями: з одного боку, це підпорядкування світової економіки інтересам транснаціонального капіталу, а з іншого боку, безпосередньо, конкуренція національних економічних систем. Конкуренція є рушійною силою ринкових економік. Її необхідність полягає, у першу чергу, в підтримці низького рівня цін на ринках, поновлення асортименту товарів, стимулювання фінансових і трудових ресурсів, активного впровадження науково-технологічних інновацій у виробництво для підтримки лідируючих позицій. Але криза COVID-19 спричинила неочікуваний хаос на світових ринках, унаслідок чого сьогодні співпраця між конкурентами є в пріоритеті.

Пандемія COVID-19 через блокування та закриття кордонів порушила функціонування глобальних ланцюгів поставок, спричинивши дефіцит сировини, затримку вантажних перевезень, зменшення доступу до робочої сили. Економічна невизначеність змусила уряди країн балансувати між захистом конкуренції та наданням винятків правилам конкуренції для забезпечення виживання цілих галузей економіки. Тому у 2021 році Органи з питань конкуренції: Антимонопольний комітет, Комісії з питань конкуренції, Комісії зі сприяння конкуренції, Органи чесної торгівлі, Органи з питань конкуренції та захисту прав споживачів у всьому світі заохочують конкурентний бізнес "співпрацювати" з метою вигоди для економік та суспільних інтересів під час пандемії COVID-19. Така співпраця спрямована на пожевлення в короткостроковій перспективі виробництва, постачання, розподілу товарів і збереження функціонування ланцюгів постачання у формі офіційних угод про співпрацю. В інших випадках співпраця спрямована на створення нового продукту у формі угод про спільні дослідження та розробки. Особливістю цих заходів є те, що це не загальний дозвіл, а вузькі винятки [1].

За період пандемії було укладено такі законні угоди про співпрацю конкуруючих підприємств: «Угода щодо спільного використання ресурсів ланцюга постачання для забезпечення доступу до життєво необхідних товарів», Канадське бюро конкуренції; «Угода про перехресне постачання активних фармацевтичних інгредієнтів, виробництво і постачання основних лікарських засобів для лікування інфекцій COVID-19», Європейська комісія; «Угода про співпрацю між Австралійською банківською асоціацією та іншими банками щодо надання додаткових пакетів допомоги для фізичних осіб та підприємств, які постраждали від COVID-19» [2].

Яскравими прикладами спільної діяльності конкурентів протягом 2020-2021 років є: США та Європа надали виняток співпраці між конкуруючими фармацевтичними компаніями для розробки вакцини проти COVID-19 і постачання терміново необхідних ліків; Німеччина — співпраця в роздрібній торгівлі та супермаркетах; Канада — співпраця для доставки доступних товарів і послуг; Великобританія — співпраця між конкуруючими супермаркетами. Уряди Південно-Африканської Республіки та Норвегії запровадили спеціальний секторний закон, що передбачає різний рівень звільнення від правил боротьби зі змовами між конкурентами, щоб пом'якшити негативний ефект пандемії на економіку. Також Органи з питань конкуренції в Кенії та Китаї жорстко санкціонували роздрібну торгівлю, яка займається надмірним ціноутворенням на лікарських товарів. Пандемія COVID-19 еволюціонує від кризи охорони здоров'я до економічної, тому нові форми глобальної конкуренції є прийнятними та необхідними, якщо не порушують обмеження конкуренції (встановлення невідповідних цін) і призначені для вирішення проблем порушення функціонування світових ринків через кризу COVID-19 [3].

Попри складності, з яким зіткнулися майже всі глобальні ринки, внаслідок пандемії, одним з небагатьох щасливчиків, які мають значні переваги в період цієї кризи, є цифрові платформи. Зі збільшенням цифровізації суспільств з 2020 року їхня ринкова сила постійно зростає, що в майбутньому матиме потенційні наслідки для всієї глобальної економіки. Органи конкуренції усіх країн світу повинні пильнувати, щоб онлайн-платформи приносили вигоди економікам, а не лише їм самим [3].

Наразі, попри позитивний ефект від співпраці між конкурентами, існують і ризики, пов'язані з цим. Така діяльність може призвести до зменшення фактичної або потенційної конкуренції; пониження здатності фірм і стимулів конкурувати і тим самим збільшити ймовірність змов; поставити реальних або потенційних конкурентів у не вигідне становище, що призведе до викупу рин-

ків. З цих причин така практика часто підлягає пильному контролю з боку Органів конкуренції країн світу, тому ЮНКТАД рекомендує урядам вживати такі заходи для захисту конкуренції на ринках під час кризи COVID-19: забезпечити рівні умови між компаніями, які залишаються актуальними навіть у кризовий період; тимчасово дозволити механізми співпраці, необхідні для забезпечення постачання та розподілу доступних товарів усім споживачам, щоб запобігти дефіциту необхідних продуктів; контролювати за ринками життєво важливих товарів; ефективно застосовувати законодавство про конкуренцію проти компаній, які користуються перевагами кризи, зловживаючи своєю ринковою владою [5].

Тому, в умовах нинішньої кризи COVID-19, яка зачіпає багато галузей економіки, міжнародні Органи конкуренції усіх країн світу відіграють важливу роль, вони покликані вирішити складне завдання, яке полягає у встановленні правильного балансу міжспівпрацею конкуруючих підприємств, щоб уникнути викривлення конкуренції. З огляду на серйозний вплив кризи та ситуацію невизначеності щодо наступних місяців чи навіть років, урядам країн світу необхідно враховувати ринкові обставини при аналізі співпраці між конкурентами.

Література:

1. Пронкіна Л.І. Конкурентоспроможність України в умовах глобальної конкуренції/Л.І. Пронкіна. // Вісник Національного університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого». — 2013. — С. 315–316.
2. Органи міжнародної конкуренції — 2021. — Режим доступу до ресурсу: https://www.bundeskartellamt.de/EN/AboutUs/LinksAddresses_neu/International/weltweit_node.html.
3. Co-operation between competitors in the time of COVID-19 — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/competition/Co-operation-between-competitors-in-the-time-of-COVID-19.pdf>.
4. Defending competition in the markets during COVID-19 // Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://unctad.org/es/node/2371>.
5. COMPETITION POLICY IN TIMES OF CRISIS // OECD-GVH Regional Centre for Competition in Budapest. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/daf/competition/supplement-oecd-gvh-newsletter15-july2020-en.pdf>.
6. Competitor cooperation in the time of COVID-19: competition law suspended? // Financier Worldwide Magazine. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.financierworldwide.com/competitor-cooperation-in-the-time-of-covid-19-competition-law-suspended#.YJVQkegzIV>.

Давиденко Є.В.

*«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки Антонюк Л.Л.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ІНКЛЮЗИВНОСТІ ТА ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН

Вступ. Інформаційно-комунікаційні технології мають величезний потенціал для запровадження широкого спектру різних інноваційних рішень і передових технологій, які можуть значно пришвидшити прогрес різних країн світу на шляху до сталого розвитку та виконання Цілей сталого розвитку ООН, одночасно з відкриттям власних можливостей економічного зростання.

Метою даного дослідження є комплексний аналіз теоретичних і прикладних концепцій реалізації цілей сталого розвитку ООН у сфері фінансової інклюзивності й оцінка можливостей використання ІКТ для досягнення прогресу в сталому розвитку в рамках вирішення глобальних проблем людства. У результаті дослідження було отримано результати, які можуть послугувати практичним орієнтиром для різних країн світу, у тому числі й України, для ширшої імплікації інноваційних рішень ІКТ задля розгортання власного сталого зростання.

Методи дослідження. В процесі дослідження було проведено збір і та систематизацію даних за заданою тематикою. Для досягнення поставленої мети у дослідженні використано такі наукові прийоми і методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, групування, узагальнення, середніх величин, графічний, системний і комплексної оцінки.

Огляд фахової літератури. У рамках дослідження було проаналізовано офіційні звіти різних міжнародних установ та організацій (ООН, Світовий Банк, UNCTAD, International

Telecommunication Union (ITU), GSM Association) та роботи в рамках наукометричних баз даних ScienceDirect і Scopus щодо вимірювання досягнень країн у досягненні цілей сталого розвитку за допомогою ІКТ. Особливу увагу було приділено ролі використання ІКТ різними країнами в результатах розрахунку Індексів ЦСР ООН, Global Sustainability Competitiveness Index та IMD World Digital Competitiveness (WDC). Крім того, ряд комерційних організацій (Intel, Ericsson, Roland Berger) займаються дослідженням практичних інструментів реалізації ІКТ задля цілей сталого розвитку.

Результати дослідження. Оцінка цифрової конкурентоспроможності свідчить про тісний зв'язок із прогресом країн у сталому розвитку. Із 20 найконкурентоспроможніших цифрових економік за індексом IMD WDC 2020, 11 економік присутні в топ-20 Індексу ЦСР ООН. При чому забезпечення цифрової конкурентоспроможності відбувається завдяки генеруванню знань у поєднанні з ефективним регулюванням і відповідною інфраструктурою [1]. Аналіз Індексу глобальної стійкої конкурентоспроможності (GSCI) за 2020 рік свідчить про те, що рейтинг ресурсоінтенсивності національних економік очолюють країни Африканського регіону — Конго (70 балів), Ефіопія (69,7) та Кенія (69,6 балів). Вони досягли значного прогресу в останні роки через низьке споживання ресурсів у відношенні до валового виробництва, у тому числі за рахунок високої ефективності впровадження рішень ІКТ [2].

У результаті опрацьованої літератури були ідентифіковані такі основні пріоритети використання ІКТ задля просування сталого розвитку на сучасному етапі розвитку суспільства:

- 1) підвищення фінансової інклюзивності населення;
- 2) прискорена модернізація критично важливих служб у галузі охорони здоров'я та освіти;
- 3) запровадження інноваційних технологій розумного сільського господарства та низьковуглецевих енергетичних систем;
- 4) скорочення витрат на вирішення комплексних проблем урбаністики;
- 5) залучення широкої громадськості до управління суспільно творчими процесами;
- 6) нарощення продуктивності праці у багатьох пов'язаних з ІКТ секторах;
- 7) подальше підвищення якості послуг та збільшення кількості робочих місць.

Фінансова інклюзивність є важливим фактором досягнення ЦСР ООН. Надання універсального фінансового доступу усім верствам населення закладає основи вирішення не менш ніж 9 різних ЦСР — від подолання голоду і бідності, забезпечення гендерної рівності до фінансових перспектив зростання МСП [3].

Важливим інструментом забезпечення фінансової інклюзивності є технологія блокчейну та використання криптовалют. Так, в Африці величина щотижневих P2P транзакцій уже перевищила 11 млрд дол. США, в той час як їх частка у 2020 році в глобальному обсязі сягнула 14,1 %. При середньосвітовому рівні володіння криптовалютами в 7 % серед усіх інтернет користувачів, даний показник уже становить 11 % у Нігерії та 13 % у ПАР. Високі рівні інфляції, політична нестабільність, вищі % міжнародних грошових переказів, валютні обмеження, відсутність фінансової інфраструктури, розвиток мобільних мереж — усе це призводить до поширення криптовалют у забезпеченні фінансової інклюзивності [4].

Одним із важливих аспектів забезпечення фінансової інклюзивності є запровадження досягнень ФінТеху — а саме видозмінення ролі звичайних мобільних телефонів як одного з механізмів отримання фінансових послуг. Станом на кінець 2019 року налічувалось 5,2 млрд унікальних мобільних користувачів, з яких 3,8 млрд є активними користувачами мобільного інтернету. При цьому, у 2017 році всьому світі близько 1,7 млрд людей не мали відкритого банківського рахунку, а 2/3 (1,1 млрд) з них мали доступ до мобільних мереж [5].

Так як величезна кількість населення світу не є залученою до фінансової сфери та навіть не мають відкритого банківського рахунку, спрощені мобільні додатки відкривають можливість багатьом бідним верствам населення бути задіяним на фінансовому ринку не користуючись традиційними банківськими послугами. Як приклад, система грошових переказів, фінансування та мікрофінансування на основі найпростіших мобільних телефонів «М-реза» в даний час використовується 22 млн жителями Кенії і була успішно запроваджена в 10 інших країнах світу [6].

Новим глобальним трендом виступає поширення процесів цифрової ідентифікації та біометрії. Найяскравішим прикладом може слугувати Індія. Станом на 2019 рік, 85 % від усього дорослого населення в Індії мали свій власний банківський рахунок. Це є результатом широкомасштабної стратегії побудови екосистеми для нової цифрової економіки та фінансової системи («India Stack»), де близько 350 мільйонів людей вперше отримали доступ до фінансових послуг [7].

У 2018 році Комісія з питань широкосмугового зв'язку ITU/UNESCO поставила за мету до 2025 року забезпечити доступність широкосмугових послуг початкового рівня в країнах, що розвиваються, на рівні не менше 2 % щомісячного ВНД на душу населення. У 2019 році ціна на 5 ГБ

даних, коштувала менше 2 % ВНД на душу населення лише в 61 країні світу, а за 1,5 ГБ — в 89 країнах, включаючи чотири найменш розвинені. Хоча за останні роки було досягнуто значного прогресу, доступність цифрових послуг залишається значною проблемою у багатьох країнах.

Висновки і пропозиції. Для досягнення цілей сталого розвитку необхідно забезпечити органічний синтез ІКТ з національними інноваційними та економічними політиками, сферою надання послуг та іншими секторами, щоб забезпечити трансформацію суспільного розвитку з безпрецедентною швидкістю та масштабами. В результаті аналізу світового досвіду можна виділити такі пріоритетні сфери використання ІКТ задля забезпечення фінансової інклюзивності країн, що розвиваються:

- 1) створення власної системи електронних платежів (у тому числі для всіх трансфертів державного сектору, сплати податків та інших зборів);
- 2) цифрова ідентифікація громадян задля спрощення отримання фінансових послуг;
- 3) створення нормативно-правового середовища, що сприяє забезпеченню прозорості;
- 4) Розвиток цифрової грамотності та інші освітні програми;
- 5) забезпечення активної мережі мобільних грошових агентів, які основною частиною операційної інфраструктури;
- 6) імплементація цифрових технологій побудови інтегрованих екосистем між фінансовими установами та індустрією мобільного зв'язку задля масштабування фінансових послуг.

Література:

1. The Sustainable Development Goals Report 2020, United Nations Statistics Division Development Data and Outreach Branch. URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/>
2. Global Sustainability Competitiveness Index 2020. URL: <https://solability.com/the-global-sustainable-competitiveness-index/downloads>
3. ICT & SDGs — How Information and Communications Technology can Accelerate Action on the Sustainable Development Goals. The Earth Institute, Columbia University & Ericsson. URL: <https://www.ericsson.com/assets/local/about-ericsson/sustainability-and-corporate-responsibility/documents/ict-sdg.pdf>
4. The State of Crypto Africa 2020, Arcane Research. URL: <https://static1.squarespace.com/static/5df0fdb6a73a4b1d59c74702/t/5ec7ad559bcd1c641938615d/1590144351147/The+State+of+Crypto+-+Africa.pdf>
5. The Global Findex Database, The World Bank, 2017. URL: <https://globalfindex.worldbank.org>
6. FinTech for Financial Inclusion: a framework for Digital Financial Transformation, the Alliance for Financial Inclusion (AFI), 2018. URL: https://www.g24.org/wp-content/uploads/2018/09/G-24-AFI_FinTech_Special_Report_AW_digital.pdf
7. The Mobile Economy 2020, GSM Association. URL: https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf

Долинко А.О.

*«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки Антонюк Л.Л.

ЦИФРОВА ЕКОСИСТЕМА РОЗУМНИХ МІСТ СКАНДИНАВСЬКОГО РЕГІОНУ

Вступ. Одним з мегатрендів сьогодення є урбанізація. За оцінками Всесвітньої організації об'єднаних націй, до 2050 року в містах будуть жити 68 % населення світу [1], однак такий стрімкий рух людства в напрямку заселення міст може призвести до навантажень на міську інфраструктуру та навколишнє середовище. З метою вирішення цієї проблеми багато міст сьогодні перетворюються на повноцінні цифрові екосистеми, втілюючи концепцію розумних міст. Завдяки глобалізації, цифровізації та прагнення до стійкого зростання на сучасному етапі стає можливим впровадження комплексу різноманітних технологій з метою побудови «розумного міста». Скандинавський регіон на власному досвіді демонструє як можна вирішувати проблеми міської інфраструктури і забезпечити ефективніше функціонування мегаполісів відповідно до потреб їхніх жителів.

Метою даного дослідження є розкриття ключових особливостей концепції розумного міста та на прикладі мережі розумних міст Скандинавського регіону довести їх вплив на конкурентоспроможність. Отримані результати можуть бути корисними для України, яка теж знаходиться

на шляху до побудови якісної цифрової екосистеми, тому вивчення світового досвіду зможе мати практичне застосування.

Методи дослідження. У процесі дослідження було проведено збір і систематизацію даних за заданою тематикою. Для досягнення поставленої мети у дослідженні використано такі наукові прийоми і методи дослідження: аналізу і синтезу; порівняння; статистичного аналізу; економетричного моделювання; комплексної оцінки.

Огляд фахової літератури. Оглядаючи фахову літературу найбільше уваги було приділено урядовим програмам Скандинавських країн, міжнародним рейтингам та офіційним сайтам смарт міст. Такі міжнародні й світові організації, як European Commission, ITU, OECD, UN-Habitat, займаються розробленням принципів, індексів і рекомендацій щодо механізму впровадження концепції у містах. Приватний сектор (IBM, Ericsson, Huawei, Microsoft) працює над стандартами та розумними рішеннями для конкретних міст. Тема смарт міст охоплює багато аспектів, які є об'єктами досліджень зарубіжних науковців: розумна енергетика (Korsnes, Throndsen); діджиталізація публічного сектору (Ylipulliab, Luusuac); міське планування (Axelsson, Granath).

Результати дослідження. Розумні міста — це ефективна інтеграція фізичних, цифрових і людських систем у штучному середовищі заради сталого, благополучного і всебічного майбутнього для громадян [2]. Столиці Скандинавських країн увійшли у топ-20 двох провідних рейтингів — Індекс розумних міст 2020 (оцінює 109 міст) [3] та Індекс прогресу міст 2019 [4] (оцінює 174 міста). У першому лідером серед Скандинавських міст є Гельсінкі (2 місце), У другому — Рейк'явік (5 місце).

Провівши кореляційно-регресійний аналіз залежності між індексами прогресу міст і глобальної конкурентоспроможності країн OECD, було виявлено, що зміни рівня прогресу розумних міст на 70 % пояснюють зміни індексу Глобальної конкурентоспроможності (коефіцієнт детермінації для отриманої моделі $R^2 = 0,7035$), що свідчить про наявність прямого зв'язку між розвитком смарт міст і рівнем конкурентоспроможності.

П'ять північних країн є членами Nordic Smart City Network, що є проектом співпраці між п'ятьма країнами та двадцятьма містами із загальною метою, яка полягає в дослідженні шляху Північної Європи до створення розумних сталих міст. Однією з актуальних програм у рамках співпраці є Nordic Smart Mobility and Connectivity. Яка спрямована на об'єднання державних і приватних суб'єктів, що працюють з інтелектуальною мобільністю і зв'язком в Північному регіоні. На програму, яка діє з 2018 по 2021 рік виділено 60 млн норвезьких крон (6 млн євро) [5].

Для забезпечення надання бізнес-даних у режимі реального часу та їх обміну через екосистему цифрових рішень у Скандинавії запроваджено програму Nordic Smart Government. Вона буде здійснюватися у співпраці як з державними, так і з приватними партнерами. Період дії програми: березень 2021 — червень 2024; бюджет: 101,7 млн норвезьких крон (10 млн євро).

У рамках програми було проведено опитування 252 керівників ісландських компаній, метою якого був збір інформації про основні проблеми, з якими стикаються МСП при покупці і продажу послуг у цифровому світі. Опитування показало, що 90 % компаній Ісландії легко можуть відправляти і отримувати електронні рахунки [6].

Більшість опитуваних компаній співпрацюють в основному з іншими Скандинавськими країнами, адже екосистема електронного уряду є розвинутою в усьому регіоні. Так, 50 % датських муніципалітетів працюють з технологіями розумного міста. У 2020 році Данія посіла перше місце з майже ідеальним індексом розвитку електронного уряду (EGDI), рівним 0,9758 [7].

Ще одним проектом у рамках розбудови смарт-інфраструктури в Скандинавських країнах є створення мережі централізованого теплопостачання. Система централізованого теплопостачання дозволяє використовувати велику кількість енергії, яка в іншому випадку розсіювалася б в атмосфері або морі. Так, у Шведському місті Гетеборг до такої мережі підключено 90 % будівель. При цьому 90 % централізованого теплопостачання створюється за рахунок альтернативних джерел енергії, в тому числі спалювання побутових відходів (у середньому Скандинавські країни сортують 60 % сміття [8]). Муніципальна енергетична компанія Гетеборга прагне до 2025 року повністю позбутися вичерпних джерел енергії [9].

Концепція розумних міст останнім часом набуває все більшої популярності і в Україні. Цьому сприяють інтенсифікація процесів децентралізації, велика кількість ІТ-фахівців, готовність суспільства до змін і формування попиту на них. Проте існують деякі особливості, які гальмують цей процес. Однією з таких є недостатня підтримка з боку держави — велика частка активності громадськості відбувається на волонтерських засадах. До того ж не всі міста користуються таким інструментом розроблення розумних електронних сервісів, як наявність відкритих даних. Так, наразі лише дев'ять міст України приєдналися до Міжнародної хартії відкритих даних [10]. Міста мають можливість використовувати власні кошти, або механізми державно-приватного партнер-

ства, кошти секторальної бюджетної підтримки ЄС та Державного фонду регіонального розвитку. Однак нині лише 30 % усіх поданих на конкурс для отримання державного фінансування проектів складають проекти міських рад [11].

Висновки і пропозиції. Аналіз досвіду побудови цифрової екосистеми розумних міст Скандинавського регіону дав змогу визначити такі ключові компоненти їх успіху: міцне демократичне суспільство з високим рівнем соціальної довіри, процеси мережевізації та діджиталізації, а також тісне співробітництво між містами та між державним і приватним сектором у середині міст. Це саме ті фактори, які необхідні для активізації трансформаційного процесу в українських містах.

Тож серед пропозицій для України можна виокремити об'єднання зусиль муніципалітету з приватним сектором, дослідницькими інститутами, громадянським суспільством для розроблення спільного бачення стратегії. Також варто зазначити необхідність розбудови інфраструктури, поширення доступності ІКТ для широкого кола осіб. До того ж доцільним буде створення на національному рівні єдиної платформи для обміну досвідом між містами країни та розробка на базі набутих знань власної унікальної платформи розумного міста, яка буде успішно функціонувати саме в Україні.

Література:

1. World Urbanization Prospects. URL: <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>
2. Британський інститут стандартів. URL: <https://www.bsigroup.com>
3. IMD and SUTD. 2020 Smart City Index URL: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/smart-city-index/>
4. BERRONE, P., RICART, J. E. (2020). IESE Cities in Motion Index 2020. IESE, Barcelona, Spain. URL: <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0509-E.pdf>
5. Nordic Smart City Network. URL: <https://nscn.eu>
6. Nordic Smart Government URL: <https://nordicsmartgovernment.org/>
7. E-Government Development Index (EGDI) URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>
8. Analysis of Nordic regulatory frame work and its effect on waste preven tion and recycling in the region <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1304371/FULLTEXT01.pdf>
9. Gothenburg Smart District Heating URL: <https://smartcitysweden.com/best-practice/309/gothenburg-smart-heating-and-cooling/>
10. Негода В.В. Розумні технології стають обов'язковою складовою міських та регіональних стратегій розвитку. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/10548>
11. Pozdniakova A. Digitalization process in Ukraine as a prerequisite for the Smart City Concept development. Baltic Journal of Economic Studies. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/236/pdf>

Кривенко А.І.

*Факультет міжнародної економіки та менеджменту, 5 курс
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Черницька Т.В.*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ СВІТОВОГО FMCG-РИНКУ

Постановка проблеми. У сучасному світі, де конкуренція між компаніями гравцями ринку стає інтенсивнішою, ключовими факторами, що сприяють їх успіху виокремлюють не тільки комунікацію зі споживачами, персоналом і керівництвом, а й брендинг. Діджитал-інструменти та вплив споживачів на їх застосування стають одними з головних рушіїв трансформації бізнес-стратегій компаній. З цих причин діджиталізація бізнес-процесів, взаємодії зі споживачами, а також формування брендингу за таких умов є актуальним питанням для міжнародної економіки.

Мета статті. Комплексне дослідження механізмів впровадження діджитал-технологій у бізнес-стратегії корпорацій, а також формування пріоритетів брендингової стратегії міжнародних корпорацій у контексті діджиталізації.

Методи дослідження. Робота базується на використанні принципу єдності теорії і практики, прогнозуванні розвитку бізнес-процесів в умовах розвитку діджитал-технологій. Для досягнення мети і розв'язання поставлених завдань дипломної роботи були використані такі методи дослідження застосування діджитал-технологій у брендингу міжнародних корпорацій світового

FMCG-ринку: емпіричного дослідження, зокрема статистичні (аналіз коливань показників операційної діяльності компанії Coca-Cola: п.п. 2, Nestle: п.п. 2, L'Oreal п.п. 2, Unilever: п.п. 2); прогнозування (при аналізі показників обсягів продажів і прогнозування майбутніх доходів: п.п. 2; при аналізі та прогнозуванні показників електронної комерції в світі: п.п. 3); аналіз документів, звітів та результатів діяльності компаній (аналіз успішності діяльності компаній Coca-Cola, Nestle, L'Oreal, Unilever та порівняння їх з минулими показниками: п.п. 2.).

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання діджиталізації та впровадження діджитал-технологій висвітлювали в своїх роботах українські та зарубіжні фахівці, зокрема Войткевич А.І., Д.П. Эль-Смайлі, Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В., Грибіненко О.М., Гуренко А.В. та Гашутіна О.Е.

Роботи названих фахівців ґрунтувались на висвітленні теоретичних матеріалів, зокрема сутності поняття «діджитал-технологій» і застосування їх у бізнесі. У цих публікаціях розглядаються діджитал-технології з боку їх впливу на формування споживчих трендів. Проте, як показує практика, останнім часом саме споживачі впливають на впровадження тих чи інших технологій і сприяють трансформації бізнес-моделей компаній з внутрішньоорієнтованих (на бізнес-процеси) на зовнішньоорієнтованих (на потреби клієнтів).

Результати дослідження. Було здійснено оцінку світового досвіду ефективності впровадження глобальними корпораціями діджитал-інструментів, зокрема на прикладах компаній: Coca-Cola, Nestle, L'Oreal, Procter&Gamble та Unilever що є представниками FMCG ринку.

Проаналізувавши брендинг компаній, що описані вище, ми виділили такі тренди у діджиталізації копораций:

1) *Практично всі аналізовані компанії використовували персоналізований підхід у пропозиції товарів та послуг споживачам.* Coca-Cola пропонувала персоналізовані пляшечки з іменами та цифрами. L'Oreal пропонує індивідуальний підбір макіяжу завдяки платформі на базі штучного інтелекту «Modiface». Nestle обробляє кожний відгук споживачів завдяки DAT, з метою підтримки репутації бренду та підтримки контакту зі своєю цільовою аудиторією. Procter & Gamble та Unilever пропонують кастомізовані товари на базі 3D для особистої гігієни та для дому. Персоналізація допомагає компаніям акцентувати увагу споживачів на перевагах своєї продукції та забезпечує ефективну бренд-комунікацію.

2) *Більшість аналізованих компаній використовували контент, що генерується користувачами.* Особливо відзначилась Coca-Cola, яка застосовувала даний інструмент практично у кожній маркетинговій кампанії. Фото, що поширювали споживачі, їх відгуки, хештеги фактично створювали додаткову рекламу компанії, транслюючи її місію, цінності та фірмові особливості.

3) *Довіра споживачів до бренду є важливим елементом його репутації.* Усі аналізовані компанії, з метою захисту своєї інтелектуальної власності та персональних даних використовують елементи кодування: штрих-коди, QR-коди, RFID-мітки.

4) *Усі компанії, які аналізувались у даній роботі, цінують емоції та ставлення споживачів до них.* Саме тому, всі вони проводили відповідні діджитал-кампанії, які б забезпечували позитивні емоції у споживачів. Зокрема, Coca-Cola — радість, Nestle — довіру, L'Oreal — впевненість, P&G — комфорт, Unilever — безпеку. Люди активно поширювали дані емоції іншим споживачам за допомогою соцмереж та сторітелінгу по принципу «сарафанного радіо». Створення позитивних емоцій є одним з елементів бренд-комунікації та трансляції цінностей компаній — важливих частин їх брендингу.

5) *Електронна комерція є одним із найважливіших елементів утворення доходів кожної з аналізованих компаній.* До того ж, всі вони використовували дані платформи з метою прямої комунікації зі своїми споживачами, зокрема через їх відгуки щодо досвіду користування. Реагування на дані відгуки також є ефективним засобом підтримки бренду.

У 2020 році сталась подія, що завдала глобального впливу на економіку усього світу — Covid-19. Вивчення звітів та офіційних заяв компаній дало змогу виділити основні стратегії компаній, що дозволяють їм адаптуватись до нових умов:

1) надання переваги лише актуальним на даний момент витратам, натомість вилучення або відтермінування інших, пошук нових бізнес-партнерів і постачальників, що будуть пропонувати вигідні умови;

2) віддалена робота спричинила виникнення нових KPI, систем винагород і стягнень;

3) зміна попиту на товари та послуги спричинила зміни в їх пропозиції, більша увага надається протиепідемічним засобам і деяким групам товарів, споживання яких підвищилось і результаті переходу на віддалену роботу працівників.

Проаналізувавши наведені приклади, ми можемо сказати, що зі зміною стратегій компаніям також варто змінити підхід у маркетингу, зокрема необхідно:

- виокремити групи товарів, що користуються найбільшим попитом серед усього асортименту.

Саме ці товари будуть генерувати найбільші обсяги продажів та забезпечувати зростання компанії. До того ж, вагому роль відіграє персоналізація. Адже згідно зі статистикою, наданою Forbes, 80 % споживачів частіше купують у бренду, який пропонує персоналізовані товари;

- використовувати оптимальні канали продажів.

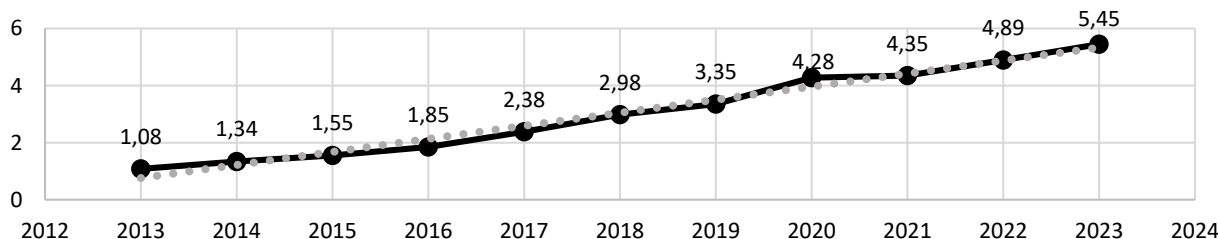


Рис. 1. Зростання електронної комерції з 2013 до 2023 року

Джерело: прогноз виконано автором на основі «Global retail e-commerce market size»

Згідно прогнозу (рис. 1), очікується, що до кінця 2021 року їх обсяг збільшиться приблизно удвічі. Тенденція до збільшення електронної комерції означає зростання конкуренції між брендами за рахунок зростання онлайн-середовища;

- приділити велику увагу розвитку прямої розсилки, соцмережам та іншим діджитал-інструментам.

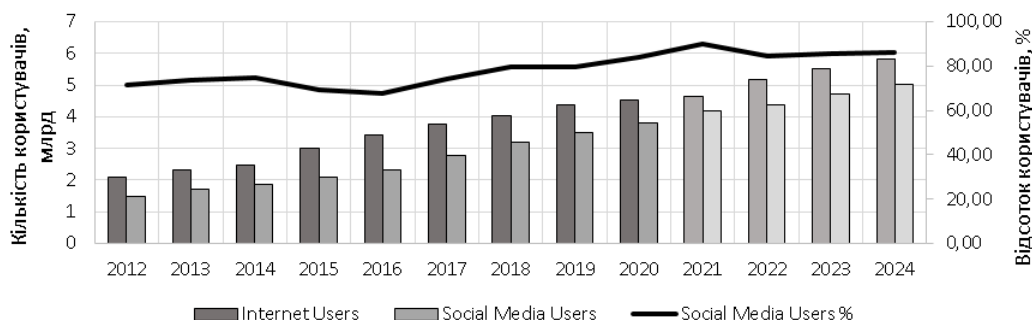


Рис. 2. Динаміка зростання кількості користувачів Інтернету та соціальних мереж, млрд осіб

Джерело: Побудовано автором на основі Global Digital Insights

Як видно з рис. 2, роль соціальних мереж буде надалі збільшуватись, адже з кожним наступним роком очікується відсоткове зростання кількості тих користувачів Інтернету, що є користувачами соціальних мереж. SMM, пряма розсилка, реклама в мобільних додатках будуть одними із найголовніших інструментів підтримки брендингу компаній.

Висновок. Отже, підсумовуючи, необхідно зупинитись на таких тезах:

- кожен бізнес обирає той, чи інший діджитал-інструмент залежно від поставленої мети, специфіки товарів, орієнтуючись на потреби своєї цільової аудиторії;
- діджитал-технології у просуванні товарів допомагають не тільки скоротити витрати на маркетинг, а й підсилити бренд-комунікацію компаній завдяки активній взаємодії зі споживачами;
- електронна комерція є одним з найголовніших джерел прибутків від продажів компаній;
- усі з досліджуваних компаній активно використовують SMM, що дозволяє не тільки ближче познайомитись зі своєю цільовою аудиторією, але й генерувати контент;
- зміна попиту на товари та послуги спричинила зміни в їх пропозиції;
- зміна стратегій компаній вимагає також зміни у підході до маркетингу.

Література:

1. Top 10 Global Consumer Trends 2021 | Research World. Research World | News and opinions on data, research & insights. URL: <https://www.researchworld.com/top10-global-consumer-trends-2021/> (date of access: 08.04.2021).

2. Annual Reports. Coca-Cola. URL: <https://www.cocacolafrica.com/investors/annual-reports.html>. (дата звернення: 15.04.2021).
3. Akshay Heble. Case Study On Coca Cola 'Share A Coke' Campaign. URL: <https://www.digitalvidya.com/blog/case-study-on-coca-colas-share-a-coke-campaign/>. (accessed: 15.04.2021).
4. Molly Fleming. Diet Coke sales overtake classic Coke as the soft drinks giant navigates the sugar tax. URL: <https://phvntom.com/diet-coke-sales-overtake-classic-coke-as-the-soft-drinks-giant-navigates-the-sugar-tax/>. (accessed: 15.04.2021).
5. Digital Accelerators — центр управління репутацією компанії Nestle. URL: <http://reputazzi.com/digital-accelerators-centr-upravleniya-reputaziey-companiyi-onlayn/>. (accessed: 15.04.2020).
6. L'Oreal Annual Report. L'Oréal in figures. URL: https://www.lorealfinance.com/en/annual-report-2019/loreal-figures-2-2-0?utm_source=lorealfinance&utm_medium=referral_orga&utm_campaign=oaf_ar19_investors&utm_term=keyfigures. (accessed: 21.04.2021).
7. Unilever Annual Report and Accounts. Unilever. 2019. P. 183. (date of access: 22.03.2021).
8. How COVID-19 Has Transformed Consumer Spending Habits. J.P. Morgan Germany | About us. URL: <https://www.jpmorgan.com/solutions/cib/research/covidspending-habits> (date of access: 05.05.2021).
9. 10 wichtige E-Commerce-Trends im Jahr 2021 — Chudovo. Chudovo. URL: <https://chudovo.de/10-important-e-commerce-trends-in2021/#:~:text=Online%20Sales%20Growth%20is%20Unstoppable,-Another%20astounding%20retail&text=And,%20the%20expanse%20is%20expected,by%20the%20end%20of%202021.&text=It%20is%20why%20eCommerce%20websites,choices%20and%20options%20of%20customization> (date of access: 05.05.2021).
10. Global retail e-commerce market size 2014-2023 | Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (date of access: 07.05.2021).
11. DataReportal — Global Digital Insights. DataReportal — Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/> (date of access: 08.05.2021)

Парубець С.О.

«Міжнародна економіка», 5 курс

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки
Столярчук Я.М.*

НЕРІВНОМІРНІСТЬ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у сучасних умовах набув якісно нового змісту. Процес цифровізації економічної та фінансової діяльності інтенсивно поширюється в останнє десятиліття. Так, цифровізація стає сутнісною формою та основним напрямком сучасного технологічного розвитку. Розуміння цифрової економіки дозволить поглибити міжнародне економічне співробітництво, сприятиме підвищенню ефективності економіки та продуктивності праці.

Цифрові екосистеми відносяться до складних і взаємозалежних систем і їх базових інфраструктур, за допомогою яких усі складові економіки взаємодіють і функціонують узгоджено.

Дієве використання можливостей цифровізації буде сприяти розвитку цифрового сектору економіки, що в свою чергу буде підвищувати рівень міжнародної інвестиційної привабливості України. Розвиток цифрового сектору економіки та цифрових екосистем має потенціал до зростання високотехнологічного експорту та модернізації виробництва і соціальної сфери України. Здійснення таких завдань можливо на основі всебічної наукової, технологічної та економічної транскордонної кооперації, стратегії посилення міжнародної конкурентоспроможності.

Узагальнення та дослідження факторів розвитку цифровізації у світовій економіці представлено у наукових дослідженнях зарубіжних авторів та аналітичних звітах міжнародних організацій. Зокрема, Далмані К., Меалі С. і Вермелінгер М. описують важливість цифрової економіки для країн, що розвиваються, і які аспекти їм потрібно враховувати при розробці національної цифрової стратегії [4]; Байер Й. М. ідентифікує, як інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) сприяли появі інновацій та економічному зростанню [1]; експерти UNCTAD вбачають швидке поширення цифрових технологій, як каталізатора трансформації економічної та соціальної діяльності [5].

Цифрові технології поширюються в багатьох сферах людської діяльності по всьому світу. Вважається, що цифрова економіка визначається як «та частина економічного виробництва, що походить виключно або переважно від цифрових технологій із бізнес-моделлю, заснованою на цифрових товарах або послугах» [2].

Завдяки розвитку цифрових та інформаційних технологій з'явилося нове вживання терміну екосистема, оскільки у світових процесах цифрова економіка стає середовищем розвитку певних цифрових екосистем національного та глобального рівнів. Проте, вона прискорено розвивається в індустріальних країнах, але і одночасно набуває все більшого значення для країн, що розвиваються. Важливо, що реальність розвитку цифрової економіки у цих країнах має асиметричний характер через низку чинників:

- цифрова інфраструктура частково є неповною, дорогою та неефективною,
- створення цифрової екосистеми зазнає дефіциту людських можливостей,
- недостатнє фінансування та неякісне управління,
- зростання цифрової економіки посилює цифрове виключення, нерівність.

Попри необхідність створення незалежних локальних цифрових екосистем всередині країни, є велика ймовірність створення міжнародної моделі залежності, в якій країнам, що розвиваються, доводиться покладатися в основному на глобальні цифрові платформи, що базуються в США чи Китаї. Розрив даних у цифровій економіці збільшує нерівність, тобто найменш підготовлені країни до цифрової економіки мають менше умов та ресурсів, на яких можна в подальшому будувати політику. Це загрожує збільшенням розриву між високорозвиненими країнами та країнами, що розвиваються.

За статистичними даними UNCTAD станом на 2018 рік лише 4 % найменш розвинених країн світу надали відповідні дані про те, як підприємства використовують ІКТ, у порівнянні з приблизно 85 % розвинених країн [5].

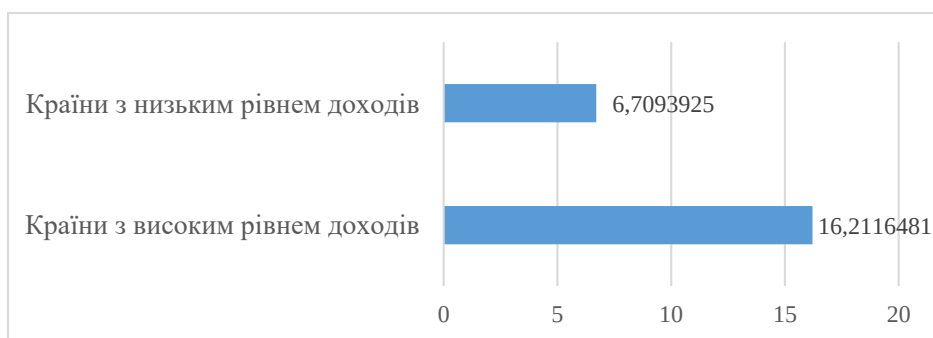


Рис. 1. Середній індекс цифрової готовності відповідно до класифікації країн за рівнем економічного розвитку

Джерело: створено автором на основі [4], [6]

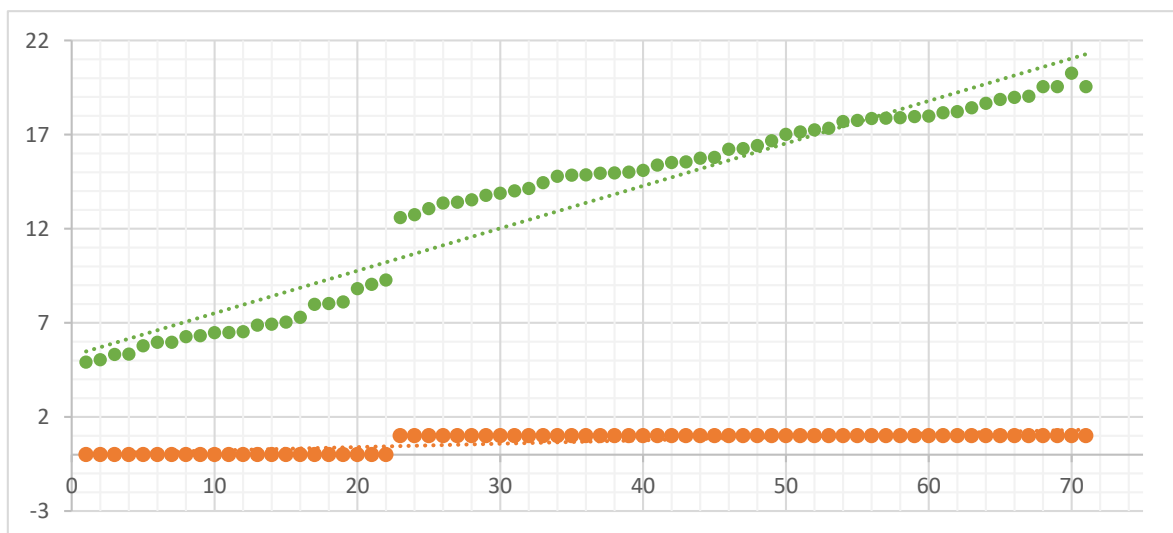


Рис. 2. Цифрова готовність країн і рівень їх доходів

Джерело: створено автором на основі [4], [6]

Автором розроблено співвідношення індексу цифрової готовності та класифікацію країн за рівнем національного доходу на особу (рис. 2). Для побудови графіку країни, які належать до

країн з високим рівнем доходів (виділені синім кольором), приймають значення 1 на вісі x , а країни, які належать до країн з низьким рівнем доходів (виділені зеленим кольором), приймають значення 0 на вісі x . Відповідно, можна побачити, що країни з високим рівнем доходів мають кращі показники індексу, адже вони розташовані за віссю y вище, ніж країни з низьким рівнем доходів.

Так, країни з низьким рівнем доходів менш залучені до глобальної цифрової економіки та в цілому є аутсайдерами глобальної цифрової екосистеми. Така нерівномірність розвитку цифрових технологій тісно пов'язана як з економічними показниками, так і з відсутністю сприятливої інфраструктури.

Отже, країни, що розвиваються, тобто такі, які мають низький рівень доходів, з одного боку, об'єктивно вбачають позитивні наслідки діджиталізації та прагнуть, як і високорозвинені країни, щоб цифрові економіки їх країн відігравали вагомий роль у забезпеченні економічного зростання. Проте такі прагнення та існуючий потенціал цих країн стримується низкою викликів. Цифрова економіка в значній мірі залежить від стану цифрової інфраструктури країни (як складової цифрової екосистеми) та її торгових партнерів. Країни, що розвиваються, часто відстають від світових стандартів розвинених країн. Окрім того, цифрова екосистема в загальному вимагає інфраструктури як такої, яка включає значний запас людського капіталу та набір різноманітних і дієздатних інституцій. Україна має значний технологічний і людський потенціал для розвитку цифровізації, що буде сприяти економічному розвитку.

Література:

1. Bauer J.M. Inequality in the Information Society. SSRN Electronic Journal, 2016. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2813671>
2. Bukht R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. SSRN Electronic Journal, 2017. URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3431732>
3. Cisco Digital Readiness Index. Cisco, 2019. URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/about/csr/research-resources/digital-readiness.html>
4. Dahlman C., Mealy S., Wermelinger M. Harnessing the digital economy for developing countries. OECD Publishing, 2016
5. Digital economy data gap risks widening inequalities, UNCTAD says. UNCTAD, 2018. URL: <https://unctad.org/news/digital-economy-data-gap-risks-widening-inequalities-unctad-says>
6. United Nations. World economic situation and prospects 2019. URL: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2019_BOOK-ANNEX-en.pdf

Хітренко О.В.

*«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
міжнародної економіки Ковальчук Т.Г.*

АУТСОРСИНГ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ ДОСВІДУ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

Вступ. У сучасному світі все більше та активніше посилюється конкуренція серед суб'єктів міжнародних економічних відносин, що потребує від кожного учасника цих відносин впровадження новітніх механізмів менеджменту власної діяльності та оптимізації кожної її сфери, а особливо сфери інформаційних технологій, яка зараз є одним з найефективніших інструментів впливу на споживача. Конкурентна боротьба продемонструвала силу інноваційного менеджменту, а саме передачу певних видів діяльності багатонаціональних корпорацій незалежним спеціалізованим компаніям, що пізніше було визначено як аутсорсинг.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу, наукової абстракції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження та напрацювання з питань впровадження системи аутсорсингу бізнес-процесів започатковані у працях таких вітчизняних і зарубіжних фахівців, як: Б.А. Анікіна, Л.Г. Кісуріна, Л.О. Лігоненка, І.Я. Максименка, С.Н. Растворцевої, І.Л. Рудої, Ф.Н. Філіна, Ю.Ю. Фролової, Т.В. Шарчука, Ж.-Л. Бравара, Р. Моргана,

Дж.Б. Хейвуда та ін. Віддаючи належне значному науковому доробку названих вчених, слід підкреслити, що увага авторів більшості робіт сконцентрована на вивченні окремих аспектів процесу ухвалення управлінських рішень щодо застосування аутсорсингу. Низка завдань концептуального, теоретико-методичного та практичного характеру залишається недостатньо вирішеною.

Виклад основного матеріалу. Розвиток інформаційних технологій і перших ІТ-підприємств став фактично акселератором поширення аутсорсингу. Для багатонаціональних підприємств практика передачі певних функцій зовнішнім постачальникам-виконавцям не була новою. Фінанси, транспорт, логістика, виробництво — всі ці сфери вже були компонентами глобальної аутсорсингової діяльності [1]. Але, зазвичай, рішення про передачу цих функцій не було стратегічно важливим для компанії, а швидше засобом економії витрат [2].

Такий формат співпраці дозволяє компанії підвищити свою операційну продуктивність і свою ефективність бізнесу в цілому. Зрештою, належне делегування ряду завдань надійному партнеру дає організації ціннісну можливість зосередитись на реалізації стратегічних планів, які вимагають достатнього часу, зусиль та уваги — не відволікаючись постійно на інші функції [3].

Світ швидко змінюється. Іноді споживачі вимагають змін протягом одного тижня. Це підштовхує компанії оновлювати свої стратегії, а отже, змінювати свої програмні продукти, додаючи нові функції, технології та незначні деталі [4]. Розробка програмного забезпечення для аутсорсингу допомагає вирішити ці проблеми. Також, за допомогою аутсорсингу, компанії можуть знайти вузькопрофільних спеціалістів, які можуть ефективно виконувати поставлені компанією завдання.

Дійсно, все більше компаній звертаються до аутсорсингу ІТ. Незважаючи на те, що економія витрат вважається основною причиною того, що організації переходять в аутсорсинг, орієнтація на споживача та технологічна майстерність також є так само важливими. Клієнти та постачальники послуг більше зосереджуються на результатах, а не на вкладеннях [5]. У підсумку відносини з аутсорсингу ІТ переростають у стратегічні партнерські відносини.

Всесвітньо відома компанія Google протягом багатьох років проводить аутсорсинг роботи віддалених співробітників і бачить у цьому чудові переваги. Вона здійснює аутсорсинг всього, починаючи від роботи віртуальних помічників, роботи в ІТ, розробки тощо. Навіть на аутсорсинг компанія передала служби електронної підтримки. Так, компанія не тільки передає функції підтримки на віддалених співробітників, що дозволяє їй концентруватися на менеджменті та креативній роботі, але й ще однією перевагою є те, що таким чином у компанії відсутня дискримінація найманих робітників. Ще в 2011 році компанія мала понад 1000 представників з 60 різних країн. Ці представники обробляли понад 10 000 дзвінків на тиждень [6]. Як бачимо, найбільші компанії, як-от Google, працюють з віддаленими працівниками. Залежно від пріоритетів компанії та її бюджету, можна знайти баланс у віддаленій роботі для збільшення ефективності та скорочення витрат. Так, аутсорсинг допомагає підтримувати глобальну корпоративну стратегію компанії щодо рівності власних співробітників.

Ще одним прикладом є компанія TransferWise — успішний глобальний сервіс для переказу коштів. TransnsferWise має кількох незалежних працівників, які допомагають в інжинірингу. Компанія відома тим, що наймає українських та естонських розробників, але не через дешевий аутсорсинг, а через їх талант. Вона зосереджується на наймі талановитих спеціалістів, які виділяються з натовпу. TransferWise наймає потрібних людей, незалежно від того, де вони живуть, а потім надає їм можливість здійснювати якнайкраще свою роботу [7].

Залучення аутсорсингу це не тільки про скорочення витрат, мова йде про те, щоб знайти потрібних людей для досягнення найкращих результатів.

Всесвітньо відомий гігант на ринку побутової хімії компанія Unilever, яка просуває свої торгові марки за допомогою зовнішньої служби відділу продажів (торгових представників), використовує спеціальне програмне забезпечення від компанії Salesforce.com, відомого провайдера корпоративних рішень. Одним із секретів успішних рішень компанії є те, що вона пропонує великий потенціал для кастомізації. Усі підприємства мають свої індивідуальні потреби і можуть вимагати дещо різних наборів інструментів та функцій, які відповідають їх цілям. Замість того, щоб витратити всі свої зусилля на задоволення цих індивідуальних потреб, Salesforce.com, в основному, передав ці завдання третім сторонам. У компанії є вражаюча спільнота партнерів. Крім того, «Developer Salesforce» на сьогодні є посадою, на яку полюють аутсорсингові компанії [8].

Для компанії Unilever дуже важлива унікальність інструментарію даного програмного забезпечення, яке значно впливає на ефективність роботи зовнішньої служби та підтримує цей напрям просування продукту, актуалізуючи його та покращуючи вже існуючі інструменти роботи.

Більшу частину коштів українські компанії витрачають на аутсорсинг інформаційних технологій. Причиною є стрімкий розвиток даної сфери, а також можливість економії фінансових ресурсів для

розвитку ІТ у власному виробництві та пошук кваліфікованих кадрів для вирішення поставлених підприємством завдань. Якщо ми поглянемо на сферу фінансів, то в Україні є досить велика кількість кваліфікованих фахівців, тому аутсорсинг у ролі споживача послуг мало розвинений. Але українські фахівці можуть виступати постачальниками даних послуг. На динаміку ринку аутсорсингових послуг впливає економічна ситуація в країні, яка наразі є не сприятливою.

Висновки і пропозиції. Наведені приклади демонструють досвід залучення ІТ аутсорсингу в багатонаціональних корпораціях як елемент інноваційного менеджменту у різноманітних формах, залежно від специфіки та потреб компанії. Так, рішення залучити ІТ-аутсорсинг, окрім фінансових вигод, має ще ряд переваг, серед яких підтримка загальної комплаєнс політики по забезпеченню прозорості діяльності компанії та рівності співробітників. Сучасні тренди міжнародного бізнесу відображають високу потребу у боротьбі з расовою, релігійною і гендерною дискримінацією, тому компанія, що залучила аутсорсинг ІТ, має ще й додаткову перевагу у вигляді підтримки одного з напрямів своєї корпоративної стратегії; пошук найкращих і найталановитіших кадрів стає все актуальнішою проблемою. Аутсорсинг ІТ допомагає компаніям стерти кордони та співпрацювати з кваліфікованими фахівцями; швидко адаптуватися до гнучких потреб споживачів та створити унікальні інструменти для просування власних продуктів; дає можливість отримувати найефективніші технологічні рішення у найкоротші терміни.

Існує ряд причин, які сповільнюють розвиток аутсорсингу в Україні. По-перше, недостатньо розроблена законодавча база, необхідність законодавчого регулювання процесів надання та споживання аутсорсингових послуг, порядок їх здійснення та покарання за порушення угод. По-друге, недостатньо розвинена інфраструктура та інституціональне регулювання ринку. По-третє, значна недовіра до постачальників послуг, відсутність гарантії збереження конфіденційності інформації. Таким чином, загальне становище ринку аутсорсингових послуг в Україні є лише початковим станом, який розвивається та потребує суттєвих допрацювань і рішучих дій з урахуванням міжнародного досвіду.

Література:

1. Савченко А.А. Аутсорсинг: його сутність, види та форми. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. №1. С. 261–263.
2. Бравар Ж., Морган Р. Ефективний аутсорсинг: розуміння, планування та використання успішних аутсорсингових відносин / пер. з англ. ; Ж. Бравар, Р. Морган. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. 288 с.
3. Заводовська І.І. Передумови та перспективи розвитку сучасного бізнесу на основі аутсорсингу. URL: www.nbuv.gov.ua/Articles/KultNar/knp80/pdf/knp8043-45.pdf. (Дата звернення: 12.13.2021).
4. Siems T. Do what you do best, outsource the rest? / T. Siems, D. Rattner. Federal Reserve Bank of Dallas Southwest Economy. November/December, 2003.
5. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкуренто-спроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. Економіка України. 2009. № 8 (573). С. 16–24.
6. Google IT: Outsourcing deal search may become more rewarding for Indian firms / Anirban Sen. The Economic Times — March 2016. URL: https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/sme-sector/the-fintech-solution-to-small-business-credit-woes/articleshow/82060884.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=crpt. (Дата звернення: 15.03.2021).
7. The Codification Debate Revisited: A Conceptual Framework to Analyze the Role of Tacit Knowledge in Economics/Margherita Balconi, ndrea Pozzali. Industrial and Corporate Change. May, 2007.
8. The consumer decision journey? / David Court, Dave Elzinga, Susan Mulder, and Ole Jørgen Vetvik. McKinsey Quarterly. June, 2009. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>. (Дата звернення 22.03.2021).

Шугалій А.О.

*«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н, професор
кафедри міжнародної економіки Цимбал Л.І.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Вступ. Глобалізаційні процеси по всьому світу активно сприяють розвитку креативної індустрії. Через швидкі глобальні, технологічні та соціальні зміни відбувається швидке розширення сфери застосування, зростання потенціалу та розвиток креативних галузей. Як результат, межі

між галузями та секторами, інструментами та каналами, ринками та попитом стають все розмитішими і тому взаємодія ідей, продуктів, послуг, засобів масової інформації та Інтернету стає дедалі складнішою та, в деякій мірі, руйнівною для менш інноваційних галузей і сфер.

Та й взагалі, креативна економіка може слугувати каталізатором змін і створювати більш інклюзивні, пов'язані та спільні товариства. Існує широкий ряд різних видів креативної економіки, які можна розширювати та розвивати і це є потенційно вигідним, так як торгівля креативними товарами та послугами є потужною економічною силою, що зростає. Внесок креативної індустрії у ВВП і частку світової торгівлі, ймовірно, збільшиться, оскільки її розвиток перетинається з цифровою та спільною економікою, а також електронною комерцією та багатьма новими можливостями, що виникають на просторах світової економіки. Крім того, традиційна торгівля творчими товарами та послугами залишається важливою частиною місцевої економіки багатьох країн. Зрештою, креативна економіка має силу впливати та надихати нинішні та майбутні покоління, захищати нашу планету, людей, культури та природні ресурсів і, отже, сприяє стійкішому шляху розвитку, що зараз стоїть на порядку денному, а тому дослідження особливостей розвитку креативної індустрії на сучасному етапі є актуальною темою.

Методи дослідження. Для розкриття теми дослідження на основі системного підходу було застосовано такі методи: критичного аналізу та узагальнення.

Огляд фахової літератури. При дослідженні даної теми були розглянуті праці вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема, Й. Суганді, І. Пемпаса, Ф. Капоне, Л. Лаззеретті, А. Мержвинська, І. Кукса, С. Давимука, Л. Федулова, які стосувались креативного сектору в світовій економіці. Разом з тим, особливості розвитку креативної індустрії на сучасному етапі потребують актуального розгляду.

Результати дослідження. Креативну економіку, як окремий сектор в економіці, UNCTAD почав виділяти з 2004 року. В деяких країнах креативна економіка є одним з двигунів розвитку, а в деяких тільки набирає обертів. Розмір експорту креативних індустрій на світовому ринку в 2015 році становив 509 млрд дол. США. Основними експортерами були Китай, США, Франція, Гонконг та Італія (рис. 1).

Креативні індустрії збільшують свій вплив на світовому просторі в першу чергу завдяки вільному руху товарів і послуг, а також — цифровізації навколишнього середовища. На сьогоднішній день, продати креативний продукт через мережу Інтернет дуже просто, але в багатьох країнах, що розвиваються, все ще важко доставити цей продукт від точки А до точки Б.

На глобальному Півдні (переважно в Африці), незважаючи на переваги, що виникають у результаті масового впровадження мобільного широкосмугового зв'язку, все ще є багато територій, де відсутня інфраструктура, і вони не можуть консолідувати ринок товарів і послуг креативного призначення в цифровому середовищі [2].

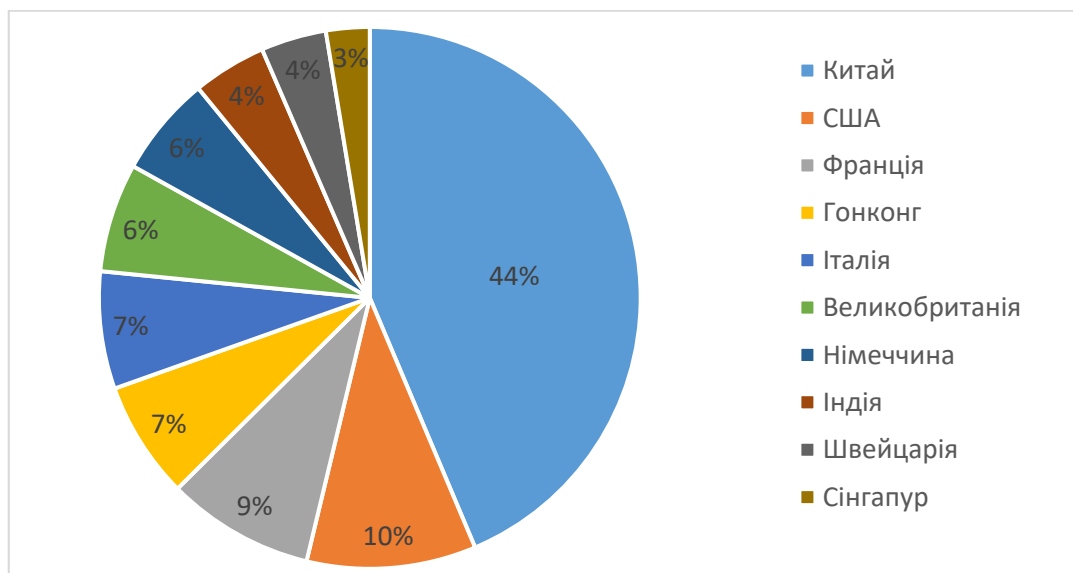


Рис. 1. Топ — 10 гравців у креативній економіці

Джерело: створено автором на основі [1]

Через те, що в останнє десятиліття відбувається активне впровадження діджиталізованих технологій в економіку, креативний сектор змінює свій напрямок з виробництва товарів на послуги.

Тому, зараз створюється безліч нових торговельних платформ у мережі Інтернет. Деякі з них відкриті для будь-яких країн, деякі є закритими (створенні лише для користування в середині країни). Прикладом таких країн, які мають велику кількість закритих платформ для реалізації креативних послуг, є Китай, Північна Корея тощо [3]. Китай має власні платформи та навіть платіжні сервіси для внутрішнього користування, але це йому не заважає використовувати зовнішні платформи для реалізації креативних послуг і товарів. Адже, саме ця країна є найбільшим експортером креативної продукції в світі.

Прикладом того, як відбувається перехід від виробництва креативних товарів до надання креативних послуг може слугувати видавнича індустрія та газети. Газети, спочатку вважалися творчим товаром, а тепер вони пропонують креативні послуги, оскільки інтернет-ЗМІ розширюються завдяки передплаті за цифрові новини та онлайн-реклами. Точно так само й з музичною індустрією, яка протягом десятиліть зосереджувалася на обладнанні, магнітних стрічках і компакт-дисках, аби тепер перейти на цифрові завантаження і онлайн-трансляції, що також є творчою послугою. Ці зрушення не обходяться без негативних наслідків — часто впливають на зміну сутності роботи, права володіння і, зокрема, гонорари в творчих галузях.

Взагалі, можна сказати, що креативна економіка трансформується в економіку вражень, тобто, споживачі становляться зацікавленішими в отриманні емоцій, а не матеріального товару. Якщо розглянути зі сторони діджиталізації, то світовий ринок цифрового контенту становив 143 млрд доларів США у 2019 році і за прогнозами, має зрости до 2024 року майже вдвічі [4]. Це цілком можливо, адже постійно створюються нові Інтернет-платформи та мобільні додатки, які використовуючи нейромережеві технології для створення послуг, що спрямовані на полегшення сприйняття інформації та задоволення людських емоцій. Наприклад, платформи Snapchat і TikTok, програма Google Lens, DIGIU або платформи Puzzle — English, Puzzle — Movie, Litnet, Spotify тощо.

Пандемія Covid-19 завдала значної шкоди креативному сектору, тому що майже весь світ був на карантині і створення креативної продукції або повністю призупинялось, або відбувалося значно повільніше ніж мало би в звичайних умовах. Однак, позитивним моментом є те, що в таких кризових умовах перехід до діджиталізації відбувається значно швидше. Багато людей були змушені використовувати креативне мислення для того, щоб мати змогу заробляти і таким чином, за останні півтора року, кількість креативних послуг значно збільшилася і продовжує зростати[5].

Висновки. Можна сказати, що креативна індустрія постійно розвивається і трансформується. В останні два десятиліття це було спричинено поширенням вільної торгівлі та діджиталізацією економіки. Її розвиток поширювався по всьому світу — особливо в галузі моди, кіно, дизайну та художньої промисловості — сприяючи валовому внутрішньому продукту, експорту та зростанню країн. У деяких випадках, особливо в Китаї, навіть до позитивного сальдо торгівлі. Більшість країн, що мають збільшення експорту креативних галузей за останнє десятиліття, є країнами, що розвиваються. Країни, що розвиваються, особливо в Азії, надають пріоритет заходам для розвитку їх творчого потенціалу.

Наразі, сектор послуг у креативній економіці є динамічнішим ніж товарів. Цими послугами, які керовані цифровими інноваціями, в першу чергу, є кіно, телебачення, відео-ролики, музика, видавнича справа, відеоігри тощо. І саме сектор креативних послуг постраждав від пандемії COVID -19 не так сильно, в порівнянні з іншими через те, що відбувається адаптація до функціонування через мережу Інтернет. Потенціал креативного сектору є надзвичайно високим. Цей сектор поступово трансформується і підлаштовується під зміни, що виникають в наслідок глобальних викликів, економічних зрушень та інноваційного розвитку.

Література:

1. UNCTAD URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf
2. UNESCO URL: <https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018>
3. China today URL: http://www.chinatoday.com.cn/english/economy/2016-10/11/content_728808.htm
4. Epravda URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/08/26/664360/>
5. UNESCO URL: <https://en.unesco.org/news/covid-19-socio-economic-impact-cultural-and-creative-sectors-south-east-europe>
6. Genero URL: <https://genero.com/news/creative-report>

Ісаєв М.Е.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент, доцент кафедри
міжнародного менеджменту Рябець Н.М.

СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ДВОСТОРОННЬОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ УКРАЇНИ З НІМЕЧЧИНОЮ

Будучи різновидом суспільних відносин, міжнародне співробітництво, зокрема його економічна складова, являє собою політико-економічну категорію, що відображає об'єктивно існуючі міжнародні економічні відносини, що транслиують інтереси державних утворень та їх регіональних суб'єктів щодо обміну результатами виробництва, продуктами праці на можливо взаємовигідній основі. З різноманіття суспільних відносин дані відносини виокремлюють певні особливості, зокрема: з одного боку, вони є своєрідним втіленням внутрішньо громадських відносин, з іншого — якісно нова система зовнішньої взаємодії з певним комплексом особливостей, які притаманні лише їй. Вони характеризуються взаємодією таких суб'єктів політичного життя, як держави, народи, політичні і громадські організації, руху і навіть окремі особи різних країн. Виважена побудова та реалізація міжнародних економічних відносин забезпечує дотримання та захист інтересів соціальних груп за межами їх національних держав, налагодження взаємовигідних відносин між державними утвореннями, міжнародними урядовими організаціями, партіями, бізнесовими структурами, приватними особами, які є резидентами різних країн, а також розширюють і посилюють інтеграційні зв'язки, які формують людське співтовариство. Таким чином міжнародне співробітництво можна охарактеризувати як багаторівневий комплекс економічних відносин, які формуються між суб'єктами глобальної економіки.

В контексті євроінтеграційних прагнень нашої держави проблематика україно-німецьких відносин можуть бути окреслені в якості одного з найактуальніших векторів розвитку міжнародного співробітництва України, що й обумовлює актуальність запропонованої теми. Вивчення та всебічне дослідження співробітництва України і Німеччини має не лише теоретико-методологічне, але й практичне значення для правильного розуміння не лише процесів, що відбуваються між країнами, але й аналізу тенденцій загальносвітового розвитку.

У ході проведення дослідження були використано такі методи, як метод теоретичного аналізу та синтезу, порівняння, класифікації, систематизації, метод економіко-статистичного та системного аналізів, графічні методи й метод прогнозування, а також метод наукового узагальнення.

Питанням міжнародного співробітництва присвячували свої наукові праці як іноземні, так і вітчизняні дослідники. Зокрема Д.Г. Лук'яненко, С.І. Ковальчук, О.П. Степанов, Д. Джоббер, П. Линдерт, С. Холленсен, Б. Улин, В.М. Кудров, З.К. Раджабова та інші. Так, детально досліджуються процеси україно-німецького співробітництва у наукових працях таких науковців, як Манаєнко І. Мартинов А.Ю., Радченко В.В. тощо.

Німеччина є одним з найважливіших політичних партнерів України. Їхні відносини підкріплені розгалуженою договірно-правовою базою. Договірно-правова база відносин між Україною і ФРН складається сьогодні з 89 документів міжнародно-правового характеру, 43 з яких укладені на міждержавному та міжурядовому рівнях. У 1989 році Німеччина була першою західноєвропейською державою, що відкрила своє генеральне консульство у Києві. З моменту набуття незалежності україно-німецькі відносини виходять на міждержавний рівень і розвиваються у якісно новій площині.

Становлення стратегічного партнерства з Німеччиною, економічним лідером Європейського союзу, є процесом, який доцільно розглядати в контексті загальної геополітичної тенденції руху української держави. При цьому слід враховувати політичні, економічні та соціальні фактори, за даними Державної служби статистики України Німеччина входить у ТОП-3 за обсягом торговельних партнерів України. При цьому починаючи з 2015 року спостерігається стійка тенденція до збільшення обсягів торгівлі, виключенням є тільки 2020 рік, що може бути обумовлено економічною кризою через пандемію COVID-19. Але слід зазначити, що за інформацією Федеральної служби статистики Німеччини Україна посіла у 2018 році 42 місце за обсягом торгівлі з Німеччиною. За даними Державної служби статистики України Німеччина входить до п'ятірки країн-

лідерів за обсягами експорту з України та імпорту в Україну послуг. починаючи з 2016 року обсяги торгівлі послугами з Німеччиною збільшуються. Виключенням є 2020 рік, як і у випадку з торгівлею товарами. При цьому сальдо торговельного балансу послугами на відміну від сальдо торговельного балансу товарами є позитивним. Це свідчить про те, що Німеччина є важливим партнером України у міжнародній співпраці в галузі торгівлі послугами. Співпраця України і Німеччини в галузі науки і вищої освіти має досить довгу історію. Уже в XIX ст. вітчизняні вчені співпрацювали з німецькими колегами, відвідували з науковою метою німецькі університети, реалізовували спільні проекти. Активно працювали на території тодішньої України і німецькі професори, будучи залученими як до керівництва вітчизняними університетами, так і до викладання окремих дисциплін і проведення досліджень. Новий виток україно-німецького співробітництва почався після здобуття Україною незалежності.

Зараз україно-німецькі відносини в сфері освіти і науки є стабільними і масштабними, що дозволяє зробити висновок, що від такої співпраці виграють всі його учасники. Це, як наслідок, спонукає, з одного боку, до пошуку нових його форм і напрямків, а з іншого — до розширення кола українських університетів, залучених у міждержавні науково-освітні проекти. Широкі можливості в цій сфері пропонує українським студентам, педагогам, науковим і університетам Німеччина служба академічних обмінів (DAAD). Відповідно до оприлюднених службою DAAD даних, близько 350 українських ВНЗ мали партнерські відносини з німецькими колегами у 2019 році. Зважаючи на це можна зробити висновок, що двостороннє співробітництво активно розвивається в галузі вищої освіти. Йдеться про такі пріоритетні форми співробітництва, як обмін студентами та науковими співробітниками, підготовка та перепідготовка вітчизняних спеціалістів і розробка багатосторонніх проектів науково-педагогічного спрямування.

Незважаючи на той факт, що Німеччина залишається одним з головних політичних та економічних партнерів України, існує низька перепонів на шляху динамізації та розширення співробітництва. На сьогодні відносини між Україною та ФРН можна охарактеризувати таким чином: Німеччина залишається цінним як торговельним, так і політичним партнером нашої держави, зокрема на її євроінтеграційному векторі розвитку, як пріоритетного напрямку зовнішньої політики України, що було підтверджено підписанням та ратифікацією Угоди про асоціацію з ЄС, результатом якої було створено зону вільної торгівлі та було скасовано ввізні мита на товари, що надходять з Євросоюзу.

Метою подальшої вибудови та розвитку зовнішнього співробітництва є пошукових вигод для сторін, а саме: для високорозвиненої Німеччини це може бути вихід на український ринок, який, на думку експертів, має перспективу зростання. При цьому для України в контексті макроекономічного аналізу, співробітництво з Німеччиною є можливістю для залучення капіталу та технологій, які можуть стимулювати до розвитку внутрішній ринок, а також нівелювати вплив кризових явищ, які останнім часом значно динамізуються. Головною загрозою таких відносин є високі ризики. Головними проблемами України є незадовільний розвиток інфраструктури та високий ступень бюрократизації процесів, що перешкоджає подальшому потенційному співробітництву та виступає джерелом корупційних ризиків, що також є загрозливими не сприяє формуванню позитивному іміджу України на світовій арені.

Розглядаючи контекст демократичних перетворень державного апарату України на її євроінтеграційному шляху слід приділити увагу темпам реформ, оскільки як відсутність позитивних результатів, так і занадто повільні темпи реформування й відсутність політичної волі з боку влади також створюють перепони для співробітництва України не тільки з Німеччиною, але й з іншими країнами цивілізованого світу. Одним з головних стовпів залишається судова реформа, яка далека від завершення. Своєрідним індикатором привабливості з точки зору іноземного співробітництва можуть бути взаємовідносини з МВФ, оскільки це важливий показник для настроїв іноземних партнерів.

В якості головної небезпеки для подальшого розвитку співпраці між Україною та Німеччиною слід зазначити низький рівень військової безпеки та загрозу розповсюдження військового протистояння зі східних регіонів країни на решту території держави. Проте за умови побудови вираженої зовнішньополітичної взаємодії, військова галузь може стати однією з пріоритетних в україно-німецькому співробітництві, тому що Україна де-факто є східним союзником ЄС у питанні підтримки та збереження колективної безпеки.

З точки зору довгострокової перспективи доцільно будувати співпрацю з позиції оцінки конкурентоспроможності галузей у майбутньому. Перспективним напрямком, зважаючи на поширення сучасного глобального тренду, є сфера діджиталізації, що позиціонує себе як процес цифрової трансформації соціуму та економічної системи й формує перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань і креативності, що визначаються цифровими технологіями

та інноваціями у всіх сферах життєдіяльності суспільства, в тому числі й у бізнесі. Так, 19 березня 2021 року, країни підписали Меморандум про взаєморозуміння щодо налагодження україно-німецького партнерства в сфері діджиталізації.

Враховуючи те, що Німеччина є одним з головних акторів на європейській політичній арені, доцільно розвивати проекти з кооперації в таких сферах, як державне та муніципальне управління, які будуть спрямовані на впровадження необхідних реформ для українського євроінтеграційного процесу

Німеччина, як провідна економіка Європейського Союзу, в рамках подальшої співпраці між країнами, може сприяти економічному й соціальному розвитку України. Йдеться не тільки про інвестиції в індустрію України та модернізацію виробничої бази, а й про взаємодію в багатьох інших сферах..

Подальший розвиток двосторонніх відносин багато в чому залежить від внутрішніх процесів, що наразі відбуваються в українському суспільстві. Шлях реформ з метою формування демократичного суспільства, та ринкової економіки вимагає подолання багатьох внутрішніх бар'єрів, які пов'язані з радянським минулим. Українська сторона має чітко усвідомлювати свої позитивні та негативні риси та намагатись максимізувати перші та мінімізувати вплив других. Для цього необхідно видобувати чітку стратегію довгострокового сталого розвитку і дотримуватись її, одним із елементів якої має бути сам подальший розвиток україно-німецького співробітництва, що водночас і проявом інтеграційних процесів у глобальному економічному середовищі.

Література:

1. Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. / [Редкол. Л.В. Губерський]. — Т. 2. — 812 с.
2. Ломакин, В.К. Мировая экономика: учебник / В.К. Ломакин. — 3-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 671 с.
3. Линдерт, П. Экономика мирохозяйственных связей: пер. с англ. П. Линдерт; общ. ред. О. В. Ивановой. — М.: Прогресс, 1992. — 520 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Німецько-українська промислово-торговельна палата (АНК Ukraine). Веб-сторінка [Електронний ресурс] / Німецько-українська промислово-торговельна палата (АНК Ukraine) — Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.ahk.de/ua/ueber-uns>.

Бутенко К.С

«Міжнародний бізнес», 4 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доц.,

доцент кафедри міжнародного менеджменту Олійник В.В.

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Протягом останніх років поняття діджиталізації, або цифрової трансформації бізнесу, набуло широкого розголосу, а його імплементація стала невід'ємною умовою успішного функціонування у міжнародному діловому середовищі. Завдяки діджитал-процесам удосконалилися способи глобального охоплення аудиторії, покращилася якість маркетингових комунікацій корпорацій зі споживачами, оптимізація робочого процесу тощо. Перегляд стратегічних пріоритетів на користь об'єднання двох актуальних на сьогоднішній день понять — «соціальна відповідальність» і «діджиталізація» — дозволить створити синергетичний ефект і позитивно вплинути на формування іміджу компанії [1]. Метою проведеного дослідження є розгляд світового та вітчизняного досвіду впровадження в робочий процес сучасних технологій для поліпшення досвіду співробітників і клієнтів міжнародних компаній.

У процесі написання використовувалися аналітичні, системні та емпіричні методи дослідження, для того, щоб всебічно розглянути проблему та мати вагоме підґрунтя для формулювання висновків.

За основу були взяті праці сучасних зарубіжних і вітчизняних спеціалістів, серед яких Майкл Вейд, Деніел Ньюман, Бурлакова Ю.М., які зосередили основну увагу на явищі розвитку соціальної відповідальності за використання діджитал-інструментів.

Переважно автори акцентують на перевагах цифрових трансформацій для зростання ефективності корпоративної соціальної відповідальності, а також важливості її позитивного внеску в стійкий розвиток і добробут планети в цілому.

Перш за все варто наголосити, що на сьогоднішній день представлена широка вибірка різноманітних інструментів для цифровізації соціально відповідальних аспектів бізнесу. Проте, варто підкреслити, що ознайомлення і початкове впровадження діджитал-методик найкраще починати з відповідальності перед своїм внутрішнім середовищем, а саме з орієнтації на підвищення добробуту власних співробітників і врахування їх соціальних інтересів. Як відомо, фізичний і моральний комфорт працівників на робочому місці сприяє підвищенню їх продуктивності та задоволеності, а відповідно, несе позитивний вплив на ефективність роботи підприємства в цілому [2]. Багато великих міжнародних компаній на сьогоднішній день зменшують бюрократичні заходи та спрощують ієрархічні моделі всередині компанії, інвестуючи у використання програмного забезпечення для підтримки та контролю за людськими ресурсами. Дані хмарні технології дозволяють зосередитися першочергово на людських взаємовідносинах та оптимізувати такі процеси, як, наприклад: прийняття на роботу, адаптацію, навчання тощо. Серед переваг даних застосунків у контексті соціальної відповідальності перед співробітниками виділяються спеціальні алгоритми щодо підбору колег зі схожими інтересами, синхронізації даних між працівниками щодо важливих подій, або стану вихідних, спрощення процесу підписання документів за допомогою електронних підписів і збереження їх на хмарному сховищі з постійним доступом. У результаті, компанія, інвестуючи у подібні діджитал-технології, створює сприятливі умови для розвитку та адаптації співробітника, який розуміє, що усе необхідне знаходиться в одному застосунку та відчуває себе захищеніше та впевненіше на робочому місці.

У сучасному світі існує переконання: якщо компанії немає в соціальних мережах чи в Інтернеті в цілому, то її бізнес навряд чи можна назвати успішним. Соціальні мережі, такі як Instagram, Twitter чи Facebook, можуть бути основною платформою щодо залучення та комунікації зі споживачами, проте з іншого боку вони можуть розглядатися як інструмент, який супроводжує суттєві репутаційні ризики. Важливість дотримання соціальної відповідальності фактично, а не на папері, важко переоцінити, оскільки цифрові засоби інформації є доступними для широкого загалу, та незадоволених співробітників у тому числі, що загрожує втраті позитивного іміджу у цільовій аудиторії. Хорошим прикладом слугуватиме ситуація, яка мала місце на вітчизняному просторі навесні 2021 року у мережі ресторанів Хлібний у Києві. Колишня співробітниця у мережі Instagram розповіла, що пригостила своїх друзів продукцією закладу, використавши корпоративну знижку. Після цього її звільнили і не виплатили зарплату за два місяці. Також дівчину звинуватили в «крадіжці». Цей кейс викликав великий резонанс, у результаті чого на «Хлібний» зійшла хвиля критики. Таким чином, стає зрозуміло, що соціальна платформа стала причиною негативного впливу на репутацію мережі закладів, оскільки клієнти зіштовхнулися з невиконанням компанією своїх соціальних обов'язків перед працівниками [3].

Тенденції до вдосконалення діяльності організацій у рамках парадигми діджиталізації та сталого розвитку спричинило необхідність до впровадження організаціями власних ініціатив щодо підтримки різних верств суспільства. Наприклад, міжнародна корпорація «Ашан» презентувала власний спосіб корпоративної соціальної відповідальності і внесок у сталий розвиток шляхом розробки двох додатків — ConnectPRO і «Перекладач жестової мови (ЖМ)», які спрощують життя людей з вадами слуху. Додаток вдалось адаптувати як для внутрішніх, так і зовнішніх потреб компанії, для яких раніше завжди залучали сурдоперекладача. Таким чином, компанія впевнено залучає до роботи співробітників з вадами слуху, тим самим виконуючи велику місію у сфері соціальної відповідальності [4].

Світова практика в свою чергу ілюструє можливості для поєднання діджитал-трансформації зі стійким розвитком екологічного спрямування та пояснює, що залучення цифрових технологій дає змогу зменшити вирубку лісів, шляхом переведення документів на хмарні сховища, а сучасні розумні датчики та монітори знають, коли приміщення та будівля не використовуються, і можуть автоматично регулювати використання електроенергії, опалення та охолодження повітря за потреби. Таким чином Google, наприклад, збирався скоротити витрати на охолодження центру даних на 40 % за допомогою машинного навчання та автоматизації, заощаджуючи кошти та водночас робити внесок у поліпшення стану навколишнього середовища [5].

Отже, у висновку варто зазначити, що цифрова трансформація є досить суперечливим фактором, оскільки має під собою на увазі, як ґрунтовні переваги у вигляді зростання задоволеності, а відповідно мотивації та ефективності роботи працівників, зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище та вирішення суспільно важливих проблем для різних верств населення, та в той же час тягне за собою репутаційні ризики та проблеми. Але, підсумувавши викладені фак-

ти, стає зрозуміло, що чесне та усвідомлене дотримання аспектів соціальної відповідальності дозволяє нівелювати негативні впливи і навпаки підвищити ефективність корпорації.

Література:

1. Corporate Responsibility in the Digital Era [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://sloanreview.mit.edu/article/corporate-responsibility-in-the-digital-era/>
2. Бурлакова Ю.М. Дослідження особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Вісник Хмельницького національного університету 2014. № 6. Т. 1. С. 220–227
3. Бліц: Експерти про кейс Хлібного [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://vctr.media/blicz-eksperty-v-sfere-kommunikaczij-o-kejse-hlebnogo-68147/>
4. Digital-технології, що роблять світ доступним для нечуючих. Кейс компанії «Ашан Україна» [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://responsiblefuture.com.ua/digital-tehnologiyi-shho-roblyat-svit-dostupnim-dlya-nechuyuchih-kejs-kompaniyi-ashan-ukrayina/>
5. How Digital Transformation Aligns With Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2017/11/21/how-digital-transformation-aligns-with-corporate-social-responsibility/?sh=6cc4bd3558bf>

Гавриш А. О.

*«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Веремієнко Т.С.*

ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ВІДТОКУ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ЗА КОРДОН

Проблема міграції трудових ресурсів не є новою для України. Тисячі молодих людей щорічно покидають країну в пошуках кар'єрних можливостей, грошей і кращого життя в цілому. Як результат, у країні відбувається так званий «відтік мізків», виїжджають висококваліфіковані спеціалісти і в країні-донорі (тобто Україні) починає відбуватися деградація трудових ресурсів. Люди виїжджають, незважаючи на те, що робота за кордоном не завжди відповідає їхнім очікуванням. Молодими українцями рухає не лише бажання заробляти гроші, але перш за все отримати доступ до якісного рівня життя.

Прискорене скорочення населення країни може мати серйозні економічні та геополітичні наслідки для країни в найближчі десятиліття. Наприкінці січня 2020 року український уряд оприлюднив цифровий перепис населення, результати якого свідчили про те, що населення країни зменшилося набагато більше, ніж уявлялося раніше. Під час перепису було встановлено, що в Україні проживає 37,3 млн осіб — відбулося зменшення на 11,2 млн з часу останнього офіційного перепису населення, проведеного в 2001 році. Цей показник також свідчить про значне скорочення населення після незалежності України, яке становило майже 52 млн людей. Хоча інші опитування Державної служби статистики України відзначають більший показник кількості населення, ніж цифровий перепис населення, вони також підтверджують значне зменшення кількості населення країни за часи незалежності. У листопаді 2019 року стало відомо, що населення України складало 41,94 млн осіб, а країна втратила 212 тис. осіб лише за десять місяців.

Міжнародні організації попереджають, що демографічний спад в Україні, ймовірно, триватиме протягом найближчих десятиліть. Недавні демографічні прогнози ООН прогнозують, що населення України скоротиться майже на 20 % у період з 2020 по 2050 рік, що є четвертим за величиною скороченням населення у світі за цей період. У 2018 році Міжнародний валютний фонд визнав Україну найбільш проблемною країною Європи. Тим часом, орган боротьби з корупцією Transparency International оцінив Україну на 126-му місці зі 180 країн у своєму останньому щорічному рейтингу країн за сприйнятим рівнем корупції в уряді. Тож можна прийти до висновку, що дослідження перспектив призупинення міграції молоді з України є наразі дуже актуальним питанням.

Одним із шляхів запобігання відтоку української молоді закордон є не лише матеріальне стимулювання в країні, а й забезпечити базові потреби людей у безпеці, якій медичній, освіті, пенсійному забезпеченні та професійному майбутньому. Без цього неможливо буде досягти темпів зростання української економіки. Більше того, якщо відтік робочої сили не зупинити, українська економіка опиниться у плачевному становищі. Звичайно, головним фактором подолання явища трудової міграції та його наслідків є економічне зростання. Але водночас важливою складовою

мотивації українців залишатися вдома та працювати задля розвитку економіки своєї країни є задоволення не лише матеріальних, а й інших основних потреб.

Як потужну річ, яка могла б спонукати українців віддавати перевагу роботі тут, слід виділити, насамперед, безпеку, яку повинні забезпечувати правоохоронні органи. Молодь у нашій країні може не почувати себе захищеною в Україні. Це відбувається на тлі розгулу злочинності, про яку люди чують із засобів масової інформації, та браку потужного юридичного тла та поліції, яка бажає захистити населення. Регулярні звіти про мінування в регіонах України лише збільшують ступінь страху — люди бояться, що загроза може торкнутися їх або їхніх близьких. У європейських країнах людей приваблює набагато вищий рівень безпеки та культури. Є сподівання, що їх робота буде оцінена вище. Вищий рівень медицини в ЄС також приваблює. Невдоволення рівнем медичної допомоги в Україні є одним із тих факторів, які серйозно впливають на бажання молодих людей виїхати.

Поряд з цим важливо створити умови, які допоможуть покращити демографічну ситуацію в країні. Зокрема, це включає збільшення виплат за дітей, гідну суму виплат жінкам у відпустці по вагітності та пологах, пільги за медичне обслуговування та створення можливостей забезпечити дитину в хорошому дитячому садку.

Для усунення шкоди, завданої українській економіці масовою трудовою міграцією молоді, необхідно не лише створити стимули, за допомогою яких люди будуть мотивовані працювати в країні, а й залучати молоду робочу силу з інших країн. І у зв'язку з цим рішення президента Зеленського щодо полегшення процесу отримання паспортів іноземцям також має економічне значення.

Отже, можна виокремити наступні можливі заходи для покращення міграційної ситуації з молоддю в країні:

1. Формування надійного фінансового базису для молоді.
2. Запровадження різноманітних програм для стажування та працевлаштування молодих спеціалістів в Україні, так і в інших країнах для обміну знаннями.
3. Підтримка молодих бізнесменів для того, щоб в майбутньому вони були здатні розпочинати власний бізнес без тиску зі сторони підприємств, які вже довго займають свої позиції на ринку.
4. Вдосконалення діючих нормативного та правового базису та спрямування імміграційної політики спираючись на досвід інших країн.
5. Запровадження на регіональному та національному рівнях системи економічних стимулів для фірм, які створюють робочі місця для молодих спеціалістів.
6. Підтримка агентств та організацій, які сприяють співпраці навчальних і наукових закладів з різними галузями економіки.

Отже, як стає зрозуміло, проблема міграції молоді наразі стає нагальною та вимагає негайних дій для припинення, або хоча б зменшення, кількості міграційних потоків молоді з України. Окрім наведених пропозицій необхідно пам'ятати, що ключовою ідеєю для вирішення цього питання є підвищення усіх позицій економічного розвитку України та забезпечення гідного життя для молодих українців. Саме після стабілізації економіки країни відбудеться значне призупинення міграції молодих кадрів з України.

Література:

1. Брензович К. Аналіз міграційних потоків молоді з України [Електронний ресурс] / К. Брензович, М. Глодан // Науковий вісник Ужгородського національного університету. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/21055/1/8.pdf>.
2. Результати пробного перепису населення [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrcensus.gov.ua/ukr/test_cens/rppn_2019.pdf.
3. Мобільність та міграційні настрої української молоді [Електронний ресурс] // Прес-служба Профспілки працівників освіти і науки України. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://pon.org.ua/novyny/7240-moblnt-ta-mgracyn-nastroyi-ukrayinskoyi-molod.html>.
4. Звіт про дослідження настроїв української молоді в умовах візової лібералізації [Електронний ресурс] // Міжнародний інститут освіти культури та зв'язків з діаспорою. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://miok.lviv.ua/?p=13538>.
5. Міграція в Україні: факти і цифри [Електронний ресурс] // МОМ. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: https://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf.
6. Лиховід Н. Дослідження наслідків та ефектів міграційних процесів в Україні [Електронний ресурс] / Н. Лиховід // Державне управління: удосконалення та розвиток. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1058>.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ WORKFLOW

Вступ: Сучасна ситуація економіки України характеризується економічним дисбалансом, інфляцією, безробіттям, падінням ВВП, неузгодженістю правової бази та вимогам політичної й економічної ситуації. Це викликає відсутність цілісної економічної стратегії України, ігнорування необхідності в інституціональних перетвореннях та невиконання базових завдань.

Негативний вплив на економіку, що чинять зовнішні та внутрішні фактори вимагають від керівників компаній, щоб відбувся перегляд форм господарювання, а також створення моделі бізнесу, що зможе забезпечувати високі фінансові показники.

Управління більшістю українських підприємств відбувається на особистому досвіді й розумінні керуванням бізнесу топ-менеджерами, що здебільшого використовують адміністративно-авторитарні методи управління.

Через це дослідження полягає у освітленні системи Workflow і необхідності впровадження її в сучасних компаніях для структурно-якісної оптимізації процесів бізнесу та для підвищення ефективності та успішного розвитку підприємства. Оптимізація бізнес-процесів є головним завданням інноваційних підприємств.

Методи дослідження: опрацювання зарубіжних і вітчизняних електронних джерел. Дослідження досвіду зарубіжних і вітчизняних компаній використання Workflow.

Огляд фахової літератури: дослідження системи Workflow та оптимізація бізнес-процесів підприємства розглядалися у працях науковців, зокрема: Бойчук Н.Я., Орел В.В., Х. Пек, Ареф'єва О.В. та ін. А також використання професійного інформаційного порталу Integrify.

Результати досліджень: Workflow - це створення та оптимізація шляхів отримання даних для завершення елементів у заданому процесі. Workflow включає пошук додаткових завдань, картографування робочого процесу в ідеальному стані, автоматизацію процесу та виявлення вузьких місць або областей для вдосконалення.

Система Workflow — це платформа, що поєднує кілька дискретних інструментів робочого процесу в одне ціле, що автоматизує процеси, які стосуються як машинних, так і людських завдань, як правило, в лінійній послідовності. Однак послідовності завдань також можуть бути динамічними або виконуватися паралельно залежно від вжитих дій або потреб процесу. Робочі процеси можуть інтегруватися з існуючими системами за допомогою API, що дозволяє адміністраторам підключати та передавати дані між програмами як частину процесів робочого процесу.

Workflow складається з трьох основних компонентів.

1. Попередньо визначені кроки.

Кроки — це заздалегідь визначена рамка завдань у робочому процесі. Вони забезпечують ясність того, що відбувається на кожному етапі робочого процесу до кінцевої точки. Кроки можуть бути ручними або автоматизованими на основі різних робочих процесів.

Кроки в робочому процесі можуть бути лінійними, розгалуженими або поєднанням обох.

2. Зацікавлені сторони.

Зацікавлені сторони — це люди, які відповідають за виконання конкретних завдань у процесі роботи. Зацікавлені сторони призначаються або кожному кроку робочого циклу, групі етапів, або цілому робочому процесу.

У деяких робочих процесах кроки повністю автоматизовані, що робить зацікавлені сторони менш активними. Зацікавлені сторони вступають у робочий процес лише в певних умовах або коли виникають проблеми.

3. Умови.

Умови — це правила робочого процесу. Вони визначають, коли певний крок завершено, і яким повинен бути наступний крок. Умови є найкориснішими для робочих процесів типу затвердження, де деякі кроки пропускаються на основі інформації.

Ключові переваги системи Workflow:

- Впорядкування процесів.

Система Workflow намічає процеси в конкретному робочому потоці, щоб отримати огляд високого рівня.

Це допомагає виявити непотрібні або повторювані процеси, через які просто витрачається час і продуктивність команди.

- Скорочення ручної роботи та людських помилок.

За допомогою системи Workflow можливо автоматизувати людські процеси.

Тобто замість електронних таблиць можна використовувати програмне забезпечення для управління проектами для автоматичного відстеження завдань команди.

Оскільки більшість даних потрібно вводити лише один раз, це зменшує ймовірність людських помилок. Більше того, це пришвидшує робочий процесу, підвищуючи продуктивність компанії.

- Покращення прозорості та підзвітності компанії

Більшість систем управління робочим процесом чітко виділяють усі дані, що стосуються робочого процесу.

Наприклад, програмне забезпечення для управління проектами показує: які завдання повинна робити команда, коли слід закінчити кожне з них, хто призначений для певного завдання

Тобто у будь-який час можна точно відслідкувати, як усе просувається, що також допомагає виявити будь-які потенційні перешкоди.

- Ефективне спілкування

Коли зрозуміло, що робити, легко контролювати інформацію про завдання чи проект. Це допомагає членам команди швидше зрозуміти проблеми та запитання до одне одного.

Крім того, Workflow дозволяє надзвичайно легко відстежувати завдання кожного члена команди.

Значущість даного методу для українських компаній полягає у тому, що він пропонує шляхи прискорення пристосування і зменшення часу реакції підприємств на швидкі зміни, що відбуваються в бізнес середовищі. Методи Workflow полягають у зібранні таких характеристик, завдяки яким, внесення змін стає стандартною процедурою. Через це технологія Workflow необхідна компаніям України.

Головних завдання Workflow є знаходження набору інструментів для аналізу й автоматизації функцій процесів бізнесу. Дана технологія застосовує такі методики:

- аналіз часових витрат;
- управління якістю;
- поставка в строк;
- електронний обмін даними.

Система Workflow забезпечує постійний обмін інформацією, а також усуває невиправдані витрати. Підприємство стає динамічнішою структурою. Workflow показує приховані проблеми підприємства й забезпечує зв'язок між людьми і технологіями. Під час такої технології моделюються процедури з високим ступенем точності й деталізації. Впровадження Workflow у компанії підвищує ефективну діяльність підприємства.

Висновки і пропозиції: дослідження теми показує, що компанії України не використовують повною мірою новітні технології для оптимізації своєї діяльності. Через це підприємства не тільки не можуть максимально реалізовувати свій потенціал, але й частково втрачають фінансові можливості.

Як вихід, моя пропозиція — шукати шляхи оптимізації бізнес-процесів, одним з яких є Workflow. Адже цей метод пришвидшує взаємодію між виконавцями та підвищує керованість підприємства. Бізнес-процесам стає легше динамічно змінюються, а це дозволяє підприємству бути на крок попереду конкурентів й відповідати вимогам управлінської діяльності сьогодення.

Література:

1. Ареф'єва О.В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентоспроможність / О.В. Ареф'єва, Т.В. Луцька // Європейський ун-т. — К.: Вид. Європейського ун-ту, 2009. — 96с.

2. Бойчук Н.Я. ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС — ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ [Електронний ресурс] / Бойчук Н.Я., Орел В.В. // Економічне управління підприємством — Режим доступу до ресурсу: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/62623>.

3. 10 Features Every Workflow Management System Should Have [Електронний ресурс]. — 2021. — Режим доступу до ресурсу: <https://kissflow.com/workflow/workflow-management-system-10-must-have-features/#what>.

4. Workflow System [Електронний ресурс] // Integrify — Режим доступу до ресурсу: <https://www.integrify.com/workflow-system/>.

5. Peck H. 5 reasons why you need workflow management [Електронний ресурс] / Holly Peck // ClickUp — Режим доступу до ресурсу: <https://clickup.com/blog/workflow-management>

Данільєв Д.К.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н.,
професор кафедри міжнародного менеджменту Лук'яненко О.Д.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Незважаючи на соціально-економічні проблеми, що сповільнюють прогрес, інновації в Україні неухильно розвиваються. Інноваційна сила країни полягає, найголовніше, у її людському капіталі. Проте регуляторні та інституційні обмеження, що випливають з нестабільного політичного та економічного середовища недавнього минулого, заважають конкурентоспроможності та ефективному перетворенню цих можливостей на більш сильніші інноваційні показники. Низька участь бізнес-сектору в дослідженнях і розробках (НДДКР), скромна частка експорту високих технологій і слабка здатність комерціалізувати інноваційні ідеї перешкоджають переходу до економіки, заснованої на знаннях, заважаючи Україні ефективно використовувати свої інноваційні потужності [1, с. 341].

З 2010 року бізнес-сектор майже повністю складався з мікро- і малих підприємств, залучення яких до інновацій зростає, але залишається внутрішньо зосередженим. У 2017 році мікропідприємства становили 82,2 %, а малі — 13,2 % усіх підприємств. Того року майже 70 % інновацій (як у галузі товарів, так і послуг) було розроблено для використання підприємствами, а не для ринку. Хоча кількість інноваційних фірм у 2018 р. зросла, переважно зосереджених в областях Харкова та Києва, тип інновацій залишався переважно технологічним — закупівля машин, обладнання та програмного забезпечення [2, с. 39].

Метою роботи є дослідження стану інноваційної діяльності в Україні та надання рекомендацій щодо подальшого розвитку інноваційної діяльності України. Позитивна динаміка досліджених показників, особливо у високотехнологічному секторі, свідчить про ефективність усієї науково-технічної та інноваційної системи України, включаючи підтримку національної конкурентоспроможності, що свідчить про актуальність розвитку інновацій в Україні.

Дослідження проведено на основі аналізу міжнародних індексів і даних Державної служби статистики України.

Вагомий внесок в актуальні дослідження інноваційної діяльності України зробили вітчизняні вчені Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша, Рожкова Л.В., Коваленко О.В.

Також, варто звернути увагу на дослідження Європейської економічної комісії Організації Об'єднаних Націй, а саме аналітичну працю «Перспективи субрегіональної інноваційної політики 2020: Східна Європа та Південний Кавказ».

Загальні витрати підприємств на інновації зросли протягом 2017–2019 років, особливо в регіонах Дніпропетровська та Запоріжжя [3]. Розбіжності між регіонами підкреслюють необхідність надання більшої підтримки розвитку приватного сектору та участі в інноваціях для покращення конкурентоспроможності фірм і створення синергії між ними.

Згідно з Глобальним Індексом Інновацій у 2019 року, майже третина інвестицій в Україні у НДДКР поступила з-за кордону. Україна посіла 15-е місце (із 129 економік) за валовими витратами на НДДКР із-за кордону. Розподіл внутрішніх витрат на НДДКР (16 млрд грн) показує, що у 2018 році більше половини (56,3 %) пішло на науково-технічний (експериментальний) розвиток, тоді як 22,7 % пішло на фундаментальні наукові дослідження і 21 %к на прикладні наукові дослідження. Витрати зосереджені у Харкові, Дніпропетровську та Запоріжжі (по 1–3 млрд грн) та Києві (7,5 млрд грн), де розташовані основні наукові установи країни.

В Україні на мільйон громадян працює приблизно 988 дослідників. Якість освіти є однією з основних сильних сторін економіки не лише порівняно з субрегіональним рівнем, а й у глобальному масштабі. У Глобальному Індексі Інновацій 2019 року Україна посіла 14-те місце за рівнем зарахування до вищих навчальних закладів, на цьому рівні навчалось 83,4 % населення. Вражаючішим є те, що вона посідає 2-е місце за працевлаштуванням жінок зі вченими ступенями (майже 30 % усіх зайнятих). Крім того, у 2019 році країна добре показала три виміри Глобального індексу конкурентоспроможності — набір випускників (54 місце із 141) і простота пошуку кваліфікованих працівників (53 місце), а також визнання науково-дослідних установ (44 місце) — хоча і у вимірі державного розвитку кластерів Україна посіла менш вигідне місце (96-е місце) [4, с.571–573].

Ефективність інноваційної діяльності України у 2019–2020 рр. знизилась за більшістю інших показників. Причинами цього є зменшення витрат на дослідження та розробки та освіти у відсотках до ВВП, що вплинуло на якість розвитку людського капіталу та досліджень. Крім того,

рівень розвитку інноваційної інфраструктури залишається досить низьким порівняно з провідними країнами світу. До слабких сторін також належать захист прав інтелектуальної власності, розвиток кластерів і частка населення, яке користується Інтернетом.

Серед досягнень України — покращення позиції за такими показниками: індекс залучення талантів, ринкові та регуляторні можливості на ринку праці, креативність, проникнення високих технологій, кваліфікованість [2, с. 38].

Отже, Україна повільно рухається до переходу до економіки, заснованої на інноваціях і знаннях, досягши певних результатів:

- порівняно високі показники в галузі технологій і творчих результатів;
- значна участь у вищій освіті, що сприяє великому обсягу талантів у країні;
- значне зростання сектору ІКТ за останні роки, з високою часткою у загальній торгівлі послугами ІКТ та експортом високих технологій;
- задовільні показники доходів від інтелектуальної власності з-за кордону.

Проте, цього недостатньо для того, щоб країну можна було вважати високо інноваційною та конкурувати з Європейськими країнами, тому потрібно вжити заходів для розвитку інноваційної діяльності в Україні, а саме:

- збільшити частку високотехнологічних товарів у загальному обсязі виробництва;
- збільшити державні та приватні інвестиції у НДДКР, зміцнити зв'язок між галуззю та наукою та заохотити модернізацію технологій;
- комерціалізувати більш інноваційні ідеї, стимулюючи попит на внутрішньому ринку;
- вдосконалити законодавство із захисту інтелектуальної власності.

Література:

1. UNECE (Європейська економічна комісія ООН) (2020). Аналітична праця «Перспективи субрегіональної інноваційної політики 2020: Східна Європа та Південний Кавказ», 2020. — 414 с.
2. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша, Рожкова Л.В., Коваленко О.В. — К.: УкрІНТЕІ, 2020. — 45 с.
3. Укрстат (Державна служба статистики України) (2020). Статистична інформація про Україну (база даних). <https://ukrstat.org/ru>
4. WEF (Світовий економічний форум) (2019). Звіт про глобальну конкурентоспроможність, 2019. — 666 с.

Потапчук А.В.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець Н.М.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ СПОЖИВАННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩЕ

За сучасних умов інтенсифікації глобальних трансформацій, серед факторів яких є пандемія COVID-19, відбувається формування якісно нових умов існування та взаємодії суб'єктів глобальної економічної системи в контексті посилення глобальної конкуренції. Розуміння поведінки споживачів має важливе значення для досягнення компанією високих результатів з реалізації своїх поточних і нових продуктів: надає змогу диференціювати та утримувати споживачів, передбачати ринкові тренди, підтримувати конкурентоспроможність і залишатись релевантними до вимог ринку. Якщо компанія не аналізує реакції та рефлексії споживача на пропонування нею товар/послугу і не прогнозує модель споживання, є висока вірогідність понесення нею збитків і вимушеного виходу з ринку.

Актуальність запропонованої теми зумовлена високим коефіцієнтом кореляції між змінами моделей споживання та економічною ефективністю бізнес-середовища у довгостроковій перспективі. Відсутність глибинного аналізу структурних зрушень у моделях поведінки та алгоритмах вибору споживачів становлять перешкоду для фінансової стійкості та стабільності функціонування глобального бізнесу.

У рамках реалізації даного дослідження були використані наукові методи: емпіричні (експеримент, спостереження, опис) і теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, пояснення, класифікація тощо), а також системний, функціональний, конкретно-соціологічний.

Варто зазначити, що теорії споживання та вибору почали досліджуватись А. Смітом і Д. Рікардо у XVIII ст., а з початку XX ст. стали об'єктом дослідження наукових праць А. Маршала, Д. М. Кейнса, Д. Д'юженбері, М. Фішбайна, І. Айзена, М. Фрідмана та інших науковців. Вчені розкрили базові моделі поведінки споживачів на різних етапах взаємодії з продуктом і вплив цих дій на формування та функціонування структури економіки і бізнесу. Серед вітчизняних учених, які присвячували свої наукові праці дослідженню моделей споживання та їх видової структури, варто зазначити О. Марушевську, А. Кудінову, Л. Мельника, Є.Слущького. У той же час за сучасних умов розвитку актуалізується дослідження щодо взаємозв'язку моделей споживання, типів поведінки споживача та циклічності економіки в контексті їх постійної трансформації, що супроводжуються розвитком глобального бізнесу.

Класичні теорії споживання та моделі, що формуються на їх основі, передбачають вибір споживача залежно від доходу, цін, демографічної складової та індивідуальних вподобань. Саме на основі цих факторів суб'єкти бізнес-середовища зазвичай прогнозують попит і створюють відповідну пропозицію, регулюють виробництво та зовнішньоекономічну діяльність. Проте, зі стрімким розвитком глобалізації фактори впливу значно трансформувались. Якщо раніше точне визначення моделі споживання населення було можливим завдяки теорії цін чи доходу, наприклад, на основі поділу споживачів на бідних і багатих, то за сучасних умов парадигма економічно-соціальних досліджень базується на ширшій вибірці інструментів аналізу та прогнозування. Для аналізу особливостей споживання у різних країнах важливо усвідомлювати та враховувати основну характеристику сучасного стану світової економіки – інтенсифікацію глобальних трансформацій і високий ступінь невизначеності щодо подальшого розвитку пандемії, оскільки саме вона мала глибокий структурний вплив як на пропозицію, так і на споживання. На світовому ринку наразі виокремлено основні драйвери потенційного економічного розвитку — глобалізація та стрімке зростання впливу середнього класу на тенденції споживання. Як один з основних чинників формування моделей споживання глобалізація має прямий та опосередкований вплив. Насамперед глобалізація уніфікує шаблони споживання між населенням різних країн, в результаті чого економічно-соціальні, культурні та навіть політичні особливості тієї чи тієї країни асимілюються з попитом і трендами на глобальному ринку.

Одним з факторів зростання глобального споживання є сучасні технології, що призводять до значних змін у поведінці споживачів. Вони надають доступ до інтеграції в світову економіку шляхом глобального споживання та розвитку міжнародного бізнесу. Технології знищують бар'єри між країнами та роблять значний внесок у глобалізацію економічного та бізнес-середовища. Наразі спільні риси моделей споживання впливають не лише на те, що та як люди купують, а й на географію їх споживання. Потреба споживачів у глобальних брендах зростає з розвитком економіки. Споживачі середнього класу у країнах, що розвиваються, стають основним рушієм їх інтеграції у світову економіку. З часом їх моделі споживання трансформуються та стають схожими до тих, що розвинені серед споживачів у багатих країнах. Тобто моделі споживання населення різних країн з часом стануть однорідними за умови розвитку зовнішньоекономічних відносин та стрімкої глобалізації. Явище гомогенізації моделей споживання може також стати відповіддю на зростаючу нерівність, зокрема соціальну, і попередити її негативні наслідки.

Проте існує і зворотній сценарій: при несприятливому темпі відновлення після пандемії COVID-19 частка інтегрованого глобального споживання може значно зменшитись, а моделі споживання зазнають ще більшої диференціації. Як наслідок, компаніям буде важче задовольняти розрізнений попит і розширювати свої потужності на міжнародних ринках, а сповільнена глобалізація зменшить можливості для розвитку зовнішньоекономічних зв'язків між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Таким чином може відбутися стагнація міжнародної торгівлі та бізнесу, яку можна попередити шляхом формування сприятливого середовища для міжнародної співпраці.

Основними загрозами, що пов'язані з трансформацією моделей споживання, для глобального бізнес середовища є:

- деглобалізація, яка набула особливої актуальності в умовах пандемії, що призводить до мінімізації можливостей для міжнародної експансії та співпраці за рахунок збільшення попиту та орієнтації на товари локального виробництва, диверсифікації споживчих вподобань, що ускладнює адаптацію до нових ринків;
- гіперспоживання, яке спричиняє дефіцит фінансових і природних ресурсів у довгостроковій перспективі;

- волатильність моделей споживання у зв'язку з високим ступенем невизначеності та нестабільним станом макроекономічного середовища.

Для нівелювання негативного впливу цих факторів необхідно насамперед збільшити частку видатків на вдосконалення людського потенціалу, аби прискорити зростання економіки країн, що розвиваються, і менш розвинених країн. Це стимулюватиме їх економічну, соціальну та політичну інтеграцію, що вплине на оптимізацію моделей споживання за рахунок асиміляції вподобань з глобальними шаблонами споживання. Цей вплив дозволить компаніям ефективно задовольняти попит, оптимізувавши адаптацію до нових ринків і масштабувати свою діяльність. Для усунення негативного впливу гіперспоживання необхідно застосовувати поєднання регуляторних можливостей державних структур і виконавчої сили бізнесу, що передбачає зміни у виробництві та реалізації товарів і послуг. Ефект від даної синергії передбачає формування нових трендів у споживанні, що поступово трансформуватиме модель споживання на глобальному ринку. Негативний вплив волатильності моделей споживання усувається за рахунок глибинних перманентних досліджень та аналізу споживачів на кожній стадії взаємодії з продуктом відповідно з певним періодом економічного циклу, демографічними змінами, станом конкурентного середовища та іншими макро- і мікроекономічними факторами впливу.

Отже, для досягнення ефективного функціонування бізнесу в умовах глобалізації, невизначеності та посиленої конкуренції необхідно насамперед орієнтуватися на споживачів і трансформації в моделях їхнього споживання, що впливають на становлення сучасного бізнес-середовища. Вплив змін моделей споживання на попит і його задоволення за останнє десятиліття доводять важливість врахування цього фактору, як одного з першочергових для аналізу та оптимізації ведення міжнародного бізнесу.

Література:

1. World Bank Open Data Режим доступу: <https://data.worldbank.org>
2. McKinsey Global Institute Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/all-research>
3. Kar, (2010). Consumer behaviour over the last 25 years, Oxirm Research
4. Chai, (2018). Household consumption patterns and the sectoral composition of growing economies: a review of the interlinkages

Ярош М.В.

*«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Олійник В.В*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНУ ЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Діджиталізація суспільства розпочалася ще до початку коронавірусної кризи. Термін описує перехід від індустріальної епохи і аналогових технологій до епохи цифрової трансформації суспільства та бізнесу. Пандемія коронавірусу, яка розпочалася наприкінці 2019 року, змусила багато компаній в короткі терміни впровадити технології, до розвитку яких вони тільки планували приступити. В умовах такої економічної невизначеності міжнародні компанії разом із локальними підприємствами намагаються укріплювати позиції на ринку та залишатися конкурентоспроможними, адаптуючись до постійних змін зовнішнього середовища. Однак більшість підприємств, що не використовували діджитал-інструменти в своїй роботі, все ще не мають уявлення, що саме потрібно впровадити і які діджитал-технології можуть допомогти бізнесу уникнути банкрутства. Саме тому метою даного дослідження є висвітлення переваг впровадження цифрових технологій і конкретних дій, до яких вдавалися великі міжнародні компанії, аби залишатися конкурентоспроможними.

Під час написання роботи були використані такі методи дослідження, як узагальнення інформації; аналіз сучасного стану розвитку діджиталізації в різних галузях міжнародного бізнесу під час пандемії коронавірусу та прогнозування (для характеристики подальших тенденцій розвитку діджиталізації в умовах COVID-19).

У результаті дослідження проаналізовано праці таких вітчизняних науковців, як О. Абакуменко, О. Грибіненко, О. Гудзь, М. Дубина, О. Козляченко, С. Король, Т. Лазоренко. Однак, явище діджиталізації детальніше та глибше дослідили зарубіжні вчені та науковці, а саме О.В. Халапсіс, Ж.-П. де Клерк, С. Бреннен та Д. Крайс та інші.

Не дивлячись на те, що термін діджиталізація вже не новий, наразі лише невелика кількість вчених і науковців приділили йому належну увагу. Однак, у зв'язку з пандемією коронавірусу, явища діджиталізації, цифрової економіки та цифрової трансформації почали обговорюватися та аналізуватися все частіше і частіше.

Вплив пандемії на міжнародну економіку в цілому є вирішальним, адже з нього випливає не лише прискорення процесів діджиталізації, але й негативні економічні наслідки:

- зниження індексу фондової біржі Financial Times на 14,3 % у 2020 році, що є найгіршим показником з 2008 року [1];

- підвищення світових показників рівня безробіття населення у 2020 році;
- рецесія в більшості країн світу як наслідок удару пандемії по рівню ВВП;
- зниження купівельної спроможності споживачів по всьому світу.

Таким чином, пошук рішення для ефективної боротьби з наслідками пандемії стало головним питанням багатьох міжнародних компаній і підприємств. Аби уникнути банкрутства, мати змогу платити податки державам та отримати прибуток міжнародні компанії вдалися до таких змін:

1. Швидкі та значні інвестиції в розвиток діджитал-технологій

Згідно з дослідженням, проведеним McKinsey, респонденти-підприємці вказали, що їх компанії змогли впровадити цифрові зміни в 20-25 разів швидше, ніж могли б очікувати [4]. Зокрема, в області віддаленої роботи респонденти зазначили, що бізнес зміг впровадити рішення в 40 разів швидше, ніж можна було б очікувати в умовах до пандемії. Великі міжнародні компанії (P&G, UNILEVER, KPMG, DELOITTE тощо) та ТНК змогли швидко та якісно створити дієве рішення, яке дозволило працівникам продовжувати роботу вдома.

2. Збільшення використання автоматизації для покращення взаємодії з клієнтами та створення безконтактних послуг

У зв'язку з пандемією, міжнародні компанії прийняли рішення збільшити кількість безконтактних операцій з клієнтами та на виробництві, аби створити безпечні умови для споживачів та справляти на них позитивне враження. Автоматизація має величезний потенціал для брендів, допомагаючи управляти всім, від запасів до оплати клієнтом товару і оформлення замовлення. Велика кількість логістичних компаній, DHL, XPO Logistics та Keuhne + Nage, збільшили свої інвестиції в розвиток автоматизації, аби покращити роботу з клієнтами та мінімізувати фізичних контакт з ними в період пандемії коронавірусу.

3. Діджитал-технології як можливість для інновацій та розвитку

До пандемії багато компаній розглядали діджиталізацію як засіб економії фінансових ресурсів і зменшення зайвих витрат. Якщо дані можна аналізувати та автоматично надсилати електронні листи, це звільняє команду продажів і команду маркетингу від зайвої роботи і допомагає зосередитись на інших завданнях. Однак цифрова трансформація також пропонує бізнесу величезні можливості для інновацій і пошуку шляху до своєї галузі.

Метою тут має бути створення та розвиток оптимізаційних сервісів по всій організації. Програмне забезпечення для проведення конференцій, платформи для розміщення проектів, можливості відстеження моніторингу досвіду споживачів та інші важливі форми програмного забезпечення слід вибирати з урахуванням їх здатності створювати єдиний досвід, щоб компанії могли працювати з якомога меншою плутаниною та перебоями.

Яскравим прикладом компанії, що збільшила інвестиції в розвиток діджиталізації у період пандемії коронавірусу, є LEGO Group. Як результат, доходи компанії зросли в 2 рази під кінець 2020 року.

4. Збільшення інвестицій у кібербезпеку

Оскільки компанії в різних галузях покладаються на технології та програмне забезпечення, щоб допомогти надавати ключові послуги своїм клієнтам, забезпечення безпеки цієї інформації стало головним пріоритетом. У середньому на виявлення та локалізацію порушення кібербезпеки йде 280 днів і це обходиться компаніям в середньому в 3,86 млн дол. [2].

Під час пандемії пріоритети кібербезпеки в організаціях також змінилися. Вони перейшли від надання підтримки при виконанні повсякденних завдань та обслуговування внутрішніх мереж до розширення можливостей віддаленої робочої сили. Компанії по всьому світу почали частіше використовувати віртуальні приватні мережі (VPN), а також працювати над навчанням і захистом співробітників від шахрайства і атак [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що пандемія змусила міжнародних економічних гравців знищувати бар'єри, які колись стояли на шляху впровадження діджитал-трансформацій, таких як мережева безпека, що дозволяє працівникам виконувати роботу віддалено, та створення стеку технологій, що будуть підтримувати цифрову безпеку даних компаній. Цілком ймовірно, що більшість змін матимуть місце в майбутньому.

Пандемія коронавірусу стала каталізатором розвитку діджиталізації та збільшення кількості інвестицій у цифрові технології по всьому світу. Міжнародні компанії почали приділяти більше уваги цінностям, які надає діджиталізація і перестали сприймати її лише як засіб зменшення фінансових витрат. Очікується, що кількість інвестицій у розвиток цифрових технологій буде зростати протягом 2021-2025 років, адже без діджитал-підтримки компаніям буде важко конкурувати на міжнародному ринку і задовольняти потреби споживачів. У зв'язку з локдауном в більшості західноєвропейських країн, де зараз працюють лише магазини з товарами першої необхідності, виникла гостра необхідність онлайн присутності компаній та їх здатності утримувати рівень продажів на тому ж рівні, як це було і до спалаху захворюваності COVID-19. Поведінкові звички покупців стрімко зазнають змін і така необхідність буде актуальною і надалі, коли пандемія коронавірусу піде на спад.

Література:

1. Coronavirus: How the pandemic has changed the world economy, BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/business-51706225>
2. Post COVID-19: What's next for digital transformation? EHL Insights. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-next-digital-transformation>
3. The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World, The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world>
4. How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever, McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever#>
5. COVID-19 is accelerating the rise of the digital economy, BDO United States. URL: <https://www.bdo.com/insights/business-financial-advisory/strategy,-technology-transformation/covid-19-is-accelerating-the-rise-of-the-digital-e>

ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Неліна І.І.

«Облік і оподаткування», 5 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

та консалтингу Кругла М.М..

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ МСФЗ

З кожним днем все актуальнішим стає питання переходу компаній на ведення обліку за Міжнародними стандартами обліку та фінансової звітності. Це пояснюється тим, що МСФЗ є одним з головних інструментів, що гарантують надання прозорої та доступної інформації про фінансовий стан та фінансові результати підприємства, яка необхідна для прийняття економічних рішень різними групами користувачів: менеджерами компанії, потенційними інвесторами та державі. Крім того, МСФЗ дозволяє підлаштовувати формат ведення обліку та складання звітності відповідно до потреб підприємства.

Тому для правильного та швидкого переходу з національних стандартів на міжнародні підприємства залучають спеціалістів консалтингових фірм для отримання практичних порад і набуття досвіду. Окрім загальних відомостей про перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності та трансформації обліку, консалтингові послуги замовляють також і для специфічних напрямків, як то роз'яснення положень окремого нового 123 стандарту або ж відображення доходів за контрактними договорами за МСФЗ 15.

У 2018 році був запроваджений новий стандарт 16 «Оренда», положення якого були актуальними для більшості підприємств, що вели облік за МСФЗ, тому аудиторські та консалтингові фірми масово отримували запити для роз'яснень того, як і до яких активів застосовувати стандарт, як визначити період оренди та оцінку актива з права користування, а також як нарахувати відповідні доходи та витрати.

Схожа ситуація виникла у вітчизняних компаній при спробі імплементувати положення стандарту бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка». Стандарт набув широкого використання, оскільки він визначає ведення обліку за основними фінансовими активами та зобов'язаннями. А оскільки кожне підприємство має дебіторську та кредиторську заборгованості, грошові кошти, капітал, а також більшість має інвестиції, позики надані та отримані, розподілення часток у статутному капіталі та векселі, а при першому використанні стандарту не зовсім зрозуміло, що підпадає під категорії цього стандарту та як правильно зробити оцінку, компанії звертались і продовжують звертатись до спеціалістів за консультаціями. Зокрема як для банківських установ, так і для індустріальних особливою актуальністю відзначалось питання оцінки активів і зобов'язань за справедливою вартістю з відображенням результатів переоцінки як прибутку або збитку, за справедливою вартістю з відображенням результатів переоцінки в іншому сукупному доході та за амортизованою собівартістю. Відповідно від визначеної оцінки залежить фінансових результат від кожного фінансового інструменту.

Спірним положенням досі є Міжнародний стандарт фінансової звітності 15 «Дохід від договорів з клієнтами». В аудиторських висновках часто можна знайти коригування саме щодо нарахування доходу та витрат за контрактами. До речі, вказаний стандарт тісно пов'язаний з попередньо названими, так як оренда та часто фінансові інструменти вступають в дію лише після підписаного контракту. Щодо основної частини стандарту — про визначення сторін договору та його умов — питань в основному не виникає. Найскладнішим є частина стандарту, що регулює модифікації та такі поняття, як договірний актив і договірне зобов'язання, що, в свою чергу, є правом суб'єкта господарювання на компенсацію в обмін на товари або послуги, які суб'єкт господарювання передав клієнтові, якщо таке право обумовлене не плином часу, а іншими чинниками. Звісно, виникло питання, що є іншими чинниками та як правильно має відбуватись відображення дебіторської /кредиторської заборгованості та нарахування доходів/витрат, тому що, як виявилось, звичайні кореспонденції не можуть справедливо відобразити фінансовий результат за договірними інструментами.

Отже, в умовах масового переходу компаній з національних на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та звітності та зважаючи на факт того, що в масштабах України достатньо мало фірм на сьогоднішній день уже зробило цей перехід, консалтингові послуги ще довго будуть актуальними та затребуваними на вітчизняному просторі. А також беручи до уваги, постійні зміни законодавства як національного, так і міжнародного, крім початкової імплементації стандартів у діяльність компанії потрібні будуть на постійній основі спеціалісти, що зможуть роз'яснити внесені зміни.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV. Дата оновлення 02.04.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 14.04.2020)
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Оренда» : затв. Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку від 01.01.2012. Дата оновлення: 01.01.2012. від URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_018#Text (дата звернення: 14.04.2020)
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка»: затв. Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку від 01.01.2012. Дата оновлення: 01.01.2012. від URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_016#Text (дата звернення: 14.04.2020)

Сербін Т.В.

*«Облік і оподаткування», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
та консалтингу Ходзицька В.В.*

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРЮЮЧИМИ СУБ'ЄКТАМИ: ГЛОБАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

В умовах глобалізації економіки, посилення конкуренції та швидких темпів розвитку технологій процес прийняття управлінських рішень для ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання стає дедалі складнішим. Задовольнити потреби підприємства в релевантній інформації, обсяги якої постійно зростають, з метою досягнення короткострокових і довгострокових цілей дозволяє управлінський облік. Дієвість системи управлінського обліку в значній мірі залежить від його принципів, які сприяють ефективнішому прийняттю рішень.

Глобальні принципи управлінського обліку були розроблені з метою оптимізації рішень та досягнення основних стратегічних цілей підприємства. Впровадження цих принципів на практиці дає змогу сформулювати оптимальну стратегію управління організації [1]. Глобальні принципи управлінського обліку були розроблені під час міжнародних громадських консультацій 2014–2015 років у СИМА (Присяжний інститут управлінських бухгалтерів) та АІСРА (Американський інститут сертифікованих професійних бухгалтерів). Основною метою Глобальних принципів управлінського обліку є надання підтримки генеральним і фінансовим директорам, членам рад директорів у проведенні порівняльного аналізу і вдосконалення їхніх систем управлінського обліку [2].

Глобальні принципи управлінського обліку описують основоположні цінності, якості, норми й поняття, що їх мають дотримуватися фахівці з управлінського обліку [3]. Існує чотири основні принципи, які слід розглядати комплексно. Детальнішу інформацію про них наведено у табл. 1.

Чітко визначені мети, складові та умови застосування Глобальних принципів надають змогу формування ефективної стратегії управління.

Наразі, у вітчизняній практиці відбувається їх активне впровадження, проте формування системи управлінського обліку все ще знаходиться на стадії становлення, оскільки для більшості суб'єктів господарювання потрібен час для остаточного налагодження даних процесів. Отже, створення, реалізація та вдосконалення ефективних стратегій управління залишається нагальним питанням.

ХАРАКТЕРИСТИКА ГЛОБАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Принципи управлінського обліку	Мета принципів	Складові принципів
1	2	3
1. Комунікація породжує інформацію, що має вплив	Приймати ефективне рішення про стратегію та її реалізацію на всіх рівнях	1. Розробка і реалізація стратегії — це діалог. Реалізація стратегій повинна обговорюватися на всіх рівнях організації за участю всіх співробітників, щоб усунути розрізненість в діях і мисленні. 2. Комунікація є точковою. Рівень фінансової поінформованості аудиторії відомий, інформація має надаватися в доступній для розуміння формі. 3. Комунікація сприяє прийняттю ефективних рішень
2. Інформація є релевантною	Надавати організаціям підтримку при плануванні й отриманні інформації	1. Інформація є найкращою з наявної. Аби бути релевантною інформація повинна містити елемент прогнозування і враховувати питання, що здійснюють суттєвий вплив на майбутні результати. 2. Інформація є надійною і доступною. У процесі підготовки даних для аналізу, ці дані очищуються, групуються і фільтруються. 3. Інформація повинна відповідати трьом ключовим характеристикам: прив'язаність до часу; необмеженість; різноманітність
3. Аналізується вплив на вартість (за допомогою сценаріїв та моделей)	Моделювання сценаріїв, що демонструють зв'язки між чинниками виробництва і результатами	1. Моделі забезпечують розуміння варіантів. Аналіз сценаріїв забезпечує сувору оцінку рішень, які приймаються організацією. Моделі дозволяють організаціям розраховувати ймовірність успішного використання можливостей чи виникнення ризиків, а також вартість, що створюється чи знижується внаслідок цього. 2. Черговість дій визначається їхнім впливом на результат. Управлінський облік встановлює черговість дій на основі надійної логіки моделей сценаріїв, що здійснюється.
4. Розумне керування вибудовує довіру	Активно управляти відносинами та ресурсами задля захисту фінансових і нефінансових активів компанії.	1. Підзвітність і надійність. Спеціалісти з управлінського обліку несуть відповідальність перед своїми клієнтами та іншими зацікавленими сторонами за рішення, у прийнятті котрих вони беруть участь. 2. Сталий розвиток. Управлінський облік узгоджує заходи у сфері сталого розвитку зі стратегією, поєднуючи їх із рішеннями бізнесу і бізнес-моделлю. 3. Професійна доброчесність і етика. Посадові обов'язки повинні ретельно виконуватися з дотриманням взятих зобов'язань.

Глобальні принципи управлінського обліку поєднують у собі найудаліші практики зарубіжних країн, а тому заслуговують на визнання. Сформульовані в документі прозорі принципи є важливою складовою системи управлінського обліку та допомагають підприємствам досягти успіху в умовах сталого розвитку. На даний момент Глобальні принципи управлінського обліку носять рекомендаційний характер, проте важливість їх застосування підтверджується практикою.

Література:

1. Мазіна О.І. Значення глобальних принципів управлінського обліку у розвитку теорії, практики і професійних компетенцій. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2018. № 2. С. 83–90.
2. Фатенок-Ткачук А.О. Організація обліково-аналітичного забезпечення процесу формування стратегії розвитку підприємства. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 2. С. 82–91.
3. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік як інформаційне підґрунтя стратегічного менеджменту підприємства. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2014. № 797. С. 417–422.

Павловська Х.Ю.,
«Облік і оподаткування», 4 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
податкового менеджменту та
фінансового моніторингу Федорченко О.Є.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОДАТКУ НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вступ. Усі підприємства, які перебувають на загальній системі оподаткування та за результатами звітного періоду отримують прибуток, повинні сплачувати податок на прибуток. Даний податок відіграє важливу роль при оподаткуванні господарюючих суб'єктів, оскільки є фактичним джерелом наповнення бюджету. Винятковість податку на прибуток полягає й у тому, що механізм його справляння дозволяє забезпечувати практичне поєднання фіскальної та регулюючої функцій податків і стимулювати пожвавлення інвестиційної та інноваційної діяльності та розвиток конкурентних відносин. Проте, в той же час, існують дискусії на рахунок традиційного податку на прибуток транспортних підприємств. На жаль, поширеною проблемою є масове ухилення від сплати даного податку через «тіньовий» бізнес і завищення підприємствами своїх витрат, що в результаті призводить до зменшення надходжень до Державного бюджету. У зв'язку з цією проблемою виникла гостра необхідність у трансформації податку та прибутку транспортних підприємств та запровадженні податку на виведений капітал.

Методи дослідження. Для проведення дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Загальнонаукові методи — індукція, дедукція, абстрактно-логічний метод, порівняння та систематизація — використані для вивчення теоретичних засад методики оподаткування податком на виведений капітал. Для дослідження методики обліку, розрахунків за податком на прибуток і складання звітності за ним застосовано спеціальні методи бухгалтерського обліку — документування, оцінка, рахунки, подвійний запис, баланс, звітність.

Огляд фахової літератури. Тема особливостей оподаткування фінансових результатів на транспортних підприємствах, зокрема реформування податку на прибуток, є досить дискусійною і викликає значний інтерес у багатьох науковців, серед яких Т. Шевцова, О. Шемяткін, І. Таптунова, А. Савченко та інші.

Автори у своїх дослідженнях констатують те, що у чинній системі оподаткування податком на прибуток транспортних компаній база оподаткування складається із скоригованого фінансового прибутку компаній, що оподатковується за ставкою 18 %, з подальшою сплатою податку на доходи фізичних осіб на рівні 5 % і військового збору у 1,5 % при виплаті дивідендів приватним особам — засновникам таких компаній.

Результати дослідження. Податок на виведений капітал не має негативного впливу на інвестиції, оскільки база оподаткування та ставка податку є в межах міжнародної практики. Запропонований податок на виведений капітал передбачає зміну бази оподаткування на транзакції, які включають виплату дивідендів та інші форми «виведення капіталу» з податкової системи. Відповідно до проекту Закону «Про податок на виведений капітал» такі транзакції буде оподатковано за ставками 15 % для дивідендів і 20 % для інших форм виведення капіталу, ніби то завищення трансфертних цін або індексація процентних ставок за кредитами від пов'язаних осіб, що часто є ефективними формами ухилення від сплати податку. Ця система суттєво відрізняється від чинної на даний момент системи оподаткування податком на прибуток, оскільки база оподаткування складається з транзакцій з неплатниками податку на виведений капітал, та не використовує більш комплексну базу оподаткування, яку розраховують на основі фінансової звітності.

Податок на виведений капітал — це фундаментальний інший підхід порівняно з діючим зараз податком на прибуток. Основними причинами було для запропонованих фундаментальних змін оподаткування прибутку транспортних підприємств є:

✓ збільшення інвестицій. У податку на виведений капітал прибутки оподатковуються лише тоді, коли вони фактично надходять до фізичних осіб або коли капітал залишає податкову систему (наприклад до пов'язаних компаній в інших країнах). Отже, нерозподілені прибутки, використані для інвестицій, даним податком не оподатковуються, на відміну від чинної системи. Це дає змогу постійно стимулювати інвестиції;

✓ зменшення адміністративного навантаження. Оскільки база оподаткування змінюється з фінансових прибутків до операцій, податок, заснований на операціях, буде формувати менше адміністративне навантаження ніж податок на основі фінансової звітності як для підприємств, так і для податкових органів.

Прогнозують, що запровадження податку на виведений капітал у перші роки призведе до втрати доходів державного бюджету, хоча ці втрати буде компенсовано пізніше, так як стане значно легше контролювати дотримання компаніями законодавства та не допускати перенесення ними збитків на майбутні періоди. Через складний стан бюджетних фінансів в Україні при впровадженні податку на виведений капітал потрібно обов'язково переконатись, що будь-які втрати бюджетних доходів, які можуть сягнути 2 % ВВП, буде компенсовано за рахунок зниження бюджетних видатків або збільшення податків.

Адміністративний тягар на транспортні компанії та податкові органи може бути нижчим у системі податку на виведений капітал через нижчу кількість транзакцій, які є предметом для оподаткування та відсутність окремих складних концепцій обліку, на які поширюються податкові перевірки. Витрати на перехід до нової системи існуватимуть, але, імовірно, будуть низькими.

У цілому, в довгостроковому періоді система запровадження податку на виведений капітал може генерувати такі ж бюджетні доходи, як і податок на прибуток підприємств, а через менші видатки на дотримання законодавства сприятиме суттєвому зниженню адміністративного навантаження як для компаній, так і для податкових органів. Проте, податок на виведений капітал може бути запроваджений лише за умови повної та доцільної компенсації втрат бюджетних доходів, особливо в перші роки запровадження податку, за рахунок зниження бюджетних видатків або збільшення інших податкових надходжень. Тобто, без заходів компенсації сукупний вплив запровадження податку на виведений капітал буде точно негативним. Противники даного податку акцентують увагу на ще одній проблемі: запровадження податку на виведений капітал може ускладнити бухгалтерський облік та життя бухгалтерам.

Висновки і пропозиції. Зважаючи на всі перспективи та проблеми запровадження податку на виведений капітал, вважаємо, що таке трансформування податку на прибуток все ж таки є доречним, тому що транспортні компанії перестануть штучно завищувати витрати чи платити власним же офшорним компаніям за «надання послуг». Хоча, на перший погляд, такого роду оподаткування здається не вигідним ні для власників компаній, ні для держави, у майбутньому це призведе до позитивних змін як для держави, так і для підприємства. На початку власники будуть отримувати менші суми дивідендів, ніж отримували би при оподаткуванні податком на прибуток, але більші суми інвестуватимуться у розвиток компанії, що в майбутньому буде їм приносити відповідно більші суми доходів.

Держава отримуватиме належні їй суми, оскільки компанії будуть оподатковувати свої реальні доходи. Для зменшення негативного фінансового впливу пропонуємо застосувати дещо вищу ставку податку на виведений капітал ніж 15 % чи 20 %, які сьогодні запропоновано в проекті. На нашу думку, нижня межа повинна відповідати ставці ПДФО (включно із військовим збором). Також потрібно визначити чіткі вимоги щодо звітування компаніями щодо операцій при оподаткуванні податком на виведений капітал. Потрібно знайти прагматичний усереднений підхід між потребою у надмірній звітності та занадто малому обсягу інформації, який подається в ДПС.

Література:

1. Податковий кодекс України: Кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI. Дата оновлення: 02.04.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 06.04.2021)
2. Савченко А.М., Гудим А.І. Порівняльний аналіз податку на прибуток та податку на виведений капітал: сучасні реалії та перспективи. Економічна наука. 2018. Вип. 11. С. 66–69.
3. Заха Д., Оттен Т., Бетлій О., Джуччі Р. Податок на прибуток підприємств чи податок на виведений капітал: аналіз та рекомендації. URL: https://www.beratergruppukraine.de/wordpress/wpcontent/uploads/2017/04/PS_01_2017_ukr.pdf. (дата звернення 07.04.2021).
4. Базиліук А.В., Малишкін О.І. Бухгалтерський та податковий облік автотранспорту та перевезень: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 256

Таранович Ю.П.,
«Облік і оподаткування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
податкового менеджменту та
фінансового моніторингу Амбарчян В.С.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА СКЛАДАННЯ ЗВІТНОСТІ НЕДЕРЖАВНИМИ ПЕНСІЙНИМИ ФОНДАМИ

Вступ. Недержавне пенсійне забезпечення, як невід’ємна складова пенсійної системи, призначене для добровільного накопичення заощаджень з метою отримання додаткових пенсій за відповідності встановленим вимогам. Відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення», недержавний пенсійний фонд — це юридична особа, яка має статус неприбуткової організації, функціонує та провадить діяльність виключно з метою накопичення пенсійних внесків на користь учасників пенсійного фонду з подальшим управлінням пенсійними активами, а також здійснює пенсійні виплати учасникам зазначеного фонду [1]. Недержавні пенсійні фонди формують другий рівень пенсійного забезпечення в Україні та набувають особливої популярності в зв’язку із невідповідністю обов’язкового пенсійного страхування. Протягом 2020 року регулятивні вимоги діяльності недержавних пенсійних фондів зазнали суттєвих модифікацій, що пов’язано зі зміною контролюючого органу. Указом Президента України від 30.06.2020 р. №259/2020 ліквідовано Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [2]. Повноваження щодо регулювання діяльності недержавних пенсійних фондів передано Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку. Державний регулятор поступово впроваджує нові вимоги до ведення господарської діяльності, складання та подання звітності недержавними пенсійними фондами.

Розширення ринку добровільного пенсійного забезпечення визначає потребу в якісному інформаційному забезпеченні, що вимагає впровадження ефективної системи бухгалтерського обліку. Актуальність дослідження обумовлено необхідністю застосування нових підходів до ведення обліку та складання звітності недержавними пенсійними фондами для задоволення потреб контролю та забезпечення прийняття управлінських рішень.

Мета дослідження полягає у розкритті особливостей обліку операцій недержавних пенсійних фондів і розкриття облікової інформації щодо їх діяльності у фінансових звітах та звітних даних.

Методи дослідження. Для проведення дослідження застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Загальнонаукові методи — індукція, дедукція, абстрактно-логічний метод, порівняння та систематизація — використані для вивчення теоретичних засад обліку операцій недержавних пенсійних фондів. Для дослідження методики ведення обліку та складання звітності недержавними пенсійними фондами застосовано спеціальні методи бухгалтерського обліку — документування, оцінка, рахунки, подвійний запис, баланс, звітність.

Огляд фахової літератури. Проблемні аспекти обліку операцій недержавних пенсійних фондів досліджуються в працях вітчизняних авторів. Зокрема, Н.І. Ценклер розкриває методичні засади визнання в обліку пенсійних внесків і здійснення пенсійних виплат, а також склад доходів недержавних пенсійних фондів у розрізі рахунків синтетичного обліку [3]. Р.Й. Бачо аналізує основні елементи діяльності недержавних пенсійних фондів і їх вплив на організацію обліку господарських операцій [4]. Н.О. Гура зосереджує увагу на особливостях визнання активів, зобов’язань, доходів і витрат недержавних пенсійних фондів [5].

Наукові праці зазначених авторів розкривають особливості організації обліку недержавних пенсійних фондів без достатнього зосередження на проблемних аспектах складання і подання фінансової та статистичної звітності.

Результати дослідження. Організація обліку в недержавних пенсійних фондах визначається особливостями їх діяльності, а саме: заборона комерційної діяльності; відсутність господарських процесів, таких як постачання, виробництво, реалізація продукції; встановлення єдиного дозволеного виду діяльності — накопичення пенсійних внесків і здійснення пенсійних виплат; інвестування активів у значних обсягах за різними напрямками; функціонування в партнерстві з багатьма суб’єктами — адміністратором, компанією з управління активами, зберігачем, аудитором; ведення бухгалтерського обліку та подання звітності виключно адміністратором фонду.

Недержавні пенсійні фонди належать до категорії підприємств, що становлять суспільний інтерес, а тому зобов’язані складати фінансову звітність за Міжнародними стандартами фінансо-

вої звітності. Відповідно, в процесі ведення обліку та складання звітності недержавні пенсійні фонди застосовують положення Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності», Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 26 «Облік та звітність щодо програм пенсійного забезпечення», Міжнародного стандарту фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти».

Серед напрямів поточного бухгалтерського обліку діяльності недержавних пенсійних фондів можна визначити: персоніфікований облік учасників, збір добровільних пенсійних внесків вкладників відповідно до обраної пенсійної схеми, пенсійні виплати одержувачам, облік витрат діяльності пенсійного фонду, інвестування пенсійних активів через компанії з управління пенсійними активами згідно з інвестиційною декларацією, облік прибутку (збитку) та його розподіл між учасниками, ведення окремого обліку власних коштів (фонд засновника) і пенсійних накопичень (фонд одержувача).

Відповідно до Положення про порядок складання, подання та оприлюднення адміністратором недержавного пенсійного фонду адміністративних даних, у тому числі звітності з недержавного пенсійного забезпечення, адміністратори пенсійних фондів зобов'язані складати два види звітності — фінансову звітність і звітні дані. Фінансова звітність охоплює звіт про фінансовий стан, звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал і примітки до фінансової звітності. Звітні дані подаються щоденно (довідка про склад, структуру та чисту вартість активів пенсійного фонду), щомісячно (про діяльність адміністратора: кількість фондів, розмір статутного капіталу, дотримання нормативу достатності власних коштів та покриття операційного ризику; про діяльність пенсійного фонду: довідка про зміну чистої вартості пенсійних активів), щоквартально (довідка про пенсійний фонд і про персоніфікований облік учасників; довідка про учасників фонду за віковою ознакою) та щорічно (довідка про аудиторський звіт) [6].

Висновки і пропозиції. Система бухгалтерського обліку недержавного пенсійного фонду покликана забезпечити достовірне відображення інформації про обсяги пенсійних внесків, напрями їх інвестування, суми виплат і результати діяльності. Особливої уваги потребує облікове відображення операцій інвестування пенсійних активів шляхом їх розміщення на депозитних рахунках, придбання банківських металів державних цінних паперів, корпоративних прав та об'єктів нерухомості. Фінансові інвестиції пенсійних фондів визнаються як фінансові активи та обліковуються відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти». Надалі дослідження проблемних аспектів обліку фінансових інвестицій недержавних пенсійних фондів має зосередитися на розробці методики обліку активів в розрізі трьох методів оцінки — амортизованої собівартості, справедливої вартості через інший сукупний дохід і справедливої вартості через прибутки/збитки.

Література:

1. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 №1057-IV. Дата оновлення: 03.07.2020.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15#Text> (дата звернення: 01.05.2021).
2. Про припинення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг: Указ Президента України від 30.06.2020 №259/2020 Дата прийняття: 30.06.2020.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/259/2020#Text> (дата звернення: 06.05.2021)
3. Ценклер Н.І. Методичне забезпечення бухгалтерського обліку діяльності недержавних пенсійних фондів. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 6 (23). С. 720-725.
4. Бачо Р.Й. Організація бухгалтерського обліку у недержавних пенсійних фондах: методично-технічні та управлінські аспекти. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2019. Вип. 3 (44). С. 9–13.
5. Гура Н.О. Діяльність недержавних пенсійних фондів як об'єкт обліку та звітності. 2013. №11. С. 100–108.
6. Положення про порядок складання, подання та оприлюднення адміністратором недержавного пенсійного фонду адміністративних даних, у тому числі звітності з недержавного пенсійного забезпечення: затв. Рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку 23.07.2020 № 379. Дата оновлення: 23.07.2020.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення: 03.05.2021).

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ

СОЦІОЛОГІЧНА ПЛАТФОРМА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНІ МОДЕЛІ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ

Дем'янчук В.А.

«Соціологія економіки та підприємництва», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Науковий керівник — зав.каф., д.філос.н., професор Гаєвська О. Б.

КУЛЬТУРНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

Проблема дослідження — протиріччя між неадекватною оцінкою майбутніх ризиків та існуючих проблем культурних глобалізаційних процесів сучасними вченими, та об'єктивною реальністю. Зокрема через вплив ідеології мультикультуралізму та неомарксизму, що сьогодні пронижує всі сфери наукової та політичної діяльності в країнах Заходу.

Мета дослідження — провести адекватний та об'єктивний соціологічний аналіз процесів культурної глобалізації через призму світового досвіду.

Актуальність дослідження зумовлена масштабними міграційними процесами з країн третього світу, зокрема мусульманських країн, країн Південної Азії, Латинської Америки, в розвинені країни Заходу. Разом з собою емігранти привозять і свою культуру, норми та традиції, котрі не тільки відрізняються від західної естетично, а і фундаментальними ідеологічними засадами, що може призводити до конфлікту культур і прецеденти етнічного та культурного заміщення населення.

Методи дослідження — аналіз вторинних даних.

Огляд фахової літератури: Культурна глобалізація та наслідки її процесів уже кілька десятиріч є темою дослідження багатьох видатних вітчизняних і зарубіжних науковців. Значний внесок у загальнотеоретичне філософське розуміння проблем глобалізації та культури зробили західноєвропейські вчені: М. Кастельс, Дж. Томпкінсон, Ф. Фукуяма, Р. Робертсон та інші. Проблему глобалізації і культури вивчали і українські вчені Т. Возняк, Н. Ладо, О. Олійник, І. М'язова та інші.

Коли йдеться про культурну глобалізацію, мають на увазі поширення ідей, значень і цінностей у світі з розширенням та збагаченням культурних стосунків [1, с. 20]. Цей процес відзначається спільним споживанням культурних продуктів, поширених через Інтернет, засоби популярної культури та завдяки міжнародному туризму. Циркуляція культурних продуктів дозволяє індивідам брати участь у соціальних відносинах, зв'язках, котрі виходять за межі країн і регіонів, що призводить до формування спільних норм, ідей, моди, релігій, технологій, мов тощо.

Проблему, так званого заміщення населення варто дослідити детальніше на прикладі розвинутої європейської країни — Франції. Розглянемо дослідження Le Journal du Dimanche, l'AJC et la Fondation Jean-Jaurès на тему «Погляд французів на імміграцію»[2].

Опитування показало, що 52 % французів вважають, що країна приймає «занадто багато відвідувачів», а трохи більше чверті опитаних (27 %) вважають, що їх (мігрантів) «достатньо».

Причинами такого ставлення до мігрантів 77 % учасників опитуваних назвали «гостинну політику» французької влади, яка призводить до збільшення міграційного потоку. Крім того, 71 % побоюються, що використання дешевої робочої сили мігрантів негативно позначиться на зростанні заробітної плати, а 60 % вважають, що різниця в «цінностях» між місцевими жителями і приїжджими викликає конфлікти [2].

У цілому негативне ставлення до міграційної політики країни підтверджується і тим, що 53 % французів вважають, що подібна ситуація підвищує ризик терористичних актів [2].

Власне вибух світового тероризму також є закономірним наслідком глобалізаційних процесів. Особливо, коли за допомогою сучасних технологій, інформація про будь-який “голосний” теракт, масове вбивство чи показову смертну кару, проведену терористами, поширюється з неймовірною швидкістю по всій Земній кулі. Це дає можливість терористам виконувати свою головну функцію — залякувати мирне населення та влаштовувати хаос і паніку в країнах Заходу, що колись були безпечними.

Також варто розглянути вплив великих корпорацій. Такі монополісти, як Disney, Netflix та інші фактично окупували медіа простір і через кіно та серіали на весь світ просувають зручну для них ідеологію, а саме — неомарксизм, тобто ту саму, трохи видозмінену ідеологію, носії якої 100 років

тому знищували мільйонами українців (і не тільки) фізично і культурно. Одночасно з цим такі телевізійні гіганти, як CNN чи BBC поширюють новини, замовчуючи або викривляючи факти таким чином, щоб вони не суперечили «правильним» ідеологічним переконанням. Коли активісти Black Lives Matter та антифашисти влаштовують погроми, масові крадіжки та мародерства, знищують пам'ятники відомим державним і культурним діячам — це справедливий протест [3, 4]. Коли активісти правих партій, або просто представники середнього класу влаштовують мітинги — це фашистський заколот, порушення свободи слова та прав меншин, і за такі дії їм потрібно забороняти виходити в ефір [5, 6]. Всі названі дії спрямовані проти всієї Західної культури та цивілізації загалом. Корпораціям це вигідно, тому що люди з низьким рівнем культури, будуть з більшою активністю споживати низькоякісні товари, із задоволенням дивитися повністю розроблені (або адаптовані) маркетинговими франшизи мейнстрімного деградаційного кіно, і слухатимаргінальні пісні про те, як чудово продавати та споживати наркотичні препарати і займатися незахищеним сексом з жінками з низькою соціальною відповідальністю.

Також варто зазначити вплив глобалізаційних процесів на Україну. Саме українська культура і всі аналогічні не впливові етнічні культури з часом можуть усе більше втрачати свою ідентичність, переймаючи культурні елементи з впливовіших культур. Але навіть у цьому випадку українці повинні проводити певну культурну фільтрацію, тобто переймати виключно цивілізовані культурні елементи та не допускати просочування деструктивних ідеологій.

Отже, глобалізація є логічним історичним процесом, котрий, як і будь-який інший процес, не може в однаковій мірі задовольняти інтереси всіх людей і груп. Тому при будь-якому варіанті її розвитку хтось виграє, а хтось програє.

Література:

1. Paul J. Globalism, Nationalism, Tribalism [Електронний ресурс] / James Paul. — 2006. — Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/1642214/Globalism_Nationalism_Tribalism_Bringing_Theory_Back_In_2006_.
2. Immigration : les paradoxes d'une crispation identitaire [Електронний ресурс] // Le Journal du Dimanche. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.lejdd.fr/Societe/immigration-les-paradoxes-dune-crispation-identitaire-3812309>.
3. <https://edition.cnn.com/2020/07/23/us/black-lives-matter-protests-continue/index.html>
4. <https://edition.cnn.com/2021/02/01/us/black-lives-matter-movement-nobel-peace-prize-trnd/index.html>
5. https://www.skynews.com.au/details/_6223009033001
6. <https://www.thewrap.com/cnn-alisyn-camerota-delusional-trump-supporters/>

Дерманська Д.

*«Соціологія економіки та підприємництва», IV курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна*

Науковий керівник: Федоренко Н.І., к.соц.н., доцент кафедри соціології

СУЧАСНИЙ СТАН ВТОРИННОЇ ЗАЙНЯТОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Актуальність. Сучасне українське суспільство на сьогоднішній день характеризується нестійкою економічною ситуацією. Це в свою чергу призводить до того, що все більше населення вдається до пошуку додаткового заробітку, в тому числі і молодь, яка є найбільшим носієм енергії. Саме молоді сьогодні досить тяжко реалізувати себе і свій потенціал, особливо на ринку праці.

Проблема дослідження. Досить часто у процесі навчання студенти розчаровуються у обраній спеціальності, намагаються потурбуватися про майбутнє працевлаштування та набуття досвіду, все частіше вдаються до вторинної зайнятості.

Методи дослідження. Вторинний аналіз соціологічних досліджень і публікацій.

Аналіз літератури. Вивченням феномену вторинної зайнятості займалися дослідники М. Колот, Е. Лібанова, І. Піголенко, Л. Іванова, О. Балакірева, С. Творогова, Т. Капезіна, А. Родіонова, В. Садрицька. У своїх роботах вони описували масштабність включення студентів у ринок праці, мотиви які спонукають студентів працювати, описували основні тенденції явища вторинної зайнятості серед студентів.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день дуже зріс відсоток працюючих студентів, це показує більшість досліджень на дану тему. Аби побачити детальну картину вторинної зайнятості студентів, я в своїй роботі проаналізував дослідження вторинної зайнятості студентів, яке проводив Інститут соціологічних досліджень ДВНЗ «Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана» у 2020 році. Аналіз дослідження показав такі результати: кількість студентів, які працювали під час навчання, перевищує 77,4 %, з них на постійній основі працюють 53,1 % опитаних, час від часу працюють 26,1 %.

Найбільшими мотиваторами працевлаштування студентів стали бажання фінансової незалежності (97,1 %) та можливість отримати практичні навички і досвід (88,1 %), також працювати молодь спонукає до роботи можливість налагодити ділові контакти (71,2 %).

Також дослідження показало, що більшою мірою профіль роботи студентів не співпадає із спеціальністю, які вони отримують (39,1 %), 24,9 % студентів вказали, що їхня робота співпадає із спеціальністю, яку вони отримують у навчальному закладі [1].

Вторинна зайнятість молоді сприяє їх професійній інтеграції та самореалізації, оскільки розширює сфери спілкування, дозволяє накопичувати соціальний досвід і зв'язки, набутий досвід роботи за фахом значною мірою розширює можливості гідного виходу студента на ринок праці. Вторинна зайнятість студентів має велике значення як безпосередній життєвий досвід: людина вже вступила в трудові відносини, змогла познайомитися з кількома видами робіт, випробувати себе в них, зробити для себе вибір. Працюючі студенти при майбутньому працевлаштуванні вже зможуть вписати в своє резюме факт досвіду роботи і тим самим підвищити свої шанси на отримання бажаної вакансії, оскільки сьогодні роботодавці досить часто вимагають досвіду роботи.

Проте поєднання навчання та роботи часто є складним і несе негативні наслідки. Досить часто робота, яку виконують студенти, є малокваліфікованою, та далекою від тої, про яку вони мріють, і яку здобувають у вищих навчальних закладах. Тому досить часто це, є перешкодою їхньому професійному зростанню. Можна сказати, що вторинна зайнятість студентів у таких проявах, негативно відображається на навчальному процесі. Адже досить часто студентам доводиться пропускати навчальний процес, що несе за собою нестачу знань у тій галузі, яку вони вивчають. Через постійну перевтому, яка викликана нестачею часу на відпочинок (наприклад до обіду студент на парах, а після на роботі допізна), недоїданням і недосипом, у молоді досить часто виникають проблеми зі здоров'ям.

Висновки. Отже можна зробити висновки, що такі дійсно великий відсоток студентів працевлаштовуються для того, аби спробувати реалізувати себе та забезпечити собі майбутнє місце роботи. Працевлаштування для студента є такою певною спробою якості самостійної дорослої особистості. Проте через роботу молодь досить часто забуває про навчання та набуває негативних наслідків у вигляді не належної якості отриманих знань, проблем із здоров'ям.

Література:

1. Комплексний звіт за результатами соціологічного дослідження «Особливості працевлаштування здобувачів вищої освіти випускних курсів першого (бакалаврського) та другого (магістерського)» [Електронний ресурс]. — 2021. — Режим доступу до ресурсу: https://kneu.edu.ua/userfiles/inst_sociology/Zagalnij_zvD196t_Pracevlashtuvannya_1.pdf.
2. Цінності української молоді — 2016: Результати соціологічного дослідження. Київ: Міністерство молоді і спорту України, 2016. 88 с.
3. Регулювання вторинної зайнятості [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/62.pdf>.
4. Українське покоління Z: цінності та орієнтири: результати репрезентативного соціологічного дослідження. Київ: Нова Європа, 2017. URL: <http://neweurope.org.ua/analytics/ukrayinske-pokolinnya-z-tsinnosti-ta-oriyentyru/>
5. Федоренко Н. І. Особливості взаємодії і сприйняття працюючих студентів роботодавцями [Електронний ресурс] / Наталія Іванівна Федоренко // ГРАНІ. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: 161-Article %20Text-270-1-10-20161002.pdf.

Костенецька В.О.

«Міжнародний бізнес», 1 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.філос.н., доцент кафедри соціології Козлов Є.В.

СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНЕ ВЧЕННЯ КОНФУЦІЯ І СУЧАСНІСТЬ

На початку ХХІ століття вирішення соціально-економічних проблем у більшості країн світу стало пріоритетним напрямком у рамках політики побудови гармонійного суспільства. Саме таку мету ставив собі один із видатних давньокитайських мислителів – Конфуцій. Філософське вчен-

ня Конфуція зародилося ще в VI столітті до н.е. Проте, проаналізувавши спосіб життя сучасного китайського суспільства, можна чітко побачити вплив цієї філософії на формування смисловитих цінностей і світоглядних настанов, певних уставів життя сучасного Китаю.

Тому, на мою думку, щоб зрозуміти парадигми мислення китайців і наблизитись до розгадки їх успіху на міжнародній арені, досягнути внутрішні рушійні сили китайського економічного дива, варто звернутися до витоків і джерел, до основних стародавніх учень, що стали фундаментом для формування національної культурної традиції.

Метою дослідження є виявлення взаємозв'язку соціально-етичного вчення Конфуція зі способом життя та духовною культурою сучасного Китаю, а також спроба простежити впливи стародавньої національної філософської традиції на суспільний світогляд XXI століття.

Методами, необхідними для досягнення мети дослідження, були описовий, порівняльний, метод компаративного аналізу, метод єдності логічного та історичного у розгляді філософських концепцій Стародавнього Китаю та зокрема Конфуція, герменевтичний метод з використанням знання китайської мови для поглибленого розуміння філософії та культури. Автор також користувалася у своїх розвідках власними спостереженнями та враженнями, що були отримані у подорожах країною та при відвідуванні її основних культурних пам'яток і надбань.

Отже, перш ніж розпочати дослідження поставленого питання, варто зазначити, що китайська філософія мала особливий розвиток у порівнянні з іншими, оскільки формувалась відносно автономно та практично не мала впливів ззовні. Основними особливостями китайської філософії є:

1. «знання — дія — моральність» — головна формула, світоглядна основа, на якій ґрунтується давньокитайське вчення. У ній під знаннями більшою мірою мається на увазі досвід великих предків, знання про їх добродієвості;

2. небо + людина + земля (天+人+土) . Гармонія Неба, людини й землі — загальна ідея тогочасного світосприйняття;

3. вчення про Ін-Янь (阴阳) . Представлене у «Книзі змін» Конфуція, яка є частиною Конфуціанського П'ятикнижжя;

4. філософія є приземленою і прикладною. Головна її проблема — це мистецтво управління країною та підлеглими. Крім того, китайська філософія шукає відповіді не тільки на «небі», а й на «землі»;

5. філософія персоніфікована, тобто, побудована на особистостях та їх ученнях, і більшою мірою, очевидно, Конфуція.

Але важливо зазначити, що сама філософія була сформована не з учення Конфуція, а бере свій початок ще задовго до нього. Хоча мислитель був першим, хто об'єднав усі попередні ідеї та виклав їх у своїх працях і, так би мовити, «передав мудрість предків». Тепер перейдемо до власне конфуціанства.

Конфуцій (孔夫子) — давньокитайський філософ VI століття до н.е. Ім'я, під яким він відомий зараз, дослівно перекладається, як «майстер Кун». Біографію Конфуція не можна вважати достовірною, адже вона була написана його бібліографом Сима Цянь аж через 500 років після смерті мислителя. Більшість історій і переказів про життя Конфуція є ідеалізованими та перебільшеними, тому не варто беззастережно їм вірити. Проте відомо, що він був першим в історії Китаю професійним викладачем і вже у 30 років відкрив свою школу.

Конфуцій вважав, що влада має належати освіченим, а елітою суспільства є люди, що мають достатньо високий рівень знань і широкий досвід. Конфуцій позиціонував імператора швидше як зв'язок між Небом і землею, а не як повноцінного правителя. Саме тому центральна ідея конфуціанського вчення — це пошук адекватних взаємовідносин між Богом Неба і правителем-імператором на землі.

Бог Неба, за стародавньою китайською філософією, це джерело благодаті, і призначення імператора — цю благодать отримувати і передавати людям. Але Конфуцій робить наголос на тому, що благодать може і має бути реалізована не лише правителем, а й більшістю активного населення. Тобто кожна людина несе індивідуальну відповідальність за свою державу.

Тут ми чітко можемо простежити вплив цього вчення на сучасний світогляд китайського суспільства. Принцип індивідуальної відповідальності притаманний фактично кожному громадянину і, природно, у Китаї дуже розвинена національна свідомість.

Така позиція підкріплена також ученням про «дао». «Дао» (道) — це шлях, закон діяльності окремої людини, відповідальності за свої вчинки і думки. За Конфуцієм, людині, яка йде шляхом «дао», притаманні чотири головні якості:

1. «жен» (人) — людяність, гуманізм. Саме Конфуцій вводить золоте правило моралі — «стався до людей так, як хочеш, щоб ставились до тебе»;

2. «і» (义) — справедливість, обов'язок. Особливу увагу Конфуцій приділяв питанням справедливого суспільного устрою: кожен член суспільства, починаючи від останнього бідняка і закінчуючи імператором, повинен чітко знати свої права й обов'язки, а також бездоганно виконувати свій обов'язок;

3. «чжи» (知) — знання;

4. «лі» (礼) — ритуал. Під ритуалом мається на увазі те, що кожна людина має дотримуватися традицій минулого та діяти згідно зі своїм соціальним статусом. Конфуцій неодноразово повторював, що правитель має бути правителем, підлеглий — підлеглим, батько — батьком, а син — сином. Інакше кажучи, у світі немає нічого нового, а людина лише продовжує розпочату раніше справу (син іде шляхом батька). Такий принцип можна побачити і в житті сучасного Китаю. У країні існує дуже велика повага до традицій, і в багатьох сім'ях діти вважають своїм обов'язком і честю продовжити справу батьків.

Усі ці чотири якості — гуманізм, справедливість, знання і ритуал — ґрунтуються на «сяо» (孝) — повазі до батьків і синівській вдячності. Цей принцип підноситься до рівня державної моралі та до цього часу залишається чи не найголовнішою цінністю китайців.

Висновки: конфуціанство — це більшою мірою навіть не так філософія, як етика. Набір прикладних інструментів і практик поведінки для досягнення гармонії на всіх рівнях соціально-економічного життя.

Конфуцій у своїх працях навчає трьом основним речам:

1) як жити (слідувати шляхом «дао», переймаючи якості «благородного мужа»);

2) як співіснувати (будувати суспільство, відчуваючи індивідуальну відповідальність за свою країну);

3) як правити (вибудовувати зв'язки з суспільством і бути тією ланкою, що поєднує небо і землю).

Як ми бачимо, ці три позиції Конфуція залишаються актуальними і на даний момент. І саме за рахунок того, що вчення Конфуція є прикладним, його практики широко застосовуються у сучасному китайському суспільстві та простежуються у способі життя більшості громадян цієї країни. Навіть в епоху Мао Цзедуна, коли конфуціанство не тільки осуджувалося, але й піддавалося гонінням, воно зберігало свій потужний вплив на всі сторони життя китайського народу.

Література:

1. Конфуцій. Изречения и афоризмы. Луньюй. М. : Ексмо, 2014. 480 с.

2. Чжен В.А. Модернізаційний потенціал конфуціанства на етапі «політики реформ і відкритості»: можливості та реалії. *Китаєзнавчі дослідження*. 2017. № 1-2. С. 22–33. URL : <https://chinese-studies.com.ua/sites/default/files/Archive/2017/1-2/5.pdf>

3. Переломов Л. С. Конфуций и конфуцианство с древности по настоящее время (V век до н. э. — XXI в.). М. : Стилсервис, 2009. 704 с. URL : <http://padaread.com/?book=34237&pg=1>

Метіль Р., Денисюк А.

«Економіка підприємства», II курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,

СИНТЕЗ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОЛОГІЇ: ДУМКА МОЛОДІ

Проблема дослідження. Природа та людина існують пліч-о-пліч з моменту зародження життя на нашій планеті. Ще з найдавніших часів людство використовувало природні блага для задоволення власних потреб та інтересів. Проте таке співіснування негативно відображається на екології, яка з кожним роком все більше і більше страждає від впливу Homo sapiens. Яскравим прикладом негативного впливу людей на природу стала пандемія, адже коли більшість підприємств була вимушена призупинитися, а більшість людей сиділи вдома, екологічні показники різко покращились, а забрудненість навколишнього середовища знизилась.

Мета: проілюструвати можливість поєднання екології та економіки, а також порівняти як змінився світогляд опитуваних через рік і в умовах пандемії.

Завданнями є визначити, чи змінилося ставлення молодого покоління до проблем екології; проаналізувати роботу підприємств, які в ході своєї діяльності намагаються не завдавати шкоди екології та зробити висновки щодо їх ефективності; запропонувати заходи, які стимулюватимуть підприємства переходити на «екологічні рейки».

Актуальність. Як ми згадували вище, питання взаємозв'язку екології та економіки є доволі дискусійним. Хтось вірить, що рано чи пізно людська діяльність спустошить планету і нашим нащадкам не залишиться нічого. Натомість є й ті, хто незважаючи на наслідки, буде діяти згідно своїх інтересів. Таке протиріччя лише вкотре доказує, що необхідно знайти альтернативний вихід для задоволення благ обидвох сторін.

Методи. У 2020 році ми проводили опитування серед своїх ровесників на тему «Катастрофізм чи економічне зростання?» [1, с. 42–45]. Вже у 2021 році ми провели вдосконалене соціологічне опитування, щоб розібратися як змінилося ставлення до даного питання у наших ровесників.

Яскравим прикладом того, що економіка має стати налаштованішою на екологію, є і поява нових, альтернативних джерел енергії. Дані події дедалі більше вказують на те, що людство наразі намагається знайти якомога більше способів того, як зберегти або навіть покращити своє теперішнє становище, не шкодячи при цьому навколишньому середовищу, адже «традиційні» методи виробітку енергії є безумовно шкідливими. Альтернативні джерела енергії також мають як свої переваги (наприклад, екологічність, відтворюваність), так і певні недоліки (наприклад, висока вартість, залежність від погодних умов), проте плюси все ж переважають над мінусами.

Незважаючи на це держави світу поки не поспішають масово їх використовувати. Міжнародна економічна та політична практика нашого часу вже доводить, що багато країн (починаючи від найзаможніших) відверто не хочуть брати на себе тягар екологізації економіки, але обійтися без рішучих кроків у цьому напрямі міжнародна спільнота не може, інакше дана бездіяльність призведе до серйозних наслідків [2, с. 15].

Також слід зазначити, що особливо зацікавлені у цій сфері молоді вчені з усіх куточків світу. Наприклад, один із них — Боян Слат. Юнак родом із Нідерландів, йому 25 років. Проблема забруднення світового океану юнак зацікавився у віці 16 років, під час відпочинку у Греції. Займаючись дайвінгом Слат помітив, що у морі більше пластику ніж риби. Це і спонукало його створити та стати головою некомерційного фонду The Ocean Cleanup. У 22-річному віці він поставив світовий рекорд, запустивши 213 водяних ракет одночасно. Це досягнення потрапило до Книги рекордів Гіннесса. Наразі компанія розробила покращену версію водяних ракет, які здатні збирати найтонші матеріали з пластику, що засмічують океан [3].

Також слід згадати нашого співвітчизника із Закарпаття, молодого науковця Валентина Фречку. Майже рік школяр разом з своєю вчителькою збирали опале листя з різних дерев, берези, верби, дубу та граба. Далі відсортовували у певні бокси, де відбувалися відповідні хімічні процеси. У результаті дослідники отримали целюлозу, а кінцевим варіантом став висушений аркуш паперу. Фречка виграв безліч грантів і студентських премій за допомогою свого відкриття. Сьогодні юнак працює на Житомирському картонному комбінаті, на якому було відкрито відділ по переробці паперу з опалого листя [4].

Проте екологічні ідеї наразі панують не тільки «у головах» молодих учених. Зокрема багато компаній-велетнів намагаються покращити становище навколишнього світу завдячуючи постійним модернізаціям, спрямованим на екологізацію власної діяльності. Саме тому ми наводимо приклад деяких компаній, що почали переводити власний бізнес на «екологічні рейки».

Компанія Carlsberg Ukraine входить до групи Carlsberg Group, яка є однією з провідних пивоварних компаній у світі з великою кількістю марок пива та інших напоїв. Вони розпочали реалізацію плану «Ціль 4 нуля: разом для майбутнього». Серед головних орієнтирів — нуль вуглецевого сліду і нуль втрат води. Carlsberg Group розраховує до 2022 р. перейти на стовідсоткове використання на своїх пивоварнях електроенергії з поновлюваних джерел, а до 2030 р. — забезпечити 0 % викидів вуглекислого газу на своїх броварнях і знизити на 30 % вуглецевий слід готової продукції. Також Carlsberg Group розраховує забезпечити на своїх пивоварнях скорочення втрат води на 25 % до 2022 р. і на 50 % — до 2030 р. [5].

Попри те, що деякі великі компанії намагаються функціонувати з урахуванням потреб екології, більшість підприємств однаково притримуються традиційного вектора розвитку виробництва. Щоб якось стимулювати їх до «зеленої діяльності», уряди держав запроваджують екологічні податки. Україна не є винятком, оскільки у нас уже функціонує податок такого типу [6].

Запропонований нами новий податок є доповненням до вже згаданого. Наразі податок стягується саме залежно від кількості викидів і відходів певного підприємства. На нашу думку, разом з цим потрібно також оподатковувати і сам факт використання типів виробітку енергії, що передбачають також і виробіток шкідливих відходів, які безумовно шкодять довкіллю.

Елементи запропонованої нами системи оподаткування полягають у такому: суб'єктами (платниками) нашого податку будуть фізичні чи юридичні особи, що володіють компаніями, які в свою чергу займаються виробітком енергії; об'єктом у даному випадку є вже згаданий податок на застосування не екологічних видів виробітку енергії; одиницею оподаткування є показник перевищення норми виробітку електроенергії (кВт/год.) при використанні не екологічних методів виробництва. Норма буде залежати від розмірів підприємства; джерело сплати податку — це особистий дохід підприємця; податкова ставка буде визначатися згідно чинного законодавства.

Введення даної «інновації» матиме безумовно багато переваг. Зокрема, наш податок спрямований саме на те, щоб зменшити негативний вплив підприємств на навколишнє середовище, а також стимулювати власників великих підприємств перейти на екологічні типи виробітку, адже собівартість використання традиційних відчутно зросте.

ВИСНОВОК. Отже, підсумовуючи сказане, можна заявити, що шлях до синтезу економіки й екології буде складним і довгим. У даному випадку значну роль відіграватиме такий фактор, як звичайна людська меркантильність. У прагненні задовольнити власні бажання та потреби людини спустошує навколишній світ, незважаючи на тих, хто живе поруч. Концепція «екологізації економіки» для більшості світових магнатів означала би відмову від власних інтересів.

Проте не всі притримуються такої думки. Зокрема, молоді науковці, такі як, наприклад, Боян Слат і Валентин Фречка, намагаються знайти спосіб успішно поєднати економіку та екології, не шкодячи при цьому жодній з сторін. Більше того, щоб встигати за «зеленими тенденціями», які за останні роки набули стрімкого поширення, безліч великих компаній запроваджують різні екологічні програми. Такий крок не лише допомагає довкіллю, але й позитивно впливає на імідж самих фірм. Створення подібних програм великими компаніями — це значний крок до синтезу економіки й екології, який є безумовно важливим для майбутнього усього людства.

Тому, можна зробити висновок, що, незважаючи на те, що для екологізації економіки потрібно провести низку різноманітних заходів та активних дій, потрібно пам'ятати про те, що великі зміни можуть починатися з таких малих речей, як папір з опалого листя і окуляри з переробленого пластику, і тому кожен має змогу взяти участь у їх формуванні.

Література:

1. Метіль Р.Р., Денисюк А.В. Катастрофізм чи економічне зростання. Збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених». КНЕУ. 2020 р. С. 42–45.
2. Туниця Ю.Ю., Семенюк Е.П., Туниця Т.Ю. Екологізація економіки: теоретико-методологічний аспект. Економічна теорія. 2011. № 2. С. 15.
3. Хто такий Боян Слат? URL: <https://ua.112.ua/golovni-novyni/yoho-protystavliaiut-hreti-tunberh-khtotakyi-boian-slat-524939.html>. (Дата звернення: 10.05.2021)
4. Досягнення Валентина Фречки. URL: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/627188>. (Дата звернення: 10.05.2021)
5. Офіційний сайт компанії Carlsberg Ukraine. URL: <https://carlsbergukraine.com/v-dpov-dal-nii-rozvitok/nash-ts-l/>. (Дата звернення: 10.05.2021)
6. Податковий кодекс України. Розділ VIII, стаття 240. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n5958>. (Дата звернення: 10.05.2021)

Плачковська О.О.

«Маркетинг», 3 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціології Чалюк Ю.О.

МІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА

Світові тенденції демонструють перманентне зростання частки молоді у віковій структурі міграційних потоків. Молоді, активні, розумні українські громадяни їдуть на навчання до іншої країни. У більшості випадків студенти не планують повертатись до України, розглядають навчання за кордоном як перший крок успішної еміграції. Причини студентської міграції: економічні, політичні, освітні, культурні та релігійні. Тема студентської еміграції змушує занепокоїтися, оскільки така ситуація несе за собою низку негативних наслідків для України: зміна демографічних показників, а саме зменшення кількості населення, вплив на рівень ВВП країни, відтік кваліфікованих кадрів.

Україна займає останні місця у списку країн за рівнем і якістю життя населення, що є причиною для виїзду частини амбіційного та активного населення. Молодь хоче отримувати гідну заробітну плату, відчувати себе захищеними, мати доступну медицину, якісну освіту.

Важливою складовою при вивченні поняття міграції є використання міждисциплінарного підходу, що дозволяє аналізувати міграцію як соціальний процес особистої готовності до міграції, територіального переміщення, адаптації на новому місці до навчання та проживання.

Головними чинниками, які визначають інтенсивність і напрями міжнародних потоків українських студентів, є транскордонний характер територій та асиметрія соціально-економічного розвитку країни. Статистика науково-аналітичного центру CEDOS засвідчує зростаючу динаміку числа студентів з України у державах-членах Євросоюзу (рис. 1).

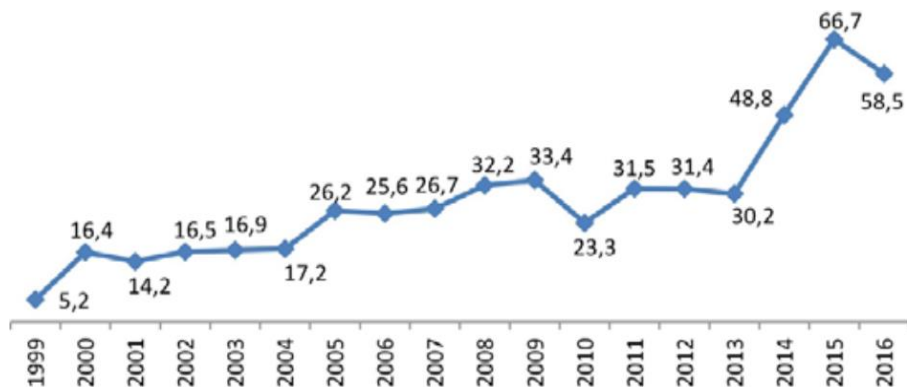
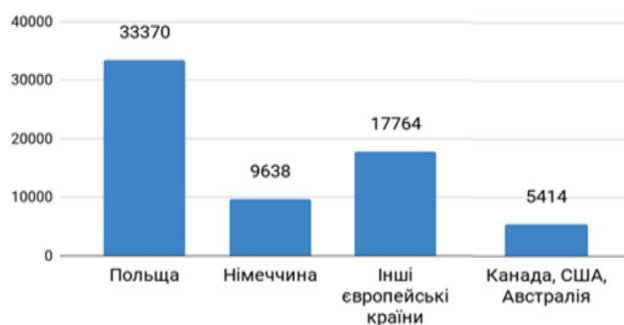


Рис. 1. Динаміка зростання числа українських студентів у європейських країнах

Джерело: [1]

Важливо звернути увагу на те, що європейські країни пропонують пільги випускникам ВНЗ. Наприклад, надається період для пошуку роботи після закінчення вишу: 6 місяців в Австрії та Франції, 1 рік у Польщі, 1,5 роки у Німеччині. Такі привабливі перспективи заохочують українських студентів. У 2016 році Європарламент затвердив директиву, яка зобов'язує усіх членів ЄС (крім Великої Британії, Данії, Ірландії) дозволити іноземним студентам залишатись у тій чи тій країні Євросоюзу на 9 місяців з метою працевлаштування та самореалізації. Українську молодь цікавлять держави, які надають студентам стипендії або гранти на навчання (Німеччина, Фінляндія, Франція, Чехія). За період з 1992 по 2019 р. 1000 українців отримали стипендії по програмі Fulbright у США [2, с. 498]. Вибір країни для навчання за кордоном залежить від територіальної близькості країн, мовного бар'єру, вартості навчання, забезпечення гуртожитком, наявності пільг, стипендій та безкоштовних програм. На рис. 2 покрайновою продемонстровано напрями освітньої міграції українських студентів.



Джерело: [3]

Рис. 2. Напрями освітньої міграції українських студентів

В Україні відбувається активна рекламна кампанія вступу до вузів Польщі. Серед інструментів розгорнутої PR-кампанії переваг навчання у Польщі: ліберальні умови вступу, можливість вчитись безкоштовно (особливо при наявності Карти поляка), соціальні стипендії, допомога у харчуванні та проживанні, зарахування на бюджет за високі результати і досягнення у навчанні, спорті, а також спрощена система подачі документів через Інтернет, web-сайт установи. У реальному житті більшість українських студентів вчать на контрактній основі і тим самим покращують фінансову складову освітньої сфери Польщі. Та все ж факт «українізації вищої освіти» викликає негативне ставлення до нього польського суспільства.

Активізація процесів зовнішньої міграції призводить до втрати Україною значної кількості випускників шкіл (в окремих регіонах майже половину), які обирають для навчання університети

інших країн, і часто пов'язують своє майбутнє місце праці саме за кордоном, де здобувають вищу освіту. Міністерство освіти України повинно вжити дієві заходи для заохочення навчання українських студентів та абітурієнтів в Україні. Вирішити ряд проблемних питань: забезпечення студентів житлом на час навчання; підвищення студентської стипендії; соціальне забезпечення студентів із числа дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування; допомога у працевлаштуванні випускників ВНЗ і запровадження дуальної освіти; матеріальна допомога студентам; соціальна допомога студентам з проблемами здоров'я.

Література:

1. Дмитрук Б.П., Светлова Н.М. Світові міграційні процеси: мотивація, види й наслідки для країн виїзду та приймаючих країн. Вісник Східноєвропейського ун-ту економіки й менеджменту. 2016. Вип. 1(20). С. 18–27.
2. Спуріна С. О. Тенденції освітньої міграції та її вплив на інституційне середовище в Україні. Вісник Мукачівського держ. ун-ту. 2019. Вип. 1. С. 496–505
3. Чалюк Ю. О. PEST-аналіз причин міграції населення до країн Євросоюзу. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 49. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/14.pdf

Черьомухіна О.К.

«Соціологія економіки та підприємництва», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Федоренко Н.І.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВИХ СТРАТЕГІЙ МОЛОДІ

Дослідженню життєвих стратегій приділяється велика увага науковців з різних сфер науки, а саме соціології, психології та філософії. Кожна з цих сфер по-своєму розуміє сутність життєвих стратегій. Проблема полягає в дефіциті інформації про життєві стратегії студентів. На жаль, в Україні мало науковців займаються саме питанням життєвих стратегій студентства. На мій погляд, це неправильно. Оскільки знаючи куди прямує і наставляє своє життя молодь, можна спрогнозувати майбутнє держави в цілому.

Перехід від шкільного до студентського життя супроводжується зміною ставлення до майбутнього: якщо школяр дивиться на майбутнє з позиції теперішнього, то студент — з позиції майбутнього. Підготовка до дорослого життя робить життєві цілі, що сплановані майбутнє, основним виміром самосвідомості особистостей і соціальним завданням цього віку. Молода людина усвідомлює своє призначення в житті через осмислення оточуючої реальності та розуміння власного досвіду, усвідомлює власну індивідуальність та самовизначення в суспільстві. Все це буде прообраз майбутнього образу житті.

Щодо методів дослідження, то у своїй роботі я використовувала загальнонаукові методи: структурно-функціональний аналіз (для визначення типології життєвих стратегій), порівняльний аналіз (для визначення особливостей впливу різних факторів на формування життєвих стратегій), системний аналіз (для концептуалізації системи життєвих стратегій). Для отримання емпіричного матеріалу використовувалися соціологічні опитувальні методи, зокрема метод CAWI та математико-статистичні методи для аналізу отриманої соціологічної інформації

Аналізуючи різні підходи науковців, бачимо, наприклад, що вчені Н. Наумова [1], Н. Давидова [1], Т.І. Заславська [2], Ю.О.Левада [3] схилиються до типології стратегій адаптації та виживання. Автор припускає, що дані стратегії закладаються ще з дитинства. Оскільки «батьки» закладають основи формування стратегії виживання і саме вони формують перші її цінності і моделі поведінки. Інколи задана «батьками» стратегія може бути настільки стійкою, що людина зберігає її на все життя, не враховуючи вплив оточення і власного аналізу. Зазвичай у дорослому віці це проявляється в інфантильності, розгубленості, поганому здоров'ї, страхах і неврозах. Щодо стратегії адаптації, то вона присутня протягом усього життя індивіда, особливо, виразна вона у дитячому віці. Коли дитина намагається адаптуватися під зовнішні перебіги її життя: сім'я, дитсадок, школа і т.д.

Також, схожими є типології Е. Фромма [4], А.Е. Созонтова [5], Л.С. Смолінчука [6], Д.А. Леонтьєва [7], Е.П. Варламова [8], В. И. Ковалева [9], Л.В. Сохань [10]. Їх дослідження даної тематики зупинялися на таких типах життєвих стратегій: 1) творча унікальність, 2) пасивна індивідуальність, 3) активна типовість, 4) пасивна типовість. Автор висуває припущення, що даний розподіл пов'язаний з такими критеріями, як «активність» і «пасивність», також значну роль грає індиві-

дуальний стиль реалізації активності, що відбувається через «ініціативність» і «відповідальність». Чим людина ініціативніша, тим вона більш творча, і навпаки, якщо в неї превалює відповідальність, то їй більше подобається виконавча роль у роботі.

З метою дослідження сучасного стану формування життєвих стратегій українського студентства та структурних особливостей життєвих стратегій студентської молоді України автором було проведено опитування у лютому 2021 року. У рамках опитування було опитано 1177 студентів віком від 17 до 23 і старше, від 1 до 5-6 курсів, з університетів таких областей — Чернігівської, Харківської, Полтавської, Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Миколаївської, Одеської, Вінницької, Львівської та міста Києва. Варто зазначити, що розташовані на карті університети Донецької області зараз переміщені, так ДонНУ ім. В. Стуса наразі розташований у м.Вінниця, ДЮОІ — у м.Маріуполь. За даним дослідженням було опитано студентів з різних профілів: архітектори, металурги, інженери, програмісти, музиканти, артисти, вчителі, художники, інженери-морепоплавці і т.д.



Рис. 1. Географія проведення дослідження

Виходячи з отриманих результатів можна зробити такі висновки: по-перше, студенти розуміються на сутності життєвої стратегії; по-друге, 56 % студентів мають життєву стратегію, за статевим розподілом видно чоловіче переважання (63 % проти 53 % відповідно), за віковим — прослідковується тенденцію, що чим старше студент, тим більше він усвідомлює власну життєву стратегію; по-третє, життєва стратегія пов'язана з рівнем щастя, так дослідження показало, що чим особистіше щасливіша, тим більше вона усвідомлює власну життєву стратегію; по-четверте, щодо ступеню міри наскільки студент впливає на власне життя, дослідження вивело такі показники, а саме «від 7 до 9 балів», це свідчить про, що студенти впливають на власне життя; по-п'яте, щодо кроків для досягнення своїх життєвих цілей, студентська молодь у більшості випадків не буде розраховувати на когось і чекати зручного випадку. Наразі, молодь обирає шлях розвитку себе та сподівання тільки на свої здібності; по-шосте, щодо типології життєвих стратегій, то на сьогоднішній день немає чистого типу життєвих стратегій. Дослідження автора виводить змішані типи: стратегія самореалізації+стратегія благополуччя, так як в авторському дослідженні були застосовані перевірені питання. Так, у питання «У чому Ви вбачаєте сенс життя?» проявився показник «стратегії благополуччя», теж саме сталося у питанні про термінальні цінності, де більшою мірою продемонстрував себе саме показник «стратегії благополуччя». Щодо показника «стратегії успіху» він проявив себе в інших питаннях.

Підсумовуючи все зазначене, можна сказати, що простежується тенденція до індивідуалізації у студентів, а це може свідчити про більшу усвідомленість себе як особистості і світу в цілому як місця для реалізації власного потенціалу. Це вселяє віру в майбутнє, так як наявність усвідомлених молодих людей, які відповідально ставляться і до себе, і до аспектів їхньої життєдіяльності дає надію на розвиток держави в цілому.

Література:

1. Наумова Н.Ф. Життєва стратегія людини в перехідному суспільстві / Н.Ф.Наумова // Соціологічний журнал. — 1995. — № 5. — С. 4–13.
2. Заславская Т.И. Трансформационный процесс в России: социокультурный аспект // Социальная траектория реформируемой России : Исследования Новосибир. социол. школы / Отв. ред. Т.И. Заславская, З.И. Калугина. — Новосибирск: Наука, 1999.

3. Левада Ю.А. От мнений к пониманию: Социологические очерки 1993–2000. — М.: Москов. школа полит. исследований, 2000 — 576 с.
4. Фромм Э. Бегство от свободы: [Пер. с англ.] / Общ. ред. и предисл. П.С. Гуревича. — М.: Прогресс, 1989. — 272 с.
5. Савина Н.Н., Р.А. Илаева Сущность жизненной стратегии и ее типологии [Электронный ресурс] / Н.Н. Савина, Р.А. Илаева // Журнал Современные проблемы науки и образования. — 2016. — № 6. — 2911. — Режим доступа до ресурсу: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=25635>.
6. Смолінчук Л.С. Творчість і життєвий шлях особистості [Електронний ресурс] / Л.С.Смолінчук // Творчість у контексті розвитку людини: Матер. наук.–практ. конф. 23–24 трав. 2003 р. — К.: Новий Акрополь, ін.-т філос. ім. Г.С. Сковороди. — Режим доступу: <http://www.newacropolis.org.ua/ua/smolinchuk28.htm>
7. Леонтьев Д.А. Психология смысла: Природа, структура и динамика смысловой реальности / Д.А. Леонтьев. — М.: Смысл, 1999. — 344 с.
8. Варламова Е.П. Психология творческой уникальности человека: Рефлексивно–гуманистический подход / Е.П. Варламова, С.Ю. Степанов. — М.: Институт психологии РАН, 1998. — 203 с.
9. Ковалев В.И. Особенности личностной организации времени жизни / В.И. Ковалев // Гуманистические проблемы психологической теории. — М., 1995. — С. 179–185.
10. Сохань Л.В. Життєтворчість як мистецтво життя / Л.В. Сохань // Психологія і педагогіка життєтворчості. — К., 1996. — С. 156–167.

ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ

ПЛАТФОРМА 1

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ УКРАЇНИ

Левшина Л.О.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів Пислиця А.В.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ В СІНГАПУРІ

Попри відсутність власних природних ресурсів, залежність від імпорту навіть прісної води та високий рівень бідності з масовою трудовою міграцією у минулому, єдине острівне у світі місто-держава Сінгапур менше ніж за півстоліття стало одним з найбільших фінансових центрів та яскравим прикладом справжнього економічного дива. Вагомим чинником такого стрімкого розвитку є саме лояльна податкова система, яка створила усі необхідні комфортні умови для ведення бізнесу.

Так, відповідно до рейтингу Всесвітнього банку «Doing Business» за 2020 рік, Сінгапур посідає 2 місце за зручністю ведення бізнесу та 7 місце за рейтингом оподаткування, а сумарне податкове навантаження для компаній становить 21 % від прибутку у розрізі 5 податків [1]. На противагу, в Україні за аналогічної сплати суб'єктами господарювання 5 основних видів податків максимальне податкове навантаження є удвічі більшим (45,2 % від прибутку), держава посідає 64 місце за рейтингом зручності ведення бізнесу та 65 місце за рейтингом оподаткування [2].

За умови такого недостатньо ефективного функціонування української податкової системи вважаємо за доцільне вивчити податкові інструменти, що стали запорукою сінгапурського успіху та перетворили бідне рибальське містечко в економічного світового лідера за досить короткий проміжок часу. Розглянемо дане питання через призму великого бізнесу як головного наповнювача бюджету країни. Результати дослідження зарубіжного досвіду емпіричним, аналітичним і порівняльним методами допоможуть запропонувати можливі механізми прискорення розквіту вітчизняного господарства на тлі пануючої кризи. Основними джерелами інформації виступатимуть офіційний веб-сайт Органу внутрішніх доходів Сінгапуру та Податковий кодекс України, оскільки за останні роки вивчення науковцями особливостей оподаткування великого сінгапурського бізнесу в контексті порівняння з українським не здійснювалось.

Чітке визначення понять «великий бізнес» або «великий платник податків» разом зі встановленими критеріями зарахування юридичної особи до числа таких платників у Сінгапурі відсутнє. Однак, натомість, існує два рейтинги: Сінгапур 1000 для 1000 найбільших компаній Сінгапуру та Сінгапур МСП 1000 для малих і середніх підприємств, які об'єднано в одну групу. Логічним буде вважати, що перевищення встановленого для МСП 1000 ліміту щорічного обсягу продажів / обороту та чистого прибутку після оподаткування у розмірі 100 мільйонів сінгапурських доларів (62 018 573,24 євро) автоматично відносить компанію до категорії великого підприємства. Для рейтингу Сінгапур 1000 така компанія повинна також бути зареєстрованою в Органі бухгалтерського обліку та корпоративного регулювання (ACRA) як компанія з обмеженою відповідальністю або приватна компанія, здійснювати діяльність щонайменше 2 повних роки та надати відповідну перевірену фінансову звітність безпосередньо компанії DP Information Network Pte Ltd або отримати її в ACRA [3].

Розглянемо основні встановлені податки для сінгапурського великого бізнесу. Результати дослідження у порівнянні з вітчизняною практикою оподаткування юридичних осіб наведемо у табл. 1.

Аналіз практики Сінгапуру свідчить, що для залучення великої кількості іноземних інвесторів було створено зрозумілу однорівневу систему оподаткування, яка діє відповідно до територіального принципу — оподаткуванню підлягають тільки доходи, отримані на території Сінгапуру. В країні діє безмитний переказ прибутку за кордон, безоплатне ввезення та вивезення товарів (окрім тютюну, алкоголю, автомобілів і нафтопродуктів), звільнення від подвійного оподаткування, від податку на приріст капіталу. Запроваджений у 1994 р. аналог українського ПДВ — податок на товари та послуги — не сплачується за експорт товарів, міжнародні та фінансові послуги, що знижує податкове навантаження на юридичних осіб. Промислові підприємства та власники обладнання для виробничої діяльності є звільненими від сплати майнового податку, у

тому числі за оренду приміщень. Основним принципом податкової політики Сінгапуру є підтримка податкових ставок для корпорацій і пільговий податковий режим для таких галузей промисловості, як суднобудування, фармацевтика, біомедичне виробництво і фінансові послуги.

Таблиця 1

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ КОРПОРАЦІЙ В СІНГАПУРІ ТА УКРАЇНІ

Сінгапур	Україна
Корпоративний податок: (Corporate Income Tax): основна ставка 17 % для резидентів та нерезидентів, існують податкові пільги. Оподатковуються доходи, отримані в Сінгапурі. Діє звільнення від подвійного оподаткування, від податку на приріст капіталу, на отримані доходи з джерел за межами країни, на виплачені акціонерам дивіденди. За рішенням Міністерства фінансів, у зв'язку зі зростанням затрат на бізнес усі компанії резиденти отримують знижку 25 % від суми обов'язкових виплат, але не більше 15 тис. \$.	Податок на прибуток підприємств: справляється з прибутку юридичних осіб резидентів та нерезидентів, які провадять господарську діяльність на території України (+ резиденти з діяльністю за її межами). Основна ставка 18 %, діють ставки 0 %, 3 %, 4 %, 5 %, 6 %, 20 %, 15 % (податок на репарацію — виплата доходів юридичним особам-нерезидентам з джерелом походження в Україні у вигляді процентів, дивідендів, роялті, фрахту, доходів від інжинірингу, орендної плати, від продажу нерухомості тощо), 30 % від доходу діяльності з проведення лотерей, 10 % + 18 % — з проведення азартних ігор з використанням гральних автоматів, 18 % + 18 % — для букмекерської діяльності, азартних ігор, у т.ч. казино.
Податки на ставки: (Betting Taxes): податки на приватну лотерею (9,5 %, 30 %), ставки та казино.	
Податок на утримання (Withholding Tax): податок з виплат нерезидентам, включаючи службовців, ділових партнерів та закордонних агентів (відсотки, роялті, орендна плата за рухоме майно, управлінські та технічні збори, гонорари директорів, що виплачуються нерезидентам фізичним особам або компаніям). Ставки 1-22 %.	
Відрахування на соціальне страхування — внески в Central Provident Fund (CPF) в розмірі максимум 17 % (працедавць) щомісяця. Роботодавці, які залучають до роботи мігрантів, щомісяця сплачують збір у зв'язку з наймом іноземного персоналу з дозволами на роботу в Сінгапурі (Work Permit) або дозволами S Pass. (сума визначається з урахуванням кваліфікації працівника і квоти на працівників у відповідному виді діяльності).	ЄСВ компанія сплачує за співробітника за основною ставкою 22 % від розміру заробітної плати та ставками 8,41 %, 5,3 %, 5,5 % в особливих випадках (наприклад, за працівників-інвалідів).
Податок на товари та послуги (GST): на товари чи послуги, придбані в Сінгапурі, включаючи імпорт. Фіксована ставка 7 %, 0 % — при експорті. Податок не стягується при реалізації товарів і послуг за кордоном, купівлі-продажу товарів на складах в межах вільних економічних зон. Від податку звільнені продаж і здавання в оренду нерухомості і деякі види фінансових послуг.	ПДВ: за постачання товарів і послуг на митній території України, при їх імпорті за основною ставкою 20 % та пільговими ставками 7 %, 14 %. Ставка 0 % при експорті, реекспорті, безмитній торгівлі, в межах вільної митної зони, при міжнародних перевезеннях тощо. Не оподатковуються: продукти, затверджені КМУ, випуск цінних паперів, страхові послуги, перекази та повернення майна за договорами оперативного лізингу, виплата заробітної плати, дивідендів тощо.
Митні акцизи (Customs and Excise Duties): накладаються в основному на алкоголь, тютюнові вироби і нафтопродукти, а імпорتنі мита поширюються на автомобілі, тютюн, алкоголь і нафтопродукти (Сінгапур є вільним портом і має відносно мало акцизів та імпорتنих мит).	Акцизний податок: з реалізації підакцизних товарів або продукції (спирт, алкогольні напої, тютюнові вироби, паливе, автомобілі, транспортні засоби, електроенергія тощо), окрім деяких виключень (базові оливи та аналогічні нафтопродукти, суміші на основі метанолу, реалізація легкових автомобілів для осіб з інвалідністю тощо).
	Мито: обкладаються товари та предмети, що ввозяться на митну територію або вивозяться за її межі.
Податок на майно: сплачується власниками нерухомого майна (будівлі, споруди, приміщення, земельні ділянки, орендовані приміщення), окрім промислових підприємств та обладнання для виробничої діяльності. Ставки: 0-20 %, 10 % для нежитлової нерухомості.	Податок на майно: складається з податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, транспортного податку та плати за землю. Не оподатковуються будівлі промисловості та споруди сільськогосподарських товаровиробників. Плата за землею з юридичних осіб за використання земельних ділянок.
Гербовий збір: з оформлення юридично значимих документів під час продажу майна, включаючи договори купівлі-продажу або іншого розпорядження нерухомістю, акціями (включаючи договори дарування), договори оренди або застави нерухомості.	

Джерело: складено автором на основі [4, 5].

Адміністрування та податкове супроводження бізнесу в Сінгапурі здійснюється, в основному, Державним управлінням доходів Сінгапуру (IRAS) у розрізі таких податків, як податок на прибуток, податок на товари та послуги (GST), податок на майно, мито на нерухомість, мита на ставки та лотереї, гербові збори та податок на казино. За адміністрування ж інших видів податків відповідальними є митниця Сінгапуру, Міністерство трудових ресурсів і Комунальне управління. Державне управління доходів Сінгапуру відіграє також важливу роль у формуванні податкової політики, розробляючи низку законодавчих документів і консультуючи уряд з питань оподатку-

вання. Успішно досягнутою органом метою є створення конкурентоспроможного податкового середовища, де заохочується розвиток і зміцнюється дух підприємництва [5].

Сінгапурський досвід оподаткування великого бізнесу свідчить, що якісна податкова система здатна прискорити розвиток країни не гірше за інші реформи. Орієнтація на ефективне адміністрування прямих податків із запровадженням податкових пільг для промислово-важливих підприємств і високотехнологічних сфер сприяє залученню інвестицій, збільшенню доходів державного бюджету та досягненню лідерських позицій у світових економічних рейтингах, а ретельна перевірка фінансової звітності компаній спеціальними органами попереджає ймовірні ризики несплати податків. Така практика, на нашу думку, може стати успішною і в Україні за умов врахування певних особливостей (зокрема, велика протяжність нашої держави суперечить можливості створення однорівневої системи оподаткування). Саме послідовна політика стимулювання бізнесу надає можливість відійти від ролі орендодавця власного населення для розміщення іноземних фабрик до генератора вітчизняних потужних компаній.

Література:

1. Звіт Doing Business 2020. Сінгапур. URL: <https://russian.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/s/singapore/SGP.pdf>.
2. Звіт Doing Business 2020. Україна. URL: <https://russian.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf>.
3. Singapore 1000. URL: <https://apps.experian.com.sg/s1000> (дата звернення: 25.04.2021).
4. Податковий Кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення: 25.04.2021).
5. Офіційний веб-сайт Органу внутрішніх доходів Сінгапуру. URL: <https://www.iras.gov.sg/irashome/default.aspx> (дата звернення: 25.04.2021).

Савченко А.І.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри фінансів Сафонова Л. Д.

ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Визначення проблеми. Формування доходів бюджету в частині податкових надходжень на пряму залежить від функціонування податкової системи в державі. Зараз існує багато суперечок з приводу формування дохідної частини Державного бюджету України. Нині в Україні питання податкової системи належать до найгостріших в економічному, соціальному і політичному контексті. З метою подолання негативних наслідків впливу податків на розвиток економіки та цільового використання бюджетних ресурсів виникла об'єктивна необхідність в оцінці стану формування податкових надходжень.

Метою дослідження є визначення сучасних проблем формування податкових надходжень Державного бюджету України та пошук шляхів їх вирішення.

Актуальність теми. Зважаючи на те, що частка податкових надходжень у загальному обсязі доходів бюджету має становити більше 90 % (за майже 30 років незалежності України такого показника не було досягнуто), всі аспекти формування доходів Державного бюджету України потребують постійного вивчення та є актуальними на сучасному етапі розвитку нашої держави.

Методи дослідження: метод пізнання, метод системного аналізу, метод аналізу та синтезу, метод абстракції потенційної здійсненності.

Огляд фахової літератури. Формування податкових надходжень бюджету — це процес ініціації, адміністрування та акумулювання податків із застосуванням інструментів фіскального тиску. Проблема формування податкових надходжень, їх впливу на фінансову стійкість поширена в наукових дослідженнях.

Теоретичним підґрунтям дослідження є наукові здобутки таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Волохова І.С., Гладких Д.М., Дешко А.Л., Дубовик О.С., Дубровський В.В., Дроговоз Ю.С., Жаліло Я.А., Касперович Ю.В., Лондар Л.П., Островецький, Славкова А.А., В.І., Чугунов І.Я., Шемаєва Л.Г., Юрків Н.Я. та інші. У своїх дослідженнях вчені вивчають особливості, динаміку, склад, перспективні та проблемні аспекти, напрямки зростання податкових надходжень

бюджету. Проте, не зважаючи на наявність великої кількості досліджень у цій сфері, практичні аспекти формування податкових надходжень Державного бюджету України потребують подальших досліджень, що пов'язане з прийняттям змін до Бюджетного та Податкового кодексів України.

Результати дослідження. Податки — основне джерело багатства держави [3, с. 13]. Основне призначення податкових надходжень полягає у забезпеченні держави фінансовими ресурсами, необхідними для виконання відповідних функцій. Податкові надходження формуються за рахунок мобілізації до бюджету податків, зборів та обов'язкових платежів, які в сукупності утворюють податкову систему. При цьому податки використовуються державою як інструмент формування бюджетних доходів. Обсяги податкових надходжень бюджету визначаються станом розвитку економіки країни, кількістю суб'єктів підприємницької діяльності та їх активністю, які згідно з положеннями національного податкового законодавства зобов'язані здійснювати відповідні відрахування до дохідної частини бюджету. Суми цих відрахувань визначаються за результатами господарської діяльності таких суб'єктів підприємницької діяльності відповідно до положень податкового законодавства [7, с. 4].

Аналіз динаміки податкових надходжень, здійснений за 2004–2020 рр., демонструє, насамперед, зростання в динаміці абсолютних показників податкових надходжень Державного бюджету України. За досліджуваній сімнадцятирічний період вони зросли більше, ніж у 12 разів (у 2004 році вони становили 62475 млн грн, а у 2020 році — 783759 млн грн) [8]. Проте, якщо розглянути динаміку часток податкових надходжень у загальному обсязі доходів Державного бюджету України, то спостерігається їхнє коливання від 76,4 % до 85,8 %, що є проявом фінансової нестабільності податкової системи України.

Загальне невдоволення роботою податкової системи зробило нагальним питання про глибоку податкову реформу. Головною метою реформи має бути створення передумов для економічного зростання за рахунок вивільнення підприємницького потенціалу української нації, та сприяння реалізації конкурентних переваг країни. На структурному рівні реформа має сприяти прискоренню оновленню економіки через пришвидшення процесів зростання нових підприємств і галузей, та відмирання старих [4, с. 3].

Для визначення напрямів реформування податкової системи необхідно виокремити такі проблеми формування податкових надходжень Державного бюджету України, які лежать в площині виконання податками своїх функцій.

1. Недовиконання фіскальної функції податків через поширені схеми мінімізації та ухилення від оподаткування [6, с. 5–13]:

- контрабанда та «сірий» імпорт;
- зловживання спрощеною системою оподаткування;
- заробітна плата «у конвертах»;
- необліковані готівкові доходи;
- «скрутки» податку на додану вартість із формування фіктивного податкового кредиту [2];
- розмивання податкової бази у низько податкових юрисдикціях.

2. Обмеженість потенціалу регулюючої функції податків внаслідок хронічного недовиконання податками фіскальної функції [6, с. 13–18]:

- ризики втрати доходів при слабких компенсаторах у майбутньому;
- слабка дієвість та викривлення існуючих податкових стимулів;
- поглиблення соціальної нерівності;
- відсутність політичної єдності щодо доцільності пом'якшення податкового навантаження для бізнесу;
- нестабільність правового регулювання податкових пільг за повної відсутності системи моніторингу та оцінки ефективності їх надання.

3. Недовіра до контрольної функції податків [6, с. 19–26]:

- мінливе законодавство, складне податкове та митне адміністрування;
- недосконалість електронних сервісів в обслуговуванні платників податків;
- слабкість аналітичної складової в роботі податкових та митних органів;
- наявність широкого кола можливостей для прояву корупційних ризиків;
- погана репутація податкової поліції в очах громадян та бізнесу;
- відсутність дієвої системи упередження та профілактики порушень.

Виокремивши проблеми формування податкових надходжень Державного бюджету України необхідним є обґрунтування шляхів їх вирішення. Оскільки податкові надходження та їх сукупність утворюють податкову систему, що є інструментом реалізації податкової політики, то пріоритетних напрямів реформування податкової політики України, які позитивно вплинуть на формування податкових надходжень Державного бюджету України, пропонуємо віднести:

- підвищення функціональності податкової системи;

- спрощення процедур і здешевлення вартості податкового адміністрування за рахунок розвитку електронних сервісів [1];
- діджиталізація процедур для ризик-орієнтованості контролю із уникненням суб'єктивного людського фактору [1];
- імплементація Плану дій BEPS для протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутків з-під оподаткування;
- модернізація митної технічної та IT-інфраструктури для унеможливлення контрабанди та «сірого» імпорту, поживлення експортної діяльності;
- запровадження податкових стимулів поживлення інвестиційної активності бізнесу;
- сприяння утвердженню соціальної справедливості інструментами податкового регулювання;
- підвищення рівня довіри громадськості до запланованих урядом реформ, зокрема, шляхом залучення до прийняття управлінських рішень наукових шкіл і посилення партнерської складової у відносинах фіскальних органів і платників податків [5, с. 129].

Висновки з проведеного дослідження. Податкова система — це не тільки об'єднання податків, зборів і платежів. У першу чергу, це структура, яка забезпечує функціонування та здійснює регулювання фінансових потоків у країні. Відносини, що виникають при справлянні податків і зборів регулює Податковий кодекс України. Виходячи з функцій держави податкова система стабілізує економіку держави, має забезпечувати стійке економічне зростання, тому вона є головним атрибутом країни і має бути гнучкою та стабільною, а недостатньо ефективне виконання податками основних функцій призводить до втрат доходів бюджетів усіх рівнів, особливо центрального. Внаслідок повільного зростання доходів і, як наслідок, видатків бюджету стримується сукупний попит — у сегментах як інвестиційного попиту коштом державних цільових програм, так і споживчого — коштом оплати праці працівників бюджетної сфери та соціальної підтримки вразливих верств населення. Вади регулюючої та контрольної функцій податків гальмують приватну ділову активність та капітальні інвестиції бізнесу, а разом із ними — економічне зростання.

На окрему увагу заслуговують питання ефективності податкової політики та податкового адміністрування у механізмі забезпечення бюджету держави стабільними і керованими дохідними джерелами з метою збалансованості фінансово-бюджетної системи та сталого економічного зростання країни. Зберігається несприятливий клімат для іноземного інвестування. Усе це в сукупності генерує виклики, ризики та загрози фіскальній стійкості, а отже потребує належного розв'язання.

Література:

1. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова від 3 березня 2021 р. // Кабінет міністрів України — № 179.
2. Щодо найбільш характерних схем ухилення від оподаткування: Витяг від 14.06.2007 // Державна податкова адміністрація України (ДПА України). — № 891/7/16-1417.
3. Волохова І., Дубовик О.С. Податкова система: навч. пос. Харків, 2019. — 402 с.
4. Дрогозов Ю. Інституційні проблеми української податкової системи та шляхи їх вирішення / Дрогозов Ю., Дубровський В.: аналіт. розробка, Київ: Реанімаційний пакет реформ, 2015 — 33 с.
5. Славкова А.А. Податкова політика України в умовах євроінтеграції: проблеми і перспективи / А.А. Славкова, О.С. Ватаманюк // Фінанси, облік і аудит: зб. наук. пр. — К.: КНЕУ, 2018. Вип. 1 (31). — С. 119–136.
6. Шемясва Л.Г., Жаліло Я.А., Юрків Н.Я., Гладких Д.М., Касперович Ю.В., Лондар Л.П., Дешко А.Л. Проблеми та перспективи зміцнення стійкості фінансової системи України: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2020. — 71 с.
7. Чугунов І.Я. Формування податкових надходжень бюджету як складова системи бюджетно-податкового регулювання / І.Я. Чугунов, В.І. Островецький // Наукові праці НДФІ. — 2006. — Вип. 3. — С. 3–14. — URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdfi_2006_3_2
8. Ціна держави: бюджет України. Доходи. URL: <http://old.cost.ua/budget/revenue/#1>

Удовіченко С.О.

«Міжнародний бізнес», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.е.н., ст. викладач кафедри фінансів Білінець М.Ю.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНТЕХУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Швидкий розвиток технологій за останні роки призвів до змін у фінансовому секторі: мобільні гаманці, онлайн банкінг, криптоплатформи — те, що колись було рідкістю, стало невід'ємною частиною повсякденного життя. Фінтех — це новий світогляд і потужний тренд у фінансовому

секторі. Фінтех привертає увагу не тільки розробників програм, а й гравців на фінансовому ринку, які готові запроваджувати сучасні рішення. Тому важливо розуміти стан фінансових технологій в Україні та аналізувати їхні перспективи. В Україні фінтех-індустрія перебуває на ранній стадії розвитку, тому стикається з рядом викликів.

Криза пандемії COVID-19 суттєво прискорила перехід на цифрові технології різні сфери діяльності, що проявилось в різкому зростанні електронної торгівлі, зростання темпів впровадження відео-конференцій, дистанційного навчання та фінансових технологій. За даними МВФ сучасний прогрес розвитку мобільних грошей, фінансово-технологічних послуг, інтернет-банкінгу можуть принести значні вимоги населенню з низькими доходами і малому бізнесу [1], що, в свою чергу, визначає актуальність дослідження використання цифрових технологій у фінансовій сфері.

Метою дослідження є вивчення сучасного стану, визначення тенденцій та основних трендів розвитку фінансових технологій в Україні. Відповідно до мети дослідження використано такі методи: логічного узагальнення (при структуризації ринку фінтех), наукової абстракції (при визначенні трендів розвитку фінтех в Україні), порівняльного аналізу (під час визначення тенденцій розвитку фінтех).

Вивченням теоретичних питань і практичних аспектів розвитку та функціонування фінансових технологій висвітлена в наукових працях українських і зарубіжних науковців: Гладких Д. [2], Белінська Г. [3], Тарасюк М., Філіпова Д., Волосович С., Дудинець Л., Діденко С. [4] та інші. На думку Гладких Д., одним із найнебезпечніших для комерційних банків напрямом розвитку фінтех є активне використання P2P- і P2B-кредитування, яке в перспективі може призвести до зникнення класичної банківської системи, оскільки витіснить банки з кредитного ринку, залишивши їх без процентних доходів і відібравши частку грошових потоків, що формують банківські активи і пасиви [2]. Розглядаючи фактори розвитку фінтех, Белінська Г. зосереджується не лише на зовнішніх, але й на внутрішніх факторах впливу, що вирізняють їх від традиційних банківських та інших фінансових послуг і роблять привабливішими для споживачів, зокрема вартісні і цінові чинники, вплив яких пов'язаний із нижчою вартістю фінансових операцій, реалізуються з використанням фінтеху [3]. Незважаючи на значні результати у вивченні теоретичних аспектів розвитку фінансових технологій в умовах цифровізації української економіки та світової глобалізації потребують подальшого дослідження.

Фінтех-компанії — це фінансові установи, які використовують технологічні розробки для здійснення операцій. В Україні сьогодні налічується близько 150 фінтех-компаній, більшість з яких засновано протягом останніх 5 років.

Як і в інших частинах світу, еволюція фінтех в Україні вперше відбулася у відповідь на банківську кризу 2008–2009 років і набрала нового оберту в результаті кризи 2013–2014 років. Якщо кілька років тому фінтех-компанії вважали конкурентами традиційних банків, то сьогодні ми спостерігаємо стійку тенденцію у їх співпраці.

З 2018 року в Україні відбулися регуляторні зміни, що мають позитивно вплинути на весь фінансовий сектор і на фінтех зокрема [4, 5]:

- прийнято закон «Про валюту і валютні операції», що фактично запроваджує принцип «усе, що не заборонено – дозволено»;
- закон «Про електронні довірчі послуги» дає можливість використання сервісу BankID, що забезпечує віддалену електронну ідентифікацію клієнта;
- впровадження міжнародних стандартів обміну фінансовими повідомленнями на базі IBAN та ISO 20022 надасть можливість гармонізувати український платіжний простір з європейським;
- розпочато процес імплементації норм європейської директиви PSD2, що підвищить конкурентоспроможність українських компаній на міжнародному ринку.

У 2020 році відбулася значна кількість змін, яка здійснила вплив на розвиток фінтех: прийнято новий закон з фінмоніторингу в якому пом'якшені умови щодо ідентифікації та верифікації клієнта (а саме дозволена віддалена ідентифікація та верифікація за допомогою BankID НБУ, кваліфікованого електронного підпису (КЕП), сеансу відеотрансляції та верифікація за допомогою програми «Дія»).

В Україні «пісочниця» [5] допоможе вітчизняним фінтех-компаніям якнайшвидше адаптуватися до законодавчого та регуляторного поля й ринкових умов, що, в свою чергу, сприятиме їхньому розвитку. Також важливо залучати вітчизняні та іноземні інвестиції у галузь, оскільки понад 60 % фінтех-компаній, включаючи й зрілі, працюють без залучення коштів сторонніх інвесторів. Проте цього замало. Необхідно й надалі підвищувати інтерес інвесторів до фінтех-галузі.

Щодо сфери діяльності фінтехів, то протягом 2019–2020 років можна виділити такі основні тенденції [6]:

- стабільно зростає кількість платіжних сервісів і платформ грошових переказів на 14 %, а сфера технологічної інфраструктури — на 20 %;

- кількість компаній, що займаються приватним і споживчим кредитуванням зросла на 1/3, що свідчить про зростання попиту на кредити. У 2021 році очікується подальше зростання компаній представлених в сегменті онлайн кредитування, що буде спричинено пандемією;
- на 43 % зросла відносно нова галузь для України LegalTech (технології в юридичній діяльності), що в основному зумовлено необхідністю діджиталізації юридичних послуг;
- інтерес до технології блокчейн та криптовалют охолов після піку, так само як і до компаній у сфері консалтингу та аналітичних систем, яка була популярна серед стартапів ще 2018–2019 років;
- активізувалася робота маркетплейсів і краудфіндингових платформ, що зумовлено необхідністю швидкого переходу у діджитал канали багатьох компаній на карантині.

Хоча в Україні для розвитку фінтеху є багато умов, проте він все одно розвивається повільніше, ніж в інших державах, має обмеження законодавством та деякі інші проблеми, наприклад, слабку капіталізацію та сконцентрованість на вузьких нішах платіжних сервісів. Разом з цим, можна виділити нові тренди в розвитку фінтеху [4, 6]:

- Buy Now Pay Later. Можливості покупок з відкладеним платежем, наприклад, у розстрочку надають і традиційні банки, але фінтех-компанії змінили цей сервіс докорінно, додали гнучкості та клієнтоцентрованості і зробили його особливо привабливим для молоді;
- зарплати в режимі реального часу. Завдяки фінтех проектам, заробітна плата стає доступною в режимі реального часу. Банк або фінтех-компанія перераховує вам щойно зароблені гроші, а в кінці місяця списує із зарплати, яка надійшла вам від роботодавця;
- інтернет речі та безшовні «вбудовані фінанси». Необхідність забезпечення зручної, безшовної та безпечної оплати за надані послуги та товари визначила запит на цифрові технології, що дозволяють здійснювати платежі буквально в один клік чи навіть без нього, не торкаючись фізичного «пластику». Серед актуальних трендів фінтех ринку — «вбудовані фінансові сервіси»;
- таргетинг і розквіт необанків. Сервіс стає ключовою функцією банківського бізнесу. Серед глобальних трендів — поява необанків, які все більше спеціалізуються на обслуговуванні певної категорії клієнтів і вибудовують свої рішення навколо її потреб. Створюються банки, орієнтовані на підприємців малого та середнього бізнесу, спортсменів та тих, хто веде здоровий спосіб життя, фермерів, автовласників, тільки VIP клієнтів, а також спеціалізовані іпотечні чи сімейні банки тощо;
- цифрові валюти. Visa тісно співпрацює з цифровими валютними платформами, такими як криптогігант Coinbase, який нещодавно анонсував Coinbase Card, дебетову картку Visa, яка дозволяє клієнтам легко витратити свою конвертовану криптографію. Інший приклад — стартап BlockFI, з яким компанія запустила кредитну картку Visa, кешбек, за якою надається біткоїнами, а не мілями чи звичайними грошима.

Сьогодні ж компанії фінтех намагаються активно розробляти програми для того, щоб здійснювати фінансові операції за допомогою мобільного телефону, впроваджують створення платіжних агрегаторів та платформ для транзакцій з альтернативними валютами та багато іншого. Багато українських банків та фінансові компанії співпрацюють, щоб отримати певні переваги та можливості. Не передбачувано швидке зростання цифрової економіки є популярною тенденцією на сьогоднішній день.

Література:

1. Офіційний сайт «UA.news», стаття «Цифровізоване майбутнє: розвиток глобального і українського фінтех ринку». URL: <https://ua.news/ua/covid-19-kak-drajver-ekonomicheskikh-izmeneniy-mvf-ob-tsyfrovoj-fynansovoj-yntegratsiy-u-razvityu/> (дата звернення 05.05.2021).
2. Гладких Д.М. Ризики та можливості банківської системи України в умовах розвитку інформаційної економіки. *Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітична записка. Сер. Економіка*. 2019. № 4. https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-09/ANALIT%20GLADKYH%20ECONOMICS%20%23%204%202019_0.pdf (дата звернення 05.05.2021).
3. Белінська Г.В. Ринок фінансових інновацій: сутність, особливості та передумови створення. *Наукові праці НДФІ*. 2016. № 1. С. 137–149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npndfi_2016_1_11 (дата звернення 05.05.2021).
4. Діденко С. Цифровізоване майбутнє: розвиток глобального та українського фінтех-ринку. URL: <https://ua.news/ua/tsyvrovyzovannoe-budushhee-razvitye-globalnogo-y-ukraynskogo-fynteh-rynka/> (дата звернення 05.05.2021).
5. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року / НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/development-strategy/fintech2025> (дата звернення: 04.05.2021).
6. Каталог фінтех компаній України — 2020. URL: https://drive.google.com/file/d/1YxWMuhyGfxUIS8j7JOFRacM_VU41sw04/view (дата звернення 05.05.2021).

Бараненко Р.С., Терно Н.А.
«Банківський бізнес», 3 курс
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри банківської справи
та страхування Стецюк Т.І.

ТЕХНОЛОГІЯ BLOCKCHAIN ТА СТРАХУВАННЯ

Вступ. Фінансові послуги в більшості країн світу розвиваються швидкими темпами, перебувають у процесі постійних змін та еволюціонують. Їх еволюція сприяє модернізації всієї системи держави, що відбувається на основі впровадження фінансових, інформаційних та комунікаційних технологій у межах яких активно використовують технологію Blockchain [1]. Програмісти, фінансові аналітики, і економісти зазначають, що поширеність і затребуваність технології Blockchain зростатиме в геометричній прогресії. Дана технологія успішно застосовується не тільки в цифрових фінансових системах, але і в інших сферах економіки, наприклад страхуванні.

Мета полягає в дослідженні та визначенні шляхів впровадження технології Blockchain у сфері страхування.

Методи дослідження. У дослідженні застосовані загальнонаукові методи, зокрема теоретичного узагальнення та економічного аналізу.

Огляд фахової літератури. Дослідженню технології blockchain присвятили свої праці вітчизняні і зарубіжні науковці та практики, зокрема: С. Біла, Д. Бризгалов, Н. Бричєєва, Р. Вакулін, М. Дацко, А. Жмуркевич, І. Кисельов, О. Маковоз, Т. Передерій, В. Ткачук та інші, які здебільшого розглядали можливості та перспективи застосування технології блокчейнв різних економічних сферах бізнесу.

Результати дослідження. Не тільки страхування, а й сфера фінансових послуг загалом переживає кризу довіри. Дослідження компанії Edelman показує, що вирішити цю проблему можуть мобільні телекомунікаційні технології і блокчейн [2]. Основні точки докладання зусиль — захист даних клієнтів, розробка більш прозорих і доступних страхових рішень. Зазначимо, що найбільший вплив на страхування здійснює процес глобального цифрування інформації. Зазначимо, що споживачі фінансових послуг висувують нові запити до послуг, які їм пропонують страхові компанії і цим спонукають до створення абсолютно нових підходів як до самих страхових послуг, так і до їх просування на страховий ринок. Все це активізувало процес діджиталізації та впровадження страхових інновацій, які є запорукою успіху кожної страхової компанії. Саме технологія blockchain є вдалим прикладом таких інновацій, застосування якої дає нам змогу [3]:

- економити час на здійсненні окремих операційних-процесів страховика;
- зменшити ступінь ризиків страхових і фінансових операцій;
- забезпечити достатній ступінь довіри між партнерами в умовах максимальної транспарентності.

Охарактеризуємо властивості які притаманні даній технології у сфері страхування:

- засвідчення угод без посередників і здійснення електронного бухгалтерського обліку;
- здійснення платежів і грошових переказів значно швидше та з нижчою комісією (особливо в операціях зі вхідного та вихідного перестрахування);
- підвищення рівня кібербезпеки страховика шляхом перевірки даних, які надходять (передаються), що є гарантією надійності (достовірності) джерел їх походження та недопущення перехоплення інформації на проміжному етапі;
- впровадження механізму індивідуального мікрострахування, в якому blockchain представляє третю сторону (гаранта);
- отримання довідок та інших документів, що підтверджують факт настання страхового випадку, від компетентних органів (органів поліції, медичних установ тощо) і компаній, які надають різноманітні послуги з асистансу (медичного, технічного, юридичного) тощо [4] .

Дуже добре згадати приклад стартапу Metromile, який упровадив пакет плати за милі (для цього на авто встановлюють спеціальне обладнання), завдяки якому страхування для людей, які їздять на своєму авто мало, стало набагато доступнішим.

Блокчейн може використовуватися для аналізу страхових ризиків по автовласникам. Це дозволить в обмін на доступ до історії штрафів, аналізу стилю водіння та інших факторів отримати страховий продукт за оптимальною ціною. Ще одним прикладом використання блокчейна є реєстр захищених даних у медичному страхуванні. При переведенні медичних даних і реєстрів у формат блокчейн клієнт отримує максимально повну можливість контролю власних медичних даних і дозволяти тим чи тим особам і організаціям мати до них доступ. Кожен пацієнт зможе контролювати які медичні структури матимуть доступ до його історії хвороби і стежити, хто і яким чином користується цим доступом.

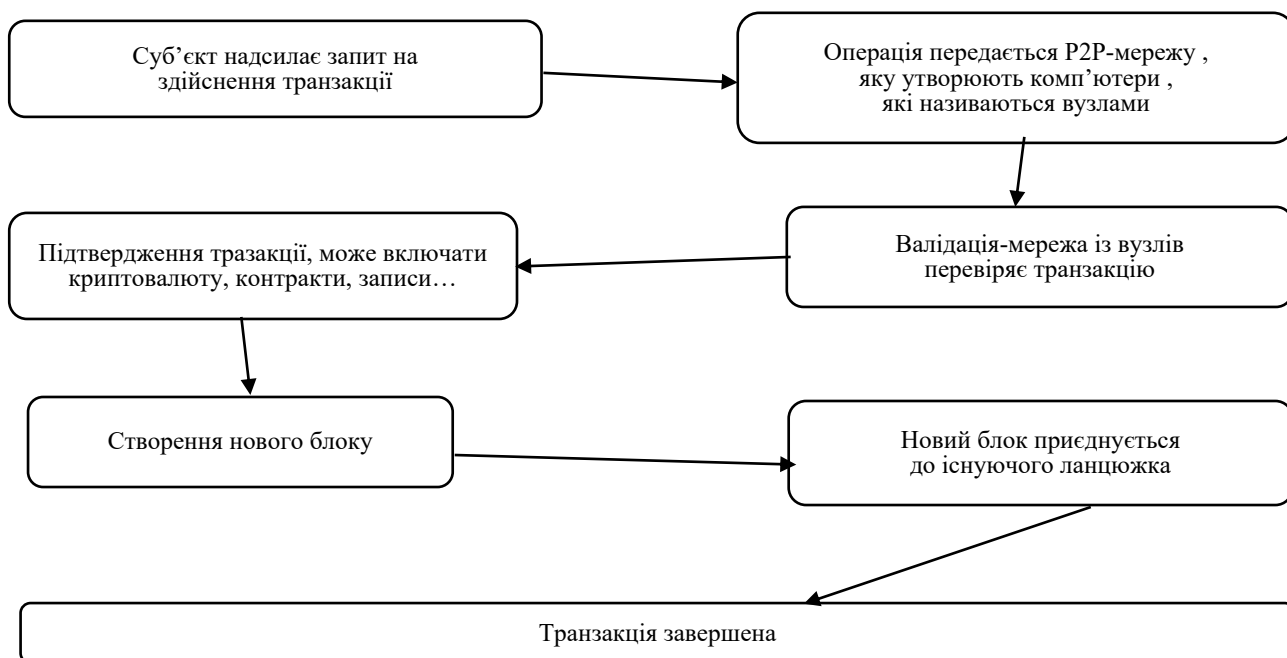


Рис. 1. Схема роботи технології Blockchain [2]

У блокчейн-мережі є два типи учасників: майнери, що створюють нові блоки, обчислюють та привласнюють їм закриті коди — хеші. Майнери працюють на власних обчислювальних потужностях і отримують винагороду за рахунок комісій, що стягується за транзакцію та користувачі, які здійснюють фінансові або інші операції. Запис про операцію надсилається до блокчейн-мережі, де він вже вважається транзакцією. Інформація, що передається з використанням технології Blockchain (блоки та інформація в них), доступна для будь-якого користувача.

Висновки. Технологія blockchain є базою даних для швидкого обміну інформацією між користувачами, при цьому володіє високим ступенем захисту, саме тому її використанні представляє інтерес для людства та допомагає ефективно будувати відносини з партнерами (іншими страховиками, перестраховиками та їх об'єднаннями і т.д.) та державними органами.

Впровадження технології blockchain у сфері страхування дає змогу страховикам досягти позитивних результатів і у фінансовому плані шляхом зменшення витрат і підвищує ефективність функціонування компанії в цілому.

Наразі технологія блокчейн у тренді, і багато стартапів намагаються її застосувати. Однак страхування — саме та сфера, де блокчейн запрацює найкраще. Інше питання, що реалізувати це непросто. Мова не тільки про технологічні труднощі і саме цьому питанню буде присвячене наше наступне дослідження.

Література:

1. Александрова М.М. Страхування: Навч.-метод. посібник. — К.: ЦУЛ, 2002. — 208 с.
2. Глушенко Н. Блокчейн в Україні: Що це за технологія і чим вона корисна [Електронний ресурс] / Н. Глушенко. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: 112.ua
3. Демчук Д.А. Блокчейн технології в страхуванні [Електронний ресурс] / Демчук Д.А. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://cutt.ly/ob52KqR>
4. Нагайчук Н.Г. Можливості використання технології blockchain у страхуванні [Електронний ресурс] / Н.Г. Нагайчук, Н.М. Третяк. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: [24.pdf\(uzhnu.uz.ua\)](http://24.pdf(uzhnu.uz.ua))
5. Ткачук В.В. Дослідження криптографічних алгоритмів для генерації ключів [Електронний ресурс] / В.В. Ткачук. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: [Tkachuk_magistr.pdf\(kpi.ua\)](http://Tkachuk_magistr.pdf(kpi.ua))

ЦИФРОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИКА

Вступ. Страхувальний ринок є важливим сегментом фінансового ринку України. Він активно розвивається, орієнтуючись на світові тенденції та на потреби споживачів. У цей же час, активно розвиваються комп'ютерні цифрові технології. Вони широко використовуються фінансовими організаціями, даючи можливість спростити роботу, покращити взаємодію з клієнтами і зменшити витрати. Впровадження технологій Insurtech має прямий вплив на фінансову стійкість і платоспроможність страховика, тобто на здатність страховика відповідати за своїми зобов'язаннями. У статті розглянуто окремі види цифрових технологій, котрі уже використовуються у різних країнах світу та мають перспективу впровадження в Україні.

Метою статті є визначення цифрових стратегій, що дадуть можливість забезпечити платоспроможність страховика.

У процесі написання роботи використовувались такі методи дослідження: абстрагування, аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення, системний та інші.

Огляд фахової літератури. Питання платоспроможності страхових компаній були висвітлені у роботах Г. Беякіна, І. Олійника, Л. Лахтіонової, Н. Ткаченка, Д. Хемптона та інших. Проблема впровадження InsurTech досліджували М. Карбоне, Г. Перот, Л. Ріксфорд та інші. Українські науковці досліджують застосування даних технологій у різних сегментах страхового ринку України.

Результати дослідження. Існує багато підходів до визначення поняття платоспроможності страхової компанії. Узагальнивши їх, можна сказати, що платоспроможність — це здатність страховика виконувати свої зобов'язання за допомогою активів, котрі є в його розпорядженні, у визначений термін. Платоспроможність є одним з найважливіших показників фінансової стійкості і свідчить про її фінансову надійність.

Відповідно до закону України «Про страхування» платоспроможною вважається компанія, у якої: наявний сплачений статутний і гарантійний фонди; створений достатній для покриття майбутніх виплат страхових сум і збитків від реалізації застрахованих ризиків страховий резерв; фактичний запас платоспроможності перевищує розрахунковий нормативний запас платоспроможності [1].

Виділяють ряд факторів, котрі мають вплив на платоспроможність страхової компанії. Їх поділяють на зовнішні та внутрішні. В сучасному світі розвиток технологій є надзвичайно стрімким і в свою чергу має великий вплив на всі сфери економіки, у тому числі на страховий ринок. Розвиток цифрових технологій спонукає страхові компанії інвестувати кошти на введення технологічних інновацій. Український страховий ринок є недостатньо розвиненим порівняно з європейським, тому більшість технологій, котрі вже активно використовуються в Європі, в нас лише починають запроваджуватись.

FinTech — це інноваційні технології, які використовуються фінансовими інститутами, органами державного управління, торговельними організаціями для задоволення потреб споживачів фінансових, адміністративних послуг і товарів в умовах розвитку економіки споживання [3].

InsurTech є частиною FinTech і являє собою систему використання новітніх технологій та інновацій для покращення роботи страхового ринку. До них можна віднести онлайн-платформи по наданню страхових послуг, мобільні додатки, програми по автоматизації інформації, хмарну обробку даних (служби автоматичного розрахунку через інтернет), чат-боти (програми, котрі імітують реальну комунікацію зі споживачем), технології з елементами штучного інтелекту тощо.

Серед основних тенденцій в InsurTech виділяють [8]: P2P страхування; blockchain-технології; on-demand insurance; телематика; агрегатори.

Сутність P2P страхування полягає в тому, що користувачі формують фонд з внесків, об'єднавшись в групи за певними ознаками. Кошти фонду йдуть на погашення збитків, на утримання стартапу, плату страховій компанії за користування даною послугою, а найбільша частина — на перестрахування великих ризиків у традиційних страхових компаній. Дану модель страхування уже успішно використовують у Китаї, США та різних країнах Європи. Ряд експертів прогнозує складності P2P-страхувальників у Чехії через невеликий розмір страхового ринку, оскільки

ки для успішної діяльності таких компаній необхідна участь великої кількості людей [9]. Для України дана проблема також є актуальною. Тому на страховому ринку України доцільним буде не створення окремих компаній, а введення Р2Р страхування як окремої послуги страховиків.

Blockchain-технології у страхуванні використовуються для ведення «розумних контрактів», завдяки яким усі взаємовідносини відбуваються автоматично. Вся інформація накопичується і формує базу даних.

Технології блокчейн використовуються не лише у страхуванні. Наприклад, уряд Естонії застосовує блокчейн для голосування, ведення медичної документації та сплати податків онлайн, завдяки чому економить до 2 % ВВП на рік.

Сутність on-demand insurance полягає в тому, що страхові поліси оформлюються лише у разі необхідності. Цю технологію першими почали використовувати страхові компанії Cuvva (Великобританія) та Trov і Slice (США). Найчастіше on-demand insurance використовується в автотранспортному страхуванні, якщо особи використовують транспортний засіб не на постійній основі.

Телематика на сьогоднішній день найчастіше застосовується в автотранспортному страхуванні. Сутність полягає в тому, що до автомобіля підключається спеціальний пристрій, що аналізує манеру водіння, після чого визначає ступінь ризику. В Україні телематичні пристрої вже використовує страхова компанія ARX, починаючи з 2016 року.

Агрегаторами називають сервіси для порівняння цін на страхові послуги. Прикладом таких агрегаторів є сайти multy.ua, gifaf.ua, parasol.ua, oh.ua тощо. Ці сервіси надають інформацію про страхові продукти, допомагають з вибором та оформленням страхових полісів. Загалом, лише за перший квартал 2021 р. обсяг інвестицій у InsurTech-сектор у світі становив 2,55 млрд дол. [7].

Впровадження цифрових технологій дасть для страхової компанії ряд переваг, а саме: перевагу перед конкурентами; можливість розширення клієнтської бази; збільшення обсягу реалізованих страхових послуг; зменшенні витрат. У свою чергу, ці фактори призведуть до підвищення платоспроможності страхової організації.

Запровадження новітніх технологій є необхідним у сучасному світі. Проте, це потребує чималих фінансових вкладень, тому вони мають бути економічно обґрунтованими і доцільними.

Висновки і пропозиції. Платоспроможність є важливим показником фінансової стійкості компанії. Фактори впливу на платоспроможність можна поділити на внутрішні та зовнішні. Одним з внутрішніх факторів впливу є рівень технологій, які вже застосовуються фінансовими установами, в тому числі страховими компаніями. До них можна віднести онлайн-платформи, мобільні додатки, програми по автоматизації інформації, хмарну обробку даних, чат-боти, технології з елементами штучного інтелекту та багато інших.

InsurTech є частиною FinTech і являє собою систему використання новітніх технологій та інновацій для покращення роботи страхового ринку. Стратегії впровадження цифрових технологій дають низку переваг, до яких можна віднести підвищення конкурентоспроможності компанії, зниження витрат і спрощення процесу страхування як для страховика, так і для споживача. Недоліками даних стратегій є необхідність фінансових вкладень і виникнення нових видів ризиків. Невирішеною проблемою залишається високий рівень недовіри населення до страхових компаній, що стримує розвиток страхового ринку України загалом. Перспективним для подальшого дослідження є поглиблене дослідження можливостей застосування окремих технологій на страховому ринку України.

Література:

1. Закон України «Про страхування» № 85/96-ВР від 07.03.1996 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
2. Ачкасова С.А., Мардоян Є.Г. Визначення сутності та факторів впливу на платоспроможність страхової компанії / Фінансовий простір-2017. — №2(26).
3. Мазаракі А., Волосович С. FinTech у системі суспільних трансформацій. Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. 2018. № 2. С. 5–18.
4. Третяк Д. Перспективи впровадження інновацій в особистому страхуванні на прикладі зарубіжних країн. Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2017. 5(194). С. 50–58. Серія: Економіка.
5. Волосович С., Фоміна О. Технологічні інновації на страховому ринку. Вісник КНТЕУ. 2018. № 5. С. 124–137.
6. Laird Rixford. Using InsurTech for Transformation, Not Disruption. Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.insurancejournal.com/blogs/itc-insurance-technologies-corporation/2016/12/07/434556.htm>
7. Глобальные инвестиции в InsurTech-сектор в 1 квартале 2021 года достигли рекордных \$2,55 млрд. Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://forinsurer.com/news/21/04/29/39680>

8. 5 тенденцій в InsurTech Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://tbt-broker.com/news/tendencii-v-insurtech>

9. В Чехії з'явився новий тип страховиків — peer-to-peer (P2P) компанії з возвратом частини страхової премії клієнтам Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://forinsurer.com/news/16/07/07/34002>

Захарченко О.О.

*«Банківський та страховий менеджмент», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
банківської справи та страхування Димніч О.В.*

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

Вступ. Уже другий рік Україна та весь світ знаходяться в умовах карантину зумовленого появою коронавірусної хвороби. Для страхового ринку поява нового ризику — COVID-19 стала особливим викликом, адже потребувала від страховиків детальний аналіз та розробки нових підходів роботи. Для того, щоб залишатися конкурентними в умовах пандемії, страхові компанії активно оновлювали та адаптували свої страхові послуги. Істотні зміни відбулися в страхуванні подорожуючих за кордон, цьому сприяло запровадження в більшості країн світу нової вимоги для туристів — наявність страхового полісу з покриттям COVID-19.

Мета. Дослідити зміни, що відбулися в результаті пандемії за напрямком туристичного страхування.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи дослідження, в тому числі метод теоретичного узагальнення, аналізу та порівняння.

Огляд страхових агрегаторів та офіційних сайтів страховиків: hotline.finance, oh.ua, parasol.ua, squaremouth.com, ПрАТ «СК «ПЗУ Україна», ПрАТ «СК «ЄТС».

Результати дослідження. З введенням у 2017 р. безвізового режиму між Україною та ЄС, потік туристів почав щорічно зростати на 30 % [1]. Збільшення попиту на туристичні послуги сприяло зростанню попиту на відповідні страхові послуги. Так, з 2016 по 2019 рр. на вітчизняному ринку обсяг страхових премій добровільного страхування медичних витрат подорожуючих за кордон зріс на 50 %, а обсяг страхових виплат — на 60 % [2]. П'ятірка страхових лідерів щорічно збирає від 50 до 60 % усіх страхових премій. Найбільшим попитом користуються послуги таких страховиків: «ПЗУ Україна», «ВУСО», «Європейське туристичне страхування», «ТАС СГ», «КНЯЖА» [3].

Попри тривалі карантинні обмеження виїзду за кордон, у 2020 р. вітчизняним страховикам і 9 місяців 2020 р. за даним видом страхування вдалося зібрати 705 млн грн чистих страхових премій (42 % від обсягу за 2019 р.) та здійснити чисті виплати на суму 187 млн грн (53 % від обсягу за 2019 р.) [4].

Згідно умов договорів страхування подорожуючих за кордон, до пандемії страхові компанії не включали в поліс інфекційні хвороби, що викликають епідемії. З березня 2020 р. майже всі страховики почали включати до своїх договорів покриття коронавірусної інфекції. Але умови у кожного страховика різні.

Для виявлення особливих змін у послугах туристичного страхування було проаналізовано ряд пропозицій провідних страховиків України.

Програма «Базова» (ПрАТ «СК «ПЗУ Україна», ПрАТ «СК «УНІКА», ПрАТ «СК «АЛЬФА СТРАХУВАННЯ», ПрАТ «СК «ВАН КЛІК»)

Параметри: напрямок — Шенгенські країни, Великобританія, Ірландія; термін 01.05 — 31.05.2021; одна особа.

Страховий платіж: 300–1300 грн. Основні опції договору — стандартні.

Додаткові опції: покриваються ризики, пов'язані з лікуванням коронавірусної інфекції. Відшкодовуються медичні витрати на діагностику (при наявності підозри на Covid-19) і лікування застрахованої особи від Covid-19. Ліміт відповідальності за ризиком Covid-19 від 1000 до 5000 €. СК «UNIQ» має ліміт 30 000 €, проте для амбулаторної допомоги встановлено окремий ліміт покриття — 1 000 €.

Програми: «Стандарт» і «Максимум».

За ідентичних параметрів страховики, аналогічно умовам базової програми, при наявних симптомах покривають витрати на тестування та лікування застрахованої особи від Covid-19.

Разом з тим, встановлюють вищий ліміт відповідальності. У більшості страхових компаній він складає 30 000 €. Ціна страхового полісу від 400 до 1600 грн.

Варто відмітити особливості покриття COVID-19 за класом «Максимум» страхової компанії «Європейське Туристичне страхування». Страховий поліс окрім оплати вартості експрес-тестування, лабораторних досліджень на COVID-19 і медичної допомоги у випадках офіційного підтвердження захворювання (ліміт відповідальності — 30 000 €) передбачає оплату транспортування застрахованої особи в країну постійного проживання після амбулаторного чи стаціонарного лікування від COVID-19 (ліміт відповідальності — 250 €) [5].

Попри значну пропозицію послуг туристичного страхування, варто відмітити, що окремі страхові компанії на ринку навіть при заяві, що покривають лікування від COVID-19, можуть залишати в договорі виключення епідемій і пандемій. А це в свою чергу може спричиняти суперечності на етапі виплати.

Пандемія вплинула не лише на умови договорів туристичного страхування, вона стимулювала розвиток нових шляхів їх реалізації. Онлайн-страхання стало хорошою альтернативою в умовах карантинних обмежень. Воно дозволило клієнту, не контактуючи з представником страхової компанії, укласти договори туристичного страхування. Сучасні сайти, де можна придбати страховий поліс, облаштовані так, що дозволяють за кілька хвилин, навіть уже перебуваючи в аеропорту, порівняти пропозиції та придбати необхідний поліс. Оскільки туристичне страхування ідеально підходить для онлайн-продажів, більшість страховиків, що спеціалізуються на туристичному страхуванні, вже реалізують свої послуги саме через цей канал.

Сьогодні договір страхування подорожуючих за кордон можна придбати онлайн на офіційних сайтах деяких страховиків, а також через страхові агрегатори: hotline. finance, oh.ua, parasol.ua тощо.

Пандемія безумовно вплинула і на ставлення подорожуючих до послуг туристичного страхування. Клієнти стали читати умови договору, більше цікавитися наповненням страхового полісу, стали обирати договори, що мають більшу вартість, а разом з тим, краще страхове покриття. Для багатьох пандемія дала можливість переосмислити необхідність наявності туристичного полісу. Все більше і більше людей почали ставитися до цього виду страхування не як до зайвих додаткових витрат під час подорожі, а як до надійної фінансової подушки на час перебування за кордоном.

Висновки і пропозиції. Отже, можна сказати, що пандемія призвела як і до позитивних, так і до негативних зрушень у напрямком туристичного страхування на вітчизняному ринку.

До негативних можна віднести:

- зменшення обсягу туризму та відповідно попиту на страхові послуги у зв'язку з карантинними обмеженнями;
- покриття нового ризику підвищило вартість туристичних послуг, а отже створило додаткове навантаження на подорожуючих.

До позитивних можна віднести:

- розширення умов договорів туристичного страхування;
- збільшення онлайн пропозицій страхування подорожуючих за кордон;
- покращення ставлення населення до туристичних послуг;
- соціальне значення страхових полісів з покриттям COVID-19, адже вони покривають медичні витрати, що виникають у зв'язку із хворобою і, як наслідок, впливають на матеріальний стан особи чи її родини.

Аналіз пропозицій закордонних страховиків дозволив визначити такі, відмінні від вітчизняних, зміни в послугах туристичного страхування [6, 7]:

- повне або часткове покриття витрат касованої поїздки, що була зумовлена захворюванням на COVID-19, або опція «скасування з будь-якої причини»;
- покриття витрат при вимушеній необхідності продовження перебування за кордоном за умови виявлення коронавірусної хвороби;
- авансові медичні послуги. В класичних полісах туристичного страхування клієнт спочатку самостійно сплачує вартість медичних послуг і тільки потім отримує компенсацію від страхової компанії. Дана опція ж дозволяє клієнтам отримати доступ до авансових медичних рахунків партнера страховика — лікувальної установи.

Серед наявних інформаційних технологій закордонні страховики все частіше використовують: чат-боти, роботи-порадники, опцію «онлайн-лікар» тощо.

Вважаємо доцільним запровадити весь сказаний закордонний досвід у вітчизняну практику. Найпріоритетнішими є включення в договори страхування покриття витрат касованої поїздки через COVID-19.

Література:

1. Туризм 2020 — тренди, які неможливо було уявити 20 років тому [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20208210-turizm-2020>
2. Офіційний сайт Нацкомфінпослуг. Консолідовані звітні дані про страховий ринок України 2016 — 2019 рр. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Konsolidovani-zvitni-dani.html>
3. Журнал про страхування Фориншурер. Рейтинг страхових компаній по страхуванню туристів, выезжающих за рубеж. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/ratings/life/19/9/72>
4. Офіційний сайт НБУ. Показники діяльності страхових компаній [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#6>
5. Страховий агрегатор Hotline.finance. Туристичне страхування онлайн [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: URL: <https://hotline.finance/ua>
6. Страховий агрегатор Forbes Advisor. Travel Insurance Quote Search [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.squaremouth.com/>

Мазур О. О.

«Банківський менеджмент», 5 курс

Київський національний економічний університет

Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри банківської справи Білошанка В.С.

ІННОВАЦІЙНІ ІДЕЇ ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОГРАМ І ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОЦІНЦІ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ

1. Вступ. На початкових етапах розвитку банківської системи України оцінка кредитоспроможності клієнтів передбачала кропітку роботу щодо обчислення та аналізу коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан, прогнозування майбутніх надходжень, що забезпечують обслуговування і погашення кредиту, оцінку його забезпечення. Найбільшого поширення в процесі аналізу кредитоспроможності набули скорингові моделі. Проте потрібно визначити їх очевидні недоліки: недосконалість скорингової методики оцінки кредитоспроможності і, як наслідок, великий відсоток неповернень наданих кредитів; велика трудомісткість даної роботи; визначення оціночних характеристик тільки на базі інформації про тих клієнтів, яким банк уже видав кредит (постійних клієнтів); скорингові моделі будуються на вибірці з постійних клієнтів банку, тому співробітникам банку доводиться періодично перевіряти якість роботи системи і, в разі погіршення, розробляти нову модель.

При аналізі кредитоспроможності банки базуються на поведінці самих клієнтів, власників бізнесу або фінансових директорів. При аналізі необхідно враховувати кінцевих бенефіціарів бізнесу, знати хто вони, дивитися, чи не часто вони змінюються, адже це може свідчити про виведення коштів, тобто нецільове використання кредитних коштів. Також необхідно робити прогноз грошового потоку у майбутньому у конкретного позичальника, спираючись на розвиток відповідного сегменту ринку, вид діяльності, і зважувати правдивість даних клієнта.

В умовах інноваційної економіки банкам потрібно максимально уникнути суб'єктивізму в оцінці кредитоспроможності позичальників і це спонукає використовувати автоматизовані програми і можливості штучного інтелекту, актуалізуючи відповідні дослідження. Метою проекту є пропозиція та обґрунтування інноваційних ідей поглибленого аналізу кредитоспроможності із застосуванням автоматизованих програм і можливостей штучного інтелекту.

2. Методи дослідження. У даному проекті використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів наукового дослідження, в тому числі методи статистичних порівнянь, групування, вибірки і узагальнення — для оцінки кредитоспроможності клієнтів і вивчення інноваційних тенденцій впровадження автоматизованих програм і штучного інтелекту в цей процес.

3. Огляд фахової літератури. Проблем аналізу та оцінки кредитоспроможності клієнтів торкаються у своїх наукових працях зарубіжні дослідники Е. Альтман, Л. Гапенські, П.С. Роуз, І. Лаврушин, І. Рикова, Є. Шаталова.

Дослідженню питань щодо оцінки кредитоспроможності позичальників банків та інновацій, пов'язаних з цим, присвячено багато фундаментальних вітчизняних наукових праць таких авторів: О. Вовчак, В. Міщенко, О. Петрук, Л. Примостка. Інноваційні напрями розвитку кредитування та інституційно-структурні зрушення, які відбуваються в банківській системі України, досліджують А. Нікітін, І. Краснова, В. Білошанка, П. Чуб, В. Шевалдіна. Але стрімкий розвиток

банківського бізнесу вимагає як слідування трендам, так і постійних новацій, бо саме за умови правильної побудови стратегії роботи з позичальниками банк може набувати позиції лідера на кредитному ринку та оптимізувати свої витрати на ведення цього виду бізнесу.

4. Результати дослідження. На недоліки скорингових моделей неодноразово звертається увага в наукових дослідженнях [1, с. 26]. Також зауважимо на складності аналізу кредитоспроможності позичальників і значній трудомісткості даної роботи. У процесі оцінки кредитоспроможності позичальників зайнята величезна кількість працівників, це призводить до великих витрат на оплату праці, а при ручній обробці документів можуть траплятися помилки. У результаті може статися, те, що кредитоспроможний позичальник отримає відмову у видачі кредиту, а неплатоспроможному клієнту кредит схвалить. У зв'язку з цим збільшується протермінована позичкова заборгованість за кредитами фізичних осіб [1, с. 79]. Пошук необхідної інформації про клієнта, а також його документів, часто важкий, оскільки в оцінці кредитоспроможності задіяні кілька підрозділів і співробітників.

Результати дослідження та аналізу програмних продуктів для вдосконалення інструментів оцінки кредитоспроможності позичальників у сфері споживчого кредитування, дозволяють обрати програмний продукт «Improvement management» в якості поліпшеної програми для визначення оцінки кредитоспроможності позичальників. Для банку економічна ефективність такої програми полягає у такому: зменшення простроченої заборгованості фізичних осіб; скорочення відрахувань до обов'язкового резерву на можливі втрати за позиками; зменшення трудомісткості оцінки кредитоспроможності клієнтів; збільшення активних операцій банку за рахунок збільшення кількості позичальників через точнішу оцінку їх кредитоспроможності. У табл. 1 нами представлено результати проведених розрахунків на впровадження автоматизованої системи (на 1 офіс).

Таблиця 1

РОЗРАХУНОК ВИТРАТ НА ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ

Показники	Одиниця виміру	Значення показника
1	2	3
Оцінка без використання програмного продукту		
Кількість співробітників банку	люд.	3
Трудомісткість	люд. * год.	3 люд.*21 д*8 год=504 люд. год.
Ставка оплати праці	грн / год.	120
Відрахування у пенсійний, соціальні фонди і медичне страхування	%	30 %
Оплата праці	грн.	504 люд. год. * 120 грн * 130 % = 78 624 грн
Оцінка з використанням програмного продукту		
Кількість співробітників банку	люд.	1
Трудомісткість	люд. * год.	1 люд.* 21 д.* 8 год.=168люд.год.
Ставка оплати праці	грн / год.	120
Відрахування у пенсійний, соціальні фонди і медичне страхування	%	30 %
Оплата праці, всього	грн	168 люд. год. * 120 грн * 130 % = 26 208 грн
Ефект від впровадження	грн	78 624–26 208 = 52 416 грн

За результатами розробки проекту вдосконалення системи оцінки кредитоспроможності фізичних осіб зроблено такі висновки:

- програма «Improvement management» зменшить ризики кредитування, а також забезпечить необхідну стабільність роботи банку;
- програма знижує трудові витрати співробітників банку і підвищує точність обробки інформації;
- додаткова документація, що надається позичальником, дозволяє банку знизити ризик неповернення виданих кредитів;
- завдяки «Improvement management» банк скорочує відрахування до обов'язкового резерву на можливі втрати за кредитами. Цей аспект, на нашу думку, є дуже важливим для банку і тут ми поділяємо думку практиків [2, с. 107].

Паралельно з автоматизованими програмами потрібно для виконання рутинної і одноманітної роботи кредитного скорингу задіювати штучний інтелект, залишивши працівникам банку складніші і творчі завдання. Так, експерти будують uplift-моделі, які прогнозують реакцію клієнтів на стягнення. Це дозволяє оптимізувати процес і продумати, як краще спілкуватися з окремими позичальниками. Зокрема, uplift-моделі виявляють клієнтів, яким марно дзвонити і нагадувати про виплати, формують список тих, хто сам вносить оплату (дзвінки тільки зайвий раз турбують людей), і тих, кому обов'язково необхідне нагадування. Щоб аналізувати дані, використовується мова програмування Python.

Інноваційні скорингові системи на базі штучного інтелекту відрізняються надзвичайно високою швидкістю роботи: протягом кількох секунд система аналізує 10 000 характеристик клієнта і повністю автоматизує кредитних процесів. Для аналізу використовується інформація як кредитних історій, так і поведінкових даних: як довго клієнт заповнює анкету, думає над відповідями, скільки часу займають окремі дії і все в цілому. Зокрема, це допомагає виявити шахрайські схеми на початкових етапах.

5. Висновки і пропозиції. В якості висновку зазначимо, що при впровадженні автоматизованої програми оцінки кредитоспроможності населення, всі витрати пов'язані з установкою програми покриються за рахунок того, що програма скоротить прострочену заборгованість за кредитами в кілька разів. Таким чином, у проекті запропоновано програмний продукт «Improvement Management» для оцінки кредитоспроможності позичальника і обґрунтовано ефективність такого впровадження. Паралельно наголошуємо на використанні можливостей штучного інтелекту, щоб заощадити тижні людської праці і загальні витрати банку, адже рішення про видачу кредиту приймаються ефективніше, і банк не втрачає гроші на недобросовісних позичальниках.

Впровадження автоматизованих програм і штучного інтелекту в оцінку кредитоспроможності позичальників найближчими роками стане популярним у вітчизняних банках. Активний розвиток цього напрямку відбувається в тому числі в межах програми цифрової економіки.

Література:

1. Рикова І.Н. Вплив споживчого кредитування на кредитний потенціал комерційних банків. *Фінанси і кредит*. 2018. №2. 6 с.
2. Шаталова Є.П. Оцінка кредитоспроможності позичальника у банківському ризик-менеджменті: навч. посібник. М.: КноРус, 2018.

Anastasiia Harahoda
BA, «Accounting and Taxation», 2nd year
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
Supervisor — Oksana Kuznetsova, Assoc. Prof. PhD, Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman

IMPACT INVESTING IN UKRAINE

Investing and digitalisation are becoming more and more connected nowadays, as graduate development of the digital economic process is impossible without it. Moreover, all of us got used to considering the process of investing as a for-profit action without any exceptions. But nowadays investors have started to seek both financial and social returns that caused the creation of impact investing. In this way, businesses can achieve greater financial inclusion and change how financial risks are managed in a rapidly evolving digital financial landscape.

Impact investing is a kind of social investing, addressing the world's most pressing issues in sectors such as sustainable agriculture, renewable energy, the environment, access to education, access to basic services, including housing and health.

A clear intention of the investor to support socially important and environmental initiatives, with a model of return on capital and the need to measure the impact of the project can be divided into key features of this investment model.

Impact investing is keeping to spread in the world. Mainly social investors are from the US and Canada — 46 %, then European countries go with 32 %, and sub-Saharan Africa — 7 %. The least amount of them is in Latin America and the Caribbean-5 %, Oceania-3 %, South Asia, East Asia, Western Europe, and Central Asia, Middle East and North Africa-1 %, South East Asia-0,5 %.[1]

By the way, we can tell about the wide development of such investments as a specialized network — Global Impact Investing Network (GIIN). It unites more than 400 funds and organizations, among which we can see individual investors too. On their website GIIN shares a large number of practical materials on the topic, success stories, a catalog of funds, and specialized tools for investors.

As you can see, impact investing is expected to become not just a successful way of investing but a new form of existing in a business environment. But it needs some time to make it full-growth. Among other kinds of investing it was only 444,26 billion US dollars while people were into using exclusions which were estimated in 19770,96 billion US dollars in 2018. And this still keeps being in such a way.[2]

Ukraine is a new country in this field but we have had some social enterprises so far. The majority of them are in Kyiv and Lviv region. On the other hand, Rivne region is not developed in social investing at all.

Of course, you can be interested in what way social impact can be measured and how we can see that our investments are working. Mostly it depends on the kind of project, whether it is an environmental one or connected with society. By the way, there are some top factors used to measure success when annual performance. Most investors ranked social impact as the most important one. Then customer satisfaction goes with 18 %, employee satisfaction and financial performance -17 %, and last but not least regulatory adherence. According to this, I would like to pay your attention to the fact that financial performance doesn't mean to be the main aim of such a kind of investing[3].

The Global Impact Investing Network (GIIN) has identified four criteria by which an investment can be classified as an impact investment:

1. Setting goals.
2. Return on investment.
3. The range of return.
4. Measurement and assessment of social impact.

All innovations have their advantages and dropouts and impact investing is not an exception. The thing considered as strong points of impact investing are:

1. Additional capital that stimulates private sector development.
2. Advancing of social and environmental challenges that also provide financial returns.
3. Influencing social and environmental problems in a more sufficient way.
4. More efficient distribution of public and private capital.
5. Cooperation between public and private entities.

6.Strengthening of organizations and enterprises of the social sector.

7.Stimulation of creating and developing innovative enterprises that will broaden up the economy.

Disadvantages of impact investing:

1.Impact investment can increase operating costs compared to similar investments in private equity or venture capital.

2.There is still no accepted standard or definition of a project's social influence

3.Lack of reliable research and evidence of financial activity.

4.Such kind of investing is a long-term one and sometimes you can even have no revenue from it.

5.Lack of favorable infrastructure can lead to increased investment costs.

Risks of impact investing:

1.Absence of good projects in developing countries.

2.Fraud. Companies can just create fake projects to possess the capital thus reducing grants for social and environmental challenges

Despite all risks and dropouts that were presented, Ukrainian entrepreneurs and partner funds have already made their impact on social development. Among them are DonorUA, Western NIS Enterprise Fund, The Renaissance Foundation, Impact Hub Odessa, etc.

Another question can arise here. As we have some active players in the impact investing area, so why does it still work on the low level in Ukraine? There are some reasons:

1. Firstly, there is no awareness about this kind of investing in the majority of investors.

2. Secondly, the impact investing market is too young to be greatly widespread.

3. At third, there is a small number of businesses that are ready to combine ordinary investing and impact ones.

Consequently, impact investing is a modern way to invest that is highly popular in well-developed countries. Investors are interested in diversifying their portfolios with low-risk and highly resilient assets. It will lead them to the digital assets space, that covers traditional cryptocurrency market participants. Looking ahead, we can't assist that digital assets and impact investing spaces will play roles in shaping jobs, industries, and the economy. But these industries can help foster mutual growth.

Ukraine also tries to follow the trend but faces some problems on the way. To solve all of them we need to encourage investors, create successful ideas, develop a system of standards of such projects and learn from the experience of the US and Canada.

References:

1. Liudmyla Bukharina, Oksana Onyshchenko. Development of the impact investing ecosystem in Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. Ukraine, 2019. P. 217–228 URL: https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/12514/IMFI_2019_03_Bukharina.pdf

2. Maryna Dielini. Trends in the development of socially responsible investing in the world: theoretical and practical aspects. *Economic Analysis*. Part 1, Ukraine, 2020. P.74-83. URL:file:///C:/Users/admin/Downloads/1735-6565657484-1-PB %20(1).pdf

3. Erica Volini, Jeff Schwartz, Indranil Roy. Introduction: Leading the social enterprise—Reinvent with a human focus. *Deloitte Insights*. United States, 2019. 112 p. URL:<https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/topics/marketing-and-sales-operations/global-marketing-trends/2019/leading-social-enterprise.html>

Alina Nekrasova

BA, «Finance», 2nd year

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
Supervisor — Oksana Kuznetsova, Assoc. Prof. PhD, Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman*

DISPOSING OF WASTE. WAYS OF RECYCLING AND THEIR PROS AND CONS. SITUATION IN UKRAINE

Nowadays waste is one of the biggest problems that our society is facing. The reason for it is the direct impact of the ways we recycle as well as the significant influence on the economic, political condition of every country. According to World Bank, the world generates 2.01 billion tonnes of municipal solid waste annually and this number continues to rise. This amount is terrifyingly big but it is only half of the issue. At least 33 % of waste is not managed in an environmental friendly way. Unfortunately, residents in developing countries are more affected by this rather than citizens in

developed nations because of the lack of technologies and financing. Moreover, waste has a devastating effect on our flora and fauna. Hundreds of species have already disappeared or are in danger of extinction. Talking about side effects of this problem such as social, economic and political volatility it's better to give an example. Let's remember Lviv in 2016 when the government was not able to manage waste disposing. In nutshell, on the outskirts of Lviv is located one of the biggest landfills in Europe which is also a huge source of pollution. This landfill has been collecting waste for more than 50 years and finally exposed itself. But the government ignored that fact and kept using it. After all, the landfill was set on fire which caused the deaths of firefighters and finally, it was closed. But the government still hasn't found another way of disposing, so all waste was either left in some areas of the city or transported to other regions. The entire situation and actions of the government outraged society over the country. Different ways of protest such as meetings and petitions caused political and social instability. So this whole situation is proofing us that waste and its disposing have an impact on our everyday lives. Mentioning landfills, it is logical to talk about general ways of recycling. As I have already said at least one-third of waste is not managed in an eco-friendly way. One of the most popular ways of disposing is driven primarily by collecting waste in open dumps without landfill gas collection systems. Obviously, it pollutes air and water, creates health hazards with insects, rodents too. The only advantage is its price because this method is inexpensive. The next way is landfills. There is a slight difference between open dumping and landfilling waste. The first one is simply collecting garbage heap, while the landfilling is a special pit where you throw waste. Anyway landfill has same pros and cons as open dump such as relatively low cost but giant negative impact on environment and health. Recycling is the third most popular way of disposing. Its unconditional advantage is that it's the only key solution to saving our planet from ecological disease. But speaking of disadvantages I should mention that not all waste can be recycled. Also, this process is expensive and requires cutting-edge technologies. Another way you can dispose is incineration which means setting waste on fire. This method requires minimum land, does not depend on the weather or any other condition and it also reduces the volume by half. But on the other hand, incineration requires skilled staff and big amount of energy. And the last way of disposing I want to draw your attention to is the sanitary landfill. This type of disposing has its pros and cons. First of all, the land used for landfills can be reused for other purposes after expiring. But on the other side, the sanitary landfill is hard to build and manage properly. Moreover, a completed landfill needs control and maintenance.

Digital technologies can really help us to solve problem with our eco-system and raise people's awareness. Current important technological trends are robotics, the internet of things, cloud computing, artificial intelligence, and data analytics. Ultrasonic trash that can sensor and then lets you know how full your waste container and content of your rubbish. Bin-E is a smart waste container that automatically recognizes, sorts and compresses waste using a camera, sensors and artificial intelligence. Eco-ATM is a device that can be installed in malls that pay you for some specific time of waste.

In Ukraine problem of disposing is hard and painful to talk about. Let's cite some statistics: 7 % of Ukrainian territory is open dump or landfill but 96 % of waste isn't recycled, only one of five landfills is legal and 80 % of them are completed and can't accept waste anymore. So the only way we can improve the situation is to start recycling. And for correct and proper recycling we have to understand that there are four main types of waste. Resource-intensive waste is secondary materials: paper packaging and printed products, glass, plastic and metal are 35-50 % of the total amount. This waste should be collected separately and returned to the economy. This will create additional jobs and add value to new products. Organics, food waste make up 26-50 % of the total amount of garbage. It is possible and necessary to compost in closed tankers for biogas production and then use for ground or as an alternative source of energy. Dangerous or radioactive waste is 1-10 % and should be collected separately to reduce its damage. There is still the final garbage, which is not valuable. For example, disposable tableware, bags, soft plastic, broken toys, hygiene products and diapers, cotton pads, napkins and everything else that was not mentioned in the first 3 groups. We should try to replace this waste with resource-intensive one. The idea of using waste for economic needs and smart disposing in general can simply give our country more working spaces, ability to make money out of the garbage by using it twice or for alternative sources of energy and will give us the hope to live without drowning in our own waste.

References:

1. Oksana Cherinko, Andriy Balanyuk. Waste Management in Ukraine. *Embassy of the Kingdom of the Netherlands*. Ukraine, 2018. P. 66 URL: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2019/02/Waste-management-in-Ukraine.pdf>

ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ

ПЛАТФОРМА 1

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У КІБЕРПРОСТОРІ

Жигун Б.С.

«Кібербезпека», 1 курс

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — д.ф.-м.н., завідувач кафедри
комп'ютерної математики та інформаційної безпеки Джалладова І. А.*

ЛОГІСТИКА РОЗПОДІЛУ ВАКЦИНИ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ МІЖ РЕГІОНАМИ УКРАЇНИ

Пандемія коронавірусу внесла корективи у кожен сферу людського життя. Вона набрала стрімких обертів, а кількість летальних випадків підвищується із кожним днем. Єдиним виходом із кризової ситуації, фахівці вважають вакцинацію більшої частини населення нашої планети. Але окрім проблеми виробництва великої кількості доз, ще є актуальною проблема їх розподілу. У січні 2021 року влада федеральної землі Баварія у Німеччині була змушена оголосити про перенесення старту вакцинації від COVID-19 у кількох районах. Проблеми виникли через неправильне транспортування продукту, а саме не було розроблено оптимальний план транспортування. Як відомо, вакцина компанії Pfizer / BioNTech може зберігатися до 15 днів при температурі мінус 70 градусів Цельсія, а після зниження температури її максимальний термін зберігання в холодильнику становить п'ять діб. Через порушення даних умов уся партія вакцини довелося утилізувати. Отже, мета роботи — визначення оптимального методу для вирішення задачі на розподіл вакцини. Набуває подальшого розвитку дослідження на оптимальність розподілу необхідної кількості доз між усіма закладами медичної сфери та пунктами зберігання вакцини від COVID-19, з чого витікає наукова новизна дослідження.

24 грудня 2020 року Міністерство охорони здоров'я України наказом, прийняло Дорожню карту із впровадження вакцини від COVID-19. Відповідно до цих документів, побудований наступний алгоритм розподілу вакцини між регіонами:

- після завезення до України вакцина потрапляє на центральні склади;
- кожен регіон формує замовлення на певну кількість доз, для вакцинації пріоритетних груп населення, та направляє його до Центру Громадського Здоров'я;
- ЦГЗ формує список, а МОЗ його затверджує відповідним наказом;
- ДП «Укрвакцина» розподіляє вакцини за допомогою авторефрижераторів до складів регіонального рівня.

Методика даного розподілу — фактично є транспортною задачею.

Як відомо, транспортна задача — задача про оптимальний план перевезення продукту із пунктів відправлення до пунктів споживання. Розробка і використання оптимальних схем вантажних потоків дозволяють знизити витрати на перевезення.

Для вирішення транспортної задачі оптимальними є такі методи вирішення:

- метод північно-західного кута;
- метод мінімального елемента;
- метод Фогеля;
- метод подвійної переваги;
- метод потенціалів.

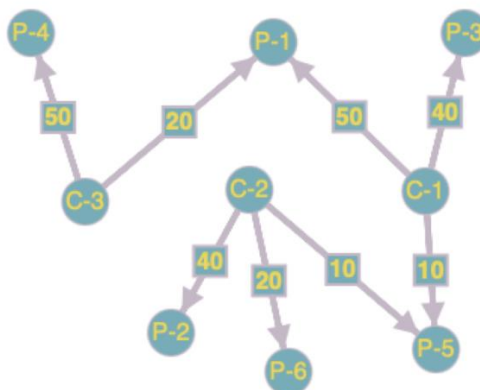
У період пандемії, ДП «Укрвакцина», необхідно перевезти вакцину з основних складів, на які була завезена вакцина, до складів, які знаходяться у регіонах. Необхідно знайти оптимальний план перевезення вакцини, за критерієм оптимальності — мінімальна вартість, задана вартість транспортування, кількість доз доступних на складах і кількість доз, які замовили регіони.

Дослідження було проведено за допомогою методу північно-західного кута. Даний метод не передбачає використання інформації вартості перевезень, обираючи клітинку заповнення, звертається увага тільки на її положення. Основою даного методу є те, що запаси певного постачальника використовуються, для задоволення потреб споживачів, до повного їх закінчення, лише після цього використовуються запаси наступного по черзі постачальника, у ситуації, коли попит деякого споживача не вдалося задовольнити — продукцію постачають від наступного постачальника, потім іншого і до повного покриття попиту. Для проведення розрахунків використовувалося ПЗ MS Excel. Для реалізації оптимізаційних задач використовуються формули «СУММПРОИЗМ», «СУММ» і надбудова

«Поиск решения». Дана функція доставляє не заздалегідь відомий конкретний результат для цільової функції, а відшукує оптимальне (мінімальне або максимальне) з можливих рішень. Для складних задач «Поиск решения» може генерувати множину різних рішень.

Книга2									
Главная Вставка Рисование Разметка страницы Формулы Данные Рецензия									
Общий									
D16 fx =СУММПРОИЗВ(B2:G4;B9:G11)									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1		P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	Запаси	
2	C-1	5	6	2	4	1	2	100	
3	C-2	7	1	5	8	2	2	50	
4	C-3	3	3	1	2	4	3	70	220
5	Потреба	70	20	40	50	20	20		
6								220	
7									
8		P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	Запаси	
9	C-1	50	0	40	0	10	0	100	
10	C-2	0	20	0	0	10	20	50	
11	C-3	20	0	0	50	0	0	70	
12	Потреба	70	20	40	50	20	20		
13									
14									
15									
16	Мінімальна вартість перевезення:		580						
17									

Для зручності, отримані результати зручно представити у вигляді орієнтованого графа.



Отже, окрім необхідності у самій вакцині, ще постає питання її оперативної доставки до пункту призначення, а через пандемію, як наслідок обмежені матеріальні ресурси, це необхідно робити ще й з мінімальною вартістю. Знайти оптимальний план розподілу та доставки можна використовуючи одну із найпопулярніших задач лінійного програмування — транспортну задачу.

Завдяки методу північно-західного кута та ПЗ MS Excel, було розглянуто можливість побудови оптимального плану розподілу вакцини між регіонами.

Література:

1. Наказ МОЗ України №3018, від 24.12.2020. Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-24122020--3018-pro-zatverdzhennja-dorozhnoi-karti-z-vprovadzhenja-vakcini-vid-gostroï-respiratornoi-hvorobi-covid-19-sprichinenoi-koronavirusom-sars-cov-2-i-provedennja-masovoi-vaksinacii-u-vidpovid-na-pandemiju-covid-19>.

2. Дорожня карта з впровадження вакцини від гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, і проведення масової вакцинації у відповідь на пандемію COVID-19 в Україні у 2021-2022 роках. Режим доступу: https://moz.gov.ua/uploads/5/28666-dn_213_09_02_2021_dod.pdf

3. I. Rudik Concept, types and Methods of solving transportation problem. /Rudik I.d., Velichko V.V./ Physical and mathematical sciences/ International Student Research Bulletin no 4, — 2017 — p 562–565.

ПЛАТФОРМА 2
КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ ІННОВАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Абдураїмов А.А.
«Економічна кібернетика», 4-й курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
математичного моделювання та статистики, Ткач О.В

**МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ
ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У ЄВРОПІ**

Вступ. Базовими показниками природних демографічних процесів є кількість населення, млн осіб; народжуваність, осіб на 1000 осіб; смертність, осіб на 1000 осіб. Різницею останній двох показників є показник приросту населення, осіб на 1000 осіб. Нами розглянуто масив даних по Європейському Союзу (табл. 1) за 1995–2018 роки [1, 2, 5, 7].

Таблиця 1

ОСНОВНІ ДЕМОГРАФІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЗА 1995–2018 роки

Рік	1995	1996	1997	...	2016	2017	2018
Населення, млн осіб	426,20	426,89	427,53	...	445,48	446,13	446,77
Населення 0-14 , %	18,17	17,90	17,64		15,16	15,15	15,15
Населення 15-64 , %	67,25	67,28	67,31		65,28	64,99	64,69
Населення 65> , %	14,58	14,83	15,05		19,56	19,87	20,16
Народжуваність, ос. на 1 тис. ос.	10,516	10,516	10,492	...	9,840	9,695	9,466
Смертність, ос. на 1 тис. ос.	7,793	7,334	6,927	...	3,488	3,430	3,380
Приріст населення, ос. на 1 тис. ос.	2,723	3,181	3,565	...	6,352	6,264	6,085

Упродовж досліджуваного періоду постійно спостерігається додатний показник (рис. 1), однак у 2019–2020 роках приріст населення від’ємний унаслідок світової пандемії. Дані цих двох років виключено з аналізу, оскільки *метою роботи* є розробка економетричної моделі для аналізу та прогнозування економіко-демографічних процесів.

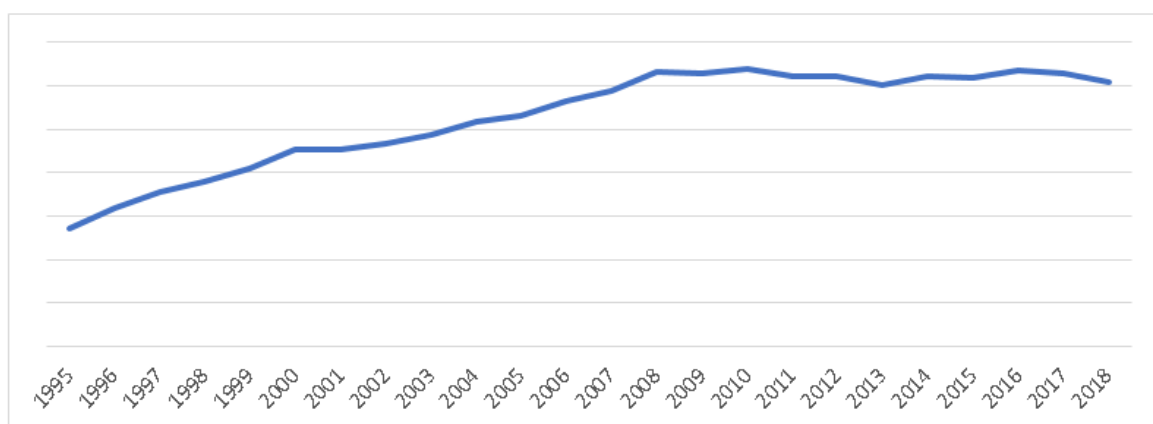


Рис. 1. Приріст населення Європейського Союзу, осіб на 1000 осіб

Методи дослідження. Засади економетричного моделювання описані у працях проф. Вітлінського В.В., Наконечного С.І., Піскунової О.В. [9, 10, 11] та ін. За результуючу ознаку Y нами обрано приріст населення ЄС, осіб на 1 тис. осіб. Розглянуто вхідні дані низки економічних показників Європейського Союзу за 1995–2018 роки (табл. 2) [3, 6, 8].

Таблиця 2

ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЄС ЗА 1995–2018 роки

Рік	1995	1996	1997	...	2016	2017	2018
ВВП, млрд дол.	8296,7	8432,2	7733,7	...	13886,8	14758,4	15965
ВВП на 1 ос., тис. дол.	19,466	19,752	18,089	...	31,172	33,081	35,734
Інфляція, %	4,43	3,56	3,11	...	0,18	1,43	1,74
Безробіття, %	11,01	11,08	10,87	...	9,12	8,14	7,27

В якості пояснюючих змінних взято ВВП на душу населення (X_1), тис. дол., інфляція (X_2), %, безробіття (X_3), %. На рис. 2 показано їх розвиток у часі.

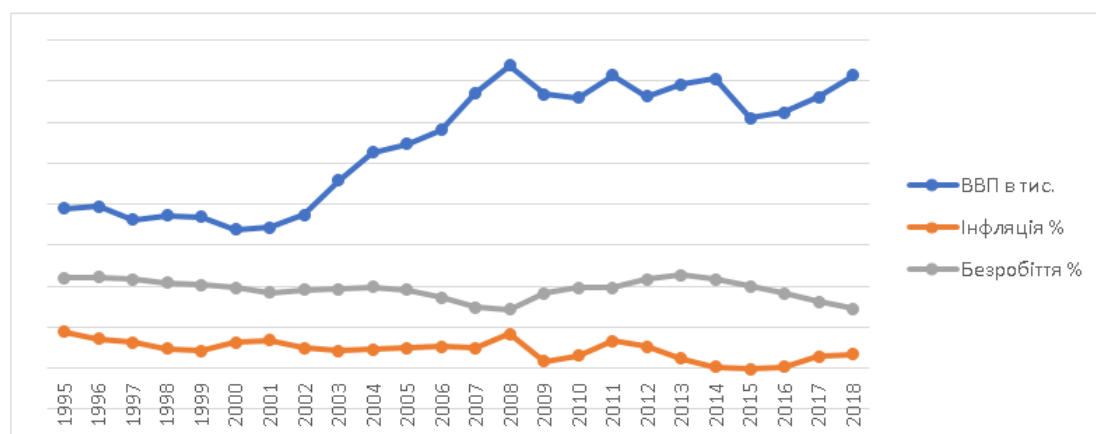


Рис. 2. Розвиток в часі показників ВВП на 1 особу ЄС, тис. дол., інфляції, %, безробіття, %

Можна побачити, що ВВП у цілому зростає, інфляція та безробіття знаходяться на певному стійкому рівні, мають незначне зниження. Було виконано економетричну обробку даних (табл. 3).

Таблиця 3

РЕЗУЛЬТАТИ ЕКОНОМЕТРИЧНОЇ ОБРОБКИ ДАНИХ

-0,1808	-0,2764	0,1080	4,6606
0,0832	0,0839	0,0151	1,1406
0,8790	0,4233	#Н/Д	#Н/Д
48,4473	20	#Н/Д	#Н/Д
26,0455	3,5840	#Н/Д	#Н/Д

Достовірність моделі становить 87,90 %. Модель є статистично значущою: $F = 48,45$; $F_{kr} = 4,94$.

Результат дослідження. Економетрична модель взаємозв'язку приросту населення (Y), осіб на тисячу осіб Європейському Союзу з ВВП на 1 особу (X_1), тис. дол., інфляції (X_2), % та безробіття (X_3), % до працездатного населення, має такий вигляд:

$$\hat{Y}_i = 4,6066 + 0,1080 X_1 - 0,2764 X_2 - 0,1808 X_3 + e_i, \quad (i = \overline{1, n}) \quad (1)$$

Таблиця 4

ПЕРЕВІРКА ЗНАЧУЩОСТІ ПАРАМЕТРІВ МОДЕЛІ

TB_3	TB_2	TB_1	TB_0
2,174	3,296	7,140	4,086

Параметри B_0 , B_1 , B_2 та B_3 моделі (1) значущі з надійністю 95 %, $\left(t_{kr} = t\left(\frac{\alpha}{2}; df\right) = t(0,975; 20) = 2,086\right)$. Відсутність мультиколінеарності масиву пояснювальних змінних підтверджується за критерієм χ^2 .

Висновки. Отримана модель є придатною для аналізу та прогнозування досліджуваних процесів. Граничні ефективності: $B_1=0,1080$, тобто при збільшенні ВВП на 1 особу (X_1) на 1 тис. дол. приріст населення (Y) збільшується на 0,1080 од., $B_2 = -0,2764$ — при збільшенні інфляції на 1 % залежна ознака Y зменшується на 0,2764 од., $B_3 = -0,1808$ при збільшенні безробіття (X_3) на 1 % Y знижується на 0,1808 од.

Література:

1. Population ages 0-14 (% of total population) | Data (worldbank.org)
2. Population ages 15-64 (% of total population) | Data (worldbank.org)
3. Inflation, consumer prices (annual %) | Data (worldbank.org)
4. Mortality rate, infant (per 1,000 live births) | Data (worldbank.org)
5. Birth rate, crude (per 1,000 people) | Data (worldbank.org)
6. GDP (current US\$) | Data (worldbank.org)
7. Population, total | Data (worldbank.org)
8. Unemployment, total (% of total labor force) (national estimate) | Data (worldbank.org)
9. Економіко-математичні методи і моделі: економетрика [Електронний ресурс]: підручник. — В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний, Т.О. Терещенко, Т.П. Романюк. — К.: КНЕУ, 2013. — 502 с.
10. Економетрія: Підручник. — С. І. Наконечний, Т.О. Терещенко, Т.П. Романюк. — К.: КНЕУ, 2004. — 520 с.
11. Математичні моделі та методи ринкової економіки: Навч. посібник. —В.В. Вітлінський, О.В. Піскунова. — К.: КНЕУ, 2010. — 531 с.

**Алексєєва В.Д.,
Чебан А.В.**

*«Економічна кібернетика», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри математичного моделювання
та статистики Мірошніченко І.В.*

ВПЛИВ НАУКИ ПРО ДАНІ НА КЛАСИЧНУ НАУКУ ТА ІННОВАЦІЇ

Наша робота полягає в дослідженні потенціалу науки про дані в усіх сферах життя людини. Ми розглянули, як наука про дані впливає на науку, бізнес і суспільство загалом у найближчі роки, включаючи етичні проблеми в управлінні персональними даними. Також дослідили такі поняття, як відкриті дані та електронні інфраструктури, що впливають на науку, етику та підготовку нових поколінь дослідників даних.

Проблемою є те, що збільшується розрив між теоретичним розвитком технологій і їх практичним використанням.

Метою роботи є визначення тенденцій і потенціальних змін у суспільстві при використанні великих даних і надання рекомендацій щодо їх подальшого розвитку. Тема актуальна, тому що наука про дані — це рушійна сила вдосконалення суспільства та соціального прогресу. Наприклад, сучасні міста — ідеальне середовище, в якому проходить велика кількість потоків даних. Використовуючи системи моніторингу руху, прилади дослідження навколишнього середовища, системи GPS-моніторингу та соціальну інформацію, ми можемо організовувати колективний обмін ресурсами, який потребує постійної оптимізації, контролю та негайного коригування за необхідності. З наукою про дані набагато полегшаються процеси містобудування, логістики громадського транспорту, забезпечення безпеки, прогнозування відвідуваності масових подій, поширення пандемії тощо.

Методологічною основою дослідження є загальнонаукові методи. Було використано аналіз, синтез і системно-структурний підхід. У дослідженні поняття науки про дані розглянуто з боку

етики, юридичного захисту даних, впливу на Індустрію 4.0 та науку в цілому. Опрацювання даних аспектів, завдяки синергії, вплине на позитивні зміни в суспільстві.

Актуальність і значущість даної теми підкреслюється тим, що широко висвітлюється зарубіжними науковими виданнями. Вивченню різноманітних аспектів феномену Big Data присвячені дослідження таких відомих зарубіжних видавництв: International Journal of Data Science and Analytics, Data Mining and Knowledge Discovery, Big Data та інші. Однак питання, що розглядаються, потребують проведення додаткових наукових досліджень.

Основою для нашого дослідження стала одна з іноземних статей журналу International Journal of Data Science and Analytics (2021), де розкрита тема можливостей застосування Великих Даних, включаючи пояснення дослідницької інфраструктури SoBigData. Другим основним джерелом стала стаття “Будущее Data Science: что ждет отрасль в ближайшие пять лет”, де головне питання — які можливості надає наука про дані вже зараз на прикладі зарубіжного досвіду.

Data Science (наука про дані) — екосистема, де взаємодіють такі наукові, технологічні та соціально-економічні фактори: дані; аналітика та обчислювальні інфраструктури; навички; етичні та правові аспекти; програми та соціальні аспекти.

Для того, щоб наука про дані стала визначальним фактором сталого розвитку при вирішенні питань глобального рівня, необхідними є глобальна відкрита екосистема для науки, промислові та суспільні інновації.

Якщо говорити про науку, актуальні дані є у кожній з дисциплін. І завдяки науці про дані стає можливим вирішення питань, які до цього були дуже важкими для науковців або взагалі вважалися не вирішуваними.

Перспективним для науки є розвиток середовища, де вчені з різних дисциплін і куточків світу можуть створювати, перевіряти, оцінювати та ділитися їх цифровими результатами науки, такі як дані досліджень і методи дослідження, за допомогою спільної «цифрової лабораторії», що складається з узгоджених послуг та інструментів.

Проблема полягає в тому, що електронні інфраструктури, що доступні сьогодні дослідницьким спільнотам, далекі від ідеально спроектованих цифрових лабораторій, що чітко розроблені для розподілу та повторного використання ресурсів відповідно до загальної політики, моделей даних, стандартів, мовних платформ та API.

Також важливо зазначити вплив Data Science на підприємства та бізнес. Створюється екосистема нових бізнес-можливостей, керовані даними. Величезна кількість даних, що знаходиться в загальному доступі, дозволить підприємствам виявляти та впорядковувати недоліки в бізнес-процесах.

Підприємства, які постійно інвестують в Індустрію 4.0 найближчим часом стануть провідними на світовому ринку. Тому що вони автоматизовані, смарт-адаптовані до ринкових змін і мають мережі між відділеннями або підприємствами, залежно від розмірів компанії. Прірва між такими підприємствами і тими, що не інвестують, стрімко збільшуватиметься.

Ще одним важливим питанням є етика науки про дані. Раніше у світі панувала тенденція збору даних, а тепер постало питання етики. Очевидно, що разом із розвитком системи збору даних, потрібно посилювати безпеку даних і зберігати етичну межу приватного життя. Долучилася до тренду й відома всім компанія Apple, яка 26 квітня випустила на мобільні пристрої нову версію IOS 14. Вона дозволяє користувачам зробити вибір, чи хочуть вони, щоб їх особисті дані збиралися та оброблювалися для реклами. Варто зазначити, що багато користувачів відмовляються, бо думають, що бачитимуть її менше. Правда ж у тому, що реклами менше не буде, але вона буде не персоналізована, оскільки немає доступу до ваших вподобань та інтересів. Також, як наслідок, зазнають збитків компанії, що використовують таргетовану рекламу як один із інструментів маркетингової кампанії. Тому що кошти витрачаються на демонстрацію товару або послуги не цільовій аудиторії.

Основна проблема полягає не стільки в тому, що державні установи (також деякі компанії) збирають особисті дані про нас, а в тому, що ми не знаємо, які дані збираються та не маємо доступу до інформації про себе. Тому з'явилась нова галузь філософії та етики для вирішення таких питань.

Data Science ще не раз зіткнеться з різними етичними питаннями аналізу персональної інформації.

Отже, наука про дані пустила коріння у всі сфери життя людини. Вона відіграє роль як у повсякденному житті, так і на державному рівні. Завдяки Data Science науковці можуть поглянути на проблеми, що здавалися не вирішуваними, під іншим кутом і наблизитися до їх розв'язання. Також розвиваються не тільки алгоритми машинного навчання, але і продуктивні потужності: як спеціальні тензорні процесори, так і сфера хмарних обчислень. У результаті аналіз великих даних стає усе доступнішим не тільки для корпорацій, а й для компаній меншого розміру. І хоча

моделі машинного навчання можуть бути дуже корисні, багато бізнес-користувачів не довіряють процесам, які вони не розуміють. Також все складніше знайти баланс між національними інтересами держав, економічним прогресом і правом людей на приватне життя.

Для того, щоб уникнути більшості наявних проблем, наведемо такі пропозиції: підвищити обізнаність серед населення щодо того, як можуть бути використані їх персональні дані та що таке Data science; знайти способи зробити моделі ML зрозумілішими для бізнесу; створити середовище для науковців, що відповідатиме всім вимогам.

Література:

1. Data science: a game changer for science and innovation / Grossi Valerio, Giannotti Fosca, Pedreschi Dino [et al.]. // International Journal of Data Science and Analytics. — 2021. — № 11:263–278. — С. 263-278. Електронний доступ: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s41060-020-00240-2.pdf> (дата останнього звернення: 07.05.2021).

2. Будущее Data Science: что ждет отрасль в ближайшие пять лет / Михаил Дядкин. // Proglib — веб-сайт. URL: <https://proglib.io/p/budushchee-data-science-chto-zhdet-otrasl-v-blizhayshie-pyat-let-2020-07-30> (дата останнього звернення: 07.05.2021).

Володько Т. О.

*«Економічна кібернетика», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.ф.-м.н., доцент кафедри ММС Юнькова О.О.

АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПУЛЯРНОСТІ ІНТЕРНЕТ-КУРСІВ МЕТОДАМИ МАШИННОГО НАВЧАННЯ

Освіта у 21 столітті змінюється відповідно до технічних досягнень — будь-то впровадження віртуальної реальності для студентів-медиків (UCSF, 2017) або використання інтерактивних дошок для навчальних кабінетів (Donnellon McCarthy Enterprises, 2018). Але в час, коли світ знаходиться в стані глобальної ізоляції через пандемію COVID-19, очікується, що попит на платформи електронного навчання буде зростати ще стрімкіше.

Електронне навчання, або онлайн-навчання чи дистанційне навчання, стало звичним явищем у сфері освіти і може набувати різних форм — від масових відкритих онлайн-курсів (МООС) до віртуального навчального середовища (VLE) та системи управління навчанням (LMS). Незважаючи на те, що перехід від традиційної моделі до електронного навчання почався два десятиліття тому, найбільш значне зростання впровадження технологічних рішень в освітньому секторі відбувається прямо зараз. Електронне навчання дозволяє повністю задовольнити потреби сучасних людей в гнучкості, рентабельності, зручності і сучасності освітніх послуг.

Актуальність прогнозування популярності інтернет-курсів є безумовною, оскільки пандемія залучила багатьох людей до онлайн-освіти. Кількість учнів, які коли-небудь реєструвались на платформі масових відкритих онлайн-курсів — МООС, у 2020 році збільшилася майже на третину. Зокрема, провайдери МООС отримали величезну користь, залучивши багатьох слухачів своїми безкоштовними онлайн-курсами від провідних університетів. Масові відкриті онлайн-курси стали альтернативою освітньої платформи, яка дозволяє учням з віддалених географічних територій отримати доступ до якісного навчання через Інтернет. Прогнозування популярності інтернет-навчання у таких умовах стає важливим компонентом формування світової освітньої системи та ринку електронної освіти. Це дає можливість організаторам інтернет-курсів керувати їхньою вартістю та своєю інвестиційною діяльністю.

Теоретичні аспекти та особливості масових відкритих онлайн-курсів заклали англійські вчені, зокрема Д. Левін, Т. Фенвік, Н. Хард. В Україні питанням вивчення, досвіду та використання масових відкритих онлайн курсів присвячено дослідження І. Бацуровської, М. Кухаренко, А. Джаландінової, Н. Сиротенко, Н. Тихомирова, І. Примаченко та інших вчених.

У даній роботі здійснено аналіз статистичних даних щодо електронного навчання на платформах, найвідомішими серед яких є Coursera, Edx і Harvard, які впливають на сферу освіти, досліджується популярність інтернет-курсів та прогнози на наступні 5 років.

Для дослідження цього питання в роботі використано методи машинного навчання. Це підрозділ штучного інтелекту, який дає змогу будувати алгоритми, здатні навчатися самостійно. Для забезпечення якісних передбачень системи необхідна достатня кількість початкових даних, швидка

взаємодія при внесенні та пошуку даних. Для підвищення точності моделей класифікаторів застосовуються різні алгоритми машинного навчання — від Linear Discriminant Analysis до Random Forest. Це дає змогу досягти прийнятної продуктивності для задачі прогнозування, зокрема, отримати найвищу продуктивність серед протестованих моделей.

Наразі, на дев'ятому році свого існування, сучасний рух MOOC охопив 180 мільйонів учнів, не враховуючи Китай. Дані Class Central показують, що провайдери запустили понад 2800 курсів, 360 мікро-кредитів і 19 онлайн-ступенів. У квітні 2020 року, коли університети по всьому світу почали працювати дистанційно через пандемію, Coursera, edX і FutureLearn залучили за один місяць стільки ж нових користувачів, як за весь 2019 рік.

Дані, зібрані Class Central, показують, що перед пандемією предмети, пов'язані з технологіями, були найпопулярнішими: десять найпопулярніших курсів були орієнтовані на кар'єру. Після пандемії підвищився інтерес до соціальних навичок і загальних тем.

Розмір ринку електронного навчання перевищив 250 млрд дол. США в 2020 році, і очікується, що він буде рости зі швидкістю більше 21 % у період з 2021 по 2025 рік. Платформи електронного навчання демонструють експоненціальне зростання з боку освітнього і корпоративного секторів за останні три-п'ять років. Наприклад, за даними EdSurge Inc., інвестиції в сектор освітніх технологій США в 2019 році досягли 1,6 млрд дол. США. Школи і підприємства впроваджують інструменти онлайн-навчання для поліпшення взаємодії і навчання студентів і співробітників. Постачальники послуг використовують цю можливість і розширюють свої продукти і послуги EdTech.

Пандемія COVID-19 ще більше змінила ринок електронного навчання з закриттям шкіл і університетів у всьому світі. За даними ЮНЕСКО, в березні 2020 року понад 1,2 млрд учнів в 186 країнах постраждали від закриття шкіл через пандемію. У країнах, які найбільше постраждали від пандемії коронавірусу, спостерігається безпрецедентне зростання прийому на дистанційне навчання.

Очікується, що до 2025 року обсяг ринку електронного навчання в Німеччині виросте приблизно на 20 %. На ринку електронного навчання США сегмент постачальників послуг буде зростати із середньорічним темпом зростання 17 % протягом прогнозованого періоду часу. За прогнозами, до 2025 року світовий ринок електронного навчання досягне 336,98 млрд дол. Сукупний річний темп зростання ринку електронного навчання з 2018 по 2025 рік оцінюється в 9,1 %.

Доходи галузі електронного навчання виросли більш ніж на 900 % з 2000 року. Однак, схоже, що вони ще не досягли свого піку, оскільки очікується, що до 2025 року вони зростуть втричі. У 2019 ринок MOOC (Massive Open Online Course) був оцінений у 5,16 млрд дол. США. Очікується, що до 2025 року ця цифра досягне 21,14 млрд дол.

Популярність масових онлайн-курсів в Україні також зростає. Серед найпопулярніших українських платформ онлайн-освіти можна відзначити Prometheus, EdEra, Відкритий Університет Майдану, Освіта-онлайн, EDUGET.

Пандемія COVID-19 наголосила на необхідності подальшого розширення передових телекомунікаційних можливостей, особливо в сільських і бідних районах, плеємних землях і районах, які постраждали від стихійних лих. Доступ до швидкісного Інтернету і комп'ютера має вирішальне значення для успіху учнів у програмах дистанційного навчання.

Отже, популярність онлайн-курсів зростає — це не можна ігнорувати, цим варто користуватись. Такі тенденції в освіті стосуються освітнього процесу як у середині освітніх установ, так і поза ними. Отже, можливо, в найближчому майбутньому зміниться сама система традиційної освіти, і на зміну класичним університетам придуть віртуальні, реалізовані на основі MOOC або частково віртуальні, тобто змішані.

Література:

1. Колесник Л. Тенденції використання масових відкритих онлайн курсів у підготовці фахівця з початкової освіти. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2019. 3 (87). С. 62–72.
2. Петренко С. В. Сутність та особливості українських платформ масових відкритих онлайн-курсів (МВОК). Інноватика у вихованні. 2020. Т. 2, № 11. С. 165–173. URL: <https://doi.org/10.35619/iiv.v2i11.260>
3. Class central moocreport. URL: <https://www.classcentral.com/report/mooc-stats-2020/>
4. Lu D.-N., Le H.-Q., Vu T.-H. The Factors Affecting Acceptance of E-Learning: A Machine Learning Algorithm Approach. Education Sciences. 2020. Vol. 10, no. 10. P. 270. URL: <https://doi.org/10.3390/educsci10100270>
5. Machine learning approaches to predict learning outcomes in Massive open online courses / R. Al-Shabandar et al. 2017 International Joint Conference on Neural Networks (IJCNN), Anchorage, AK, USA, 14–19 May 2017. 2017. URL: <https://doi.org/10.1109/ijcnn.2017.7965922>

Кисиличин І.І.
«Економічна кібернетика», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
математичного моделювання та статистики Осипова О.І.

РОЗРОБКА МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У різних сферах діяльності стає все більше підприємств і для того, щоб втриматися на ринку необхідно завоювати свою частину клієнтів і втримати їх. Для того, щоб зробити це найефективніше потрібно вдосконалювати процес управління клієнтами. А в цьому може допомогти ефективна воронка продаж, яка зможе забезпечувати постійний потік клієнтів. Щоб проаналізувати воронку продаж і визначити її ефективність було розроблено математичну модель. Вона надає практичні пропозиції, які потрібно втілити на підприємстві для того, щоб збільшити кількість продаж. Враховуючи велику конкуренцію на ринку та відсутність якісного маркетингового аналізу на більшості підприємствах, дана робота є актуальною. Дана тема буде актуальною завжди, тому що підприємств багато та створюються все нові і нові. Завданням кожного з них є збільшення прибутку, який можливий через розширення клієнтської бази.

Головною метою даного дослідження є розробка математичної моделі, яку можна впровадити на будь-якому підприємстві та збільшити ефективність воронки продаж, що призведе до стабільних продаж за допомогою готових рішень про вирішення наявних проблем, які надає модель у зрозумілій формі.

При проведенні дослідження використовувалися такі методи: емпіричний, класифікації, узагальнення, систематизація. Теоретичною базою роботи стали власні знання дослідника, існуюча наукова база та її практичні варіації, експертні рекомендації практикуючих професіоналів і психологія поведінки споживача.

Під час огляду фахової літератури розглянуто поняття процесу управління клієнтами, види воронки продаж, основні показники, які використовуються для оцінки ефективності воронки продаж. Основним підґрунтям для даної статті стали роботи таких визначних учених даної сфери діяльності, як: Пола Г., Трусова Г.Л., Зальцманна К.Б., Зозульова А.В. та Язвінської Н.В. [1, 2].

За основу для розробки математичної моделі оцінки ефективності було вибрано класична воронка продаж AIDA, яка є однією з найуживаніших зараз. Вона складається з чотирьох етапів: Attention (увага), Interest (зацікавленість), Desire (бажання), Action (дія) [2].

Наша математична модель проводить оцінку ефективності у два етапи. На першому етапі ми аналізуємо чотири складові класичної воронки продаж AIDA.

Attention — це складова, що показує скільки потенційних споживачів дізналось про наш товар чи послугу. В нашій моделі це вхідний показник, який ми будемо використовувати для подальшого аналізу.

Interest — складова, що визначає, якій кількості потенційних споживачів, що побачили наше рекламне повідомлення, цікавий наш продукт. Це ті споживачі, що вже почали вивчати наш сайт, умови та переваги продукту.

Desire — передостання складова, яка визначає тих користувачів, що вже безпосередньо зацікавлені в нашому продукті. Це ті споживачі, яких влаштовують наші умови, знають про наші вигоди й намагаються вже комунікувати з нами для того щоб дізнатись якісь важливі для них деталі, або ж відразу залишають заявку.

Action — остання складова воронки, яка показує скільки у нас є користувачів, що готові або вже стали нашими клієнтами. Це вже наші споживачі, що пройшли всі попередні етапи, вони визначились, що їх влаштовує наш продукт і нам залишається скоротити час для дії або ж просто зреагувати на заявку [3].

Всі зазначені складові є вхідними показниками для першого етапу нашої моделі. Крім них, нам також потрібні дані про рекламний бюджет (B) і дохід компанії (D), кількість переходів

(NC), кількість переглядів (NV), кількість заявок (NO), кількість продаж (NP). Після отримання всіх необхідних даних, ми розраховуємо такі вихідні показники, як ціна за клік (CPC), ціна заявки, ціна продажі, середній чек, прибуток, ціна за 1000 показів (CPM), конверсії в: перехід (CTR), заявку (СТО) та продаж (СТР).

Для розрахунків основних показників використовуються такі формули:

$$CTR = \frac{NC}{NV} \cdot 100\%, \quad (1)$$

$$СТО = \frac{NO}{NC} \cdot 100\%, \quad (2)$$

$$СТР = \frac{NP}{NO} \cdot 100\%, \quad (3)$$

$$R = D - B. \quad (4)$$

Другий етап передбачає аналіз показників, що ми отримали при проведенні першого етапу. Ці показники ми звіряємо на відповідність чотирьом головним умовам:

- 1) конверсія в перехід (CTR) повинна бути більше 0,6 %;
- 2) конверсія в заявку (СТО) є вище 4 %;
- 3) конверсія в продаж (СТР) повинна бути вищою 5 %;
- 4) прибуток (R) повинен бути додатнім.

Отже, в роботі пропонується математична модель, яка оцінює ефективність управління клієнтами на підприємстві. У випадку, якщо один з чотирьох вищезазначених умов ефективності не виконується, то процес управління визначається як неефективний. При чому модель аналізує на якому етапі воронки продаж виникла проблема і видає як результат рекомендації, які допоможуть безпосередньо усунути дану проблему.

Модель, залежно від умови, яка не виконується, може надавати різні пропозиції. Якщо конверсія в перехід (CTR) є меншою за 0,6 %, то підприємству потрібно змінити оголошення, яке рекламується, або ж цільову аудиторію, якій воно показується. У випадку низької конверсії в заявку, необхідно зробити зміни на сайті та переглянути чи відповідають пропоновані умови тим, що є в оголошенні. Коли є невідповідність третьої умови, тобто низька конверсія продаж, то потрібно переглянути методи, які використовує відділ продаж та відредагувати їх. Якщо прибуток підприємства від'ємний, то потрібно збільшити середній чек покупки шляхом підвищення цін на продукт.

Література:

1. М.О. Корчага, Н.В. Язвінська. Принципи та методи управління клієнтами. Впровадження системи управління клієнтами. УДК 339.138 — 2019 — Режим доступу до ресурсу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/29489/1/2019-13_3-06.pdf
2. Мартин Пилька. Види воронки продаж [Електронний ресурс] — 2018 — Режим доступу до ресурсу: <https://quokka.media/shpargalka/vidy-voronok-prodazh/>
3. К.Ю. Уланов. Генератор клиентов. / К.Ю. Уланов — ООО «Издательство «Эксмо», 2019 — 418с.

Мудренко Н.В.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 2 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — ст. викладач кафедри математичного моделювання
та статистики Водзянова Н.К.*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ МОДЕЛЕЙ ВЕКТОРНОЇ АВТОРЕГРЕСІЇ

Вступ. На сьогоднішній день економіка України перебуває в незадовільному стані через вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Досліджуючи макросередовище країни, потрібно аналізувати не тільки якісні прогностичні значення показників, а й враховувати їх взаємодію. У даній роботі розглянуто систему на основі п'яти макроекономічних показників. Індекс інфляції (Y1) є

одним з ключових показників, його рівень і соціально-економічні наслідки важливі в оцінці економічної безпеки країни. Зростання чисельності населення світу збільшує попит на аграрну продукцію та залишає сільське господарство важливим сектором глобальної системи, тому для України з її потужним агропромисловим потенціалом індекс цін на продукцію сільського господарства (Y_2) відіграє значну роль у формуванні експорту та надходженню валютних коштів. Нині також постала гостра проблема бідності, основною причиною якої є низький рівень зростання доходів населення, що можна охарактеризувати індексом середньої заробітної плати (Y_3). Промислове виробництво стимулює та прискорює науково-технічний прогрес, що в свою чергу активізує розвиток національного господарства; це знаходить відображення в динаміці індексу цін промислового виробництва (Y_4). Ефективність економічного розвитку країни в значній мірі залежить від механізму взаємодії підприємств із фінансово-кредитним сектором. Облікова ставка НБУ (Y_5) є важливим монетарним інструментом, за допомогою якого Національний банк України встановлює для суб'єктів орієнтир щодо вартості залучених і розміщених грошових ресурсів.

Для сучасних економічних досліджень в Україні надзвичайно гострою є потреба в якісній статистичній інформації. Часова вибірка сформована за даними статистичної звітності Держкомстату України [1]. Для отримання достатньої кількості спостережень взято щомісячні дані показників за період 2003-2020 рр., загальний обсяг часової вибірки склав 216 спостережень.

Метою роботи є дослідження динаміки взаємовпливу вибраних макроекономічних показників на економічний розвиток України, а також визначення їх прогнозних значень у короткостроковій перспективі з огляду на зміну умов зовнішнього економічного середовища.

Методи дослідження. Для вирішення основних завдань було використано побудову стандартної моделі векторної авторегресії (VAR) та її двох форм, перша з яких складається на основі системи авторегресійних рівнянь з включенням у кожне рівняння екзогенної змінної та її лагів, друга відрізняється від першої тим, що містить додаткові обмеження, накладені на оцінки параметрів деяких лагових ендогенних змінних. Прогнозні сценарії розроблено на шестимісячний період за умови можливого впливу несприятливих шоків на показники системи за допомогою побудови імпульсної функції відгуків.

Огляд фахової літератури. Серед вагомих досліджень зарубіжних учених, які аналізували методологічні підходи до побудови моделей фінансових процесів, можна назвати праці В. Ендерса, К. Брукса. Важливе значення має робота Г. Люткеполя [3]. Проблемам дослідження у фінансах на основі сучасних економетричних методів присвячені праці українських учених І.Г. Лук'яненко, Ю.О. Городніченка [2].

Результати дослідження. На першому етапі дослідження було виконано перевірку вибраних часових рядів на стаціонарність. Для кожного досліджуваного ряду тестування стаціонарності на відсутність одиничного кореня проводилося на основі розширеного тесту Дікі-Фуллера (ADF-тест) у середовищі пакету EViews 10.0.

Спочатку ADF-тест було проведено для рівнів кожного часового ряду, що визначає інтегрованість ряду $I(0)$ або стаціонарність у рівнях. Для цього використовувалися дві моделі:

- 1) процес випадкового блукання з дрейфом:

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \delta Y_{t-1} + a_1 \Delta Y_{t-1} + a_2 \Delta Y_{t-2} + \dots + a_{p-1} \Delta Y_{t-(p-1)} + \varepsilon_t \quad (1)$$

- 2) процес випадкового блукання з трендом:

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \delta Y_{t-1} + bt + a_1 \Delta Y_{t-1} + a_2 \Delta Y_{t-2} + \dots + a_{p-1} \Delta Y_{t-(p-1)} + \varepsilon_t \quad (2)$$

За результатами ADF-тесту лише часовий ряд Y_3 є стаціонарним у рівнях, причому з відсутністю тренду.

Далі на основі застосування операції по визначенню перших різниць $\Delta Y_t = Y_t - Y_{t-1}$ продовжено перевірку рядів $\Delta Y_1, \Delta Y_2, \Delta Y_4, \Delta Y_5$ на стаціонарність. Це визначатиме інтегрованість ряду $I(1)$. Перевірку здійснюємо на основі ADF-тесту для моделей:

- 1) процес випадкового блукання з дрейфом:

$$\Delta^2 Y_t = \alpha_0 + \delta \Delta Y_{t-1} + a_1 \Delta^2 Y_{t-1} + a_2 \Delta^2 Y_{t-2} + \dots + a_{p-1} \Delta^2 Y_{t-(p-1)} + \varepsilon_t \quad (3)$$

- 2) процес випадкового блукання з трендом:

$$\Delta^2 Y_t = \alpha_0 + \delta \Delta Y_{t-1} + bt + a_1 \Delta^2 Y_{t-1} + a_2 \Delta^2 Y_{t-2} + \dots + a_{p-1} \Delta^2 Y_{t-(p-1)} + \varepsilon_t \quad (4)$$

За результатами ADF-тесту встановлено, що ці часові ряди в перших різницях є стаціонарними з відсутністю тренду. У табл. 1 представлено результати розрахунків за розширеним тестом Дікі–Фуллера.

Таблиця 1

РЕЗУЛЬТАТИ ТЕСТУВАННЯ НА СТАЦІОНАРНІСТЬ

Ряд	Макс. лаг	Рівень інтегрованості	$t_{\hat{\alpha}}$, у дужках [] p -value	Критичне значення t -статистики МакКіннона ($\alpha=0,05$)	Значення критерію Дарбіна-Уотсона DW
Y1	1	I(1)	-15,37187 [0,0000]	-2,874868	2,021729
Y2	5	I(1)	-4,709728 [0,0001]	-2,875128	1,994393
Y3	12	I(0)	-4,007646 [0,0017]	-2,875538	1,373392
Y4	1	I(1)	-15,76767 [0,0000]	-2,874868	2,014782
Y5	10	I(1)	-3,208495 [0,0209]	-2,875468	1,982911

VAR-моделі є розширенням концепції ARIMA (ARIMAX) моделювання окремого часового ряду. Проілюструємо побудову VAR-моделі на прикладі обраних показників. Перша стандартна VAR-модель містить всі показники, крім індексу середньої заробітної плати Y3, оскільки лише цей показник має рівень інтегрованості I(0) та характеризується наявністю автокореляції залишків для всіх своїх AR-процесів. Оптимальна довжина лагу VAR-моделі $p=13$ визначалася за критеріями FPE, LR, AIC.

Другу VAR-модель побудовано на основі першої з підключенням екзогенної змінної $Y3_t$ та її лагу $Y3_{t-2}$, третю — на основі другої, але з урахуванням результатів LR-тесту на виключення лагів 5 і 7 з попередньої моделі. Оцінки параметрів для лагів 5 і 7 є статистично незначущими, тож вилучаємо їх за допомогою встановлення 32 додаткових обмежень про рівність нулю цих оцінок параметрів. За результатами розрахунків найкращою буде третя VAR-модель, на це вказують найменші значення критеріїв AIC і BIC, а також результати порівняння моделей на основі LR-тесту.

Важливим інструментом аналізу чутливості показників VAR-моделі до дії зовнішніх шоків є побудова імпульсних функцій відгуків. Така функція, розрахована за третьою VAR-моделлю для показника індексу інфляції, представлена на рис. 1.

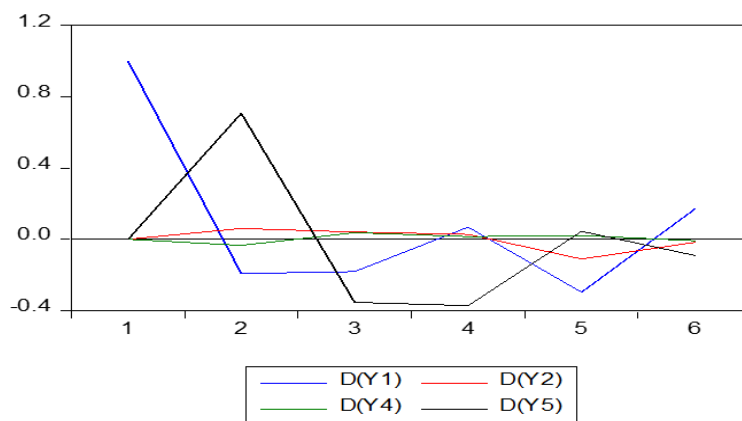


Рис. 1. Імпульсна функція відгуків для індексу інфляції (6 місяців)

Можна прослідкувати реакцію показників VAR-моделі протягом 6 місяців на збільшення індексу інфляції на 1 %. Найбільші зміни спостерігаємо для індексу інфляції та облікової ставки. Це свідчить, що фінансова система в Україні досить нестабільна. Щодо інших показників, то реакція на інфляційний шок незначна.

Висновки і пропозиції. VAR-моделі використовують на практиці для вирішення важливих теоретичних і практичних фінансово-економічних проблем сьогодення. Аналіз динаміки як

макроекономічних систем загалом, так і окремих взаємопов'язаних груп показників VAR-моделі застосовують для розробки сценаріїв їх майбутньої поведінки з огляду на можливу реакцію, викликану зрушеннями в зовнішньому економічному середовищі, на короткостроковий період. Ключова перевага VAR-моделювання дає змогу виділяти економічні показники на гнучкішій основі й зводити ризик невірної специфікації моделі до мінімуму.

Інша задача, яка виникає за розглянутою проблемою, є виявлення й аналіз довгострокових тенденцій макроекономічних показників України. Тому подальші дослідження стануть логічним продовженням виконаної роботи.

Література:

1. Демографічна та соціальна статистика [електронний ресурс]. // Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/rp.htm
2. Лук'яненко І.Г., Городніченко Ю.О. Сучасні економетричні методи в фінансах.— К.: Літера, 2003. 348с.
3. Brooks Chris. Introductory Econometrics for Finance / Brooks Chris. — Cambridge: Cambridge University Press, 2014. — 716р.

Мусієнко К.О.

*«Економічна кібернетика», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри математичного моделювання
та статистики Катуніна О.С.*

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТА ЖИТТЄЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІТ РИНКУ УКРАЇНИ

Вступ. ІТ-галузь є однією з найперспективніших, найдинамічніших і найінноваційніших галузей сучасної економіки України. Основними особливостями українського ІТ-ринку, що відрізняють його від відповідних ринків економічно розвинених країн, є загальна незрілість, недостатня цивілізованість, непрозорість, широка диверсифікація ринку і моделей послуг, що надаються. Тому дуже важливим є огляд проблем розвитку та життєздатності підприємств ІТ-ринку України.

Метою даної роботи є аналіз ІТ-ринку України та дослідження тенденцій його розвитку та життєздатності. Для того, щоб досягти поставленої мети, потрібно виконати такі завдання:

- 1) визначити теоретичні засади функціонування та діяльності підприємств ІТ ринку;
- 2) проаналізувати сучасний стан та тенденції ІТ ринку України;
- 3) дослідити основні методи аналізу та прогнозування фінансового стану підприємства.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є теоретичні положення, висновки та праці українських та іноземних науковців із проблем, які пов'язані з розвитком ІТ-ринку, фінансовим становищем ІТ-підприємств. Для дослідження теоретичних аспектів ринку інформаційних технологій було використано методи порівняння і спостереження, аналізу і синтезу. Для аналізу сучасного стану ІТ-ринку, вивчення проблем і можливостей розвитку і життєздатності підприємств ІТ-ринку застосовувано системний аналіз, комплексний підхід і статистичні методи збирання та обробки інформації (розвідувальний аналіз даних, feature engineering). Для прогнозування було використано — два методи (бінарна класифікація та лінійна регресія).

Огляд фахової літератури. Ступінь теоретичного вивчення системи і заходів антикризового фінансового управління, зокрема їхнього практичного застосування наразі є не повною. Проблема дослідження сфери інформаційних технологій на підприємствах розглянута в працях багатьох учених, таких як М. Портера, Ф. Махлупа, М. Пората, В. Гейця, Л. Федулової, В. Бикова, В.А. Барінова, Н.Є. Селюченко, В.М. Аносова та інших. Окрему увагу виділено оцінці фінансового стану підприємства, зокрема ймовірності банкрутства. Даній проблемі присвячені наукові праці таких науковців, як: Баканов М.І., Штейкіна М.В., Крюкова А.Ф. Афанасьєва О.М., Єфімова Н.Ф., Кован С.Є., Зінченко Я.В.

Результати дослідження. Для проведення статичного аналізу був використаний датасет з даними про різні ІТ-підприємства, де були відображені різні показники економічної діяльності (рентабельність активів та інвестицій, валовий і чистий прибуток, швидкість руху грошових коштів, норма операційного прибутку, негалузеві доходи та витрати і т.д.). Для аналізу динамічно-

го розвитку підприємств ІТ-ринку я розглядала різні показники діяльності, такі як кількість компаній на ІТ-ринку України, їхня дохідність, робоча сила.

За результатами динамічного аналізу було виявлено, що за останні 5 років кількість працівників в ІТ галузі зросла у 2,5 разу та що зараз попит на ІТ-ринок є найбільшим у порівнянні з іншими галузями економіки України.



Рис. 1. Динаміка кількості ІТ спеціалістів в Україні

Статичний аналіз виконаний у середовищі AzureML. Тут наявна велика кількість методів, які можна застосувати для роз'язку задачі прогнозування життєздатності, яку я вимірювала. У результаті можна отримати комплекс модельних експериментів, результати яких дуже зручно порівнювати та аналізувати, яка модель є найкращою та найточнішою.

Першим методом, який застосовано для дослідження, була лінійна регресія, за допомогою якої я змогла побачити та оцінити, які показники економічної діяльності компанії найбільше та найменше впливають на її фінансове становище, зокрема, чи буде ця компанія банкрутом. Згідно з результатами було виявлено, що найвпливовішими показниками для прогнозування банкрутства є грошовий потік, відповідальність за власний капітал, залежність від запозичень, норма обороту оборотних коштів та операційний прибуток.

Середня абсолютна помилка, яка вимірює, наскільки передбачення моделі близькі до фактичних результатів, становить 0,078. Чим нижче цей показник, тим кращою вважається модель.

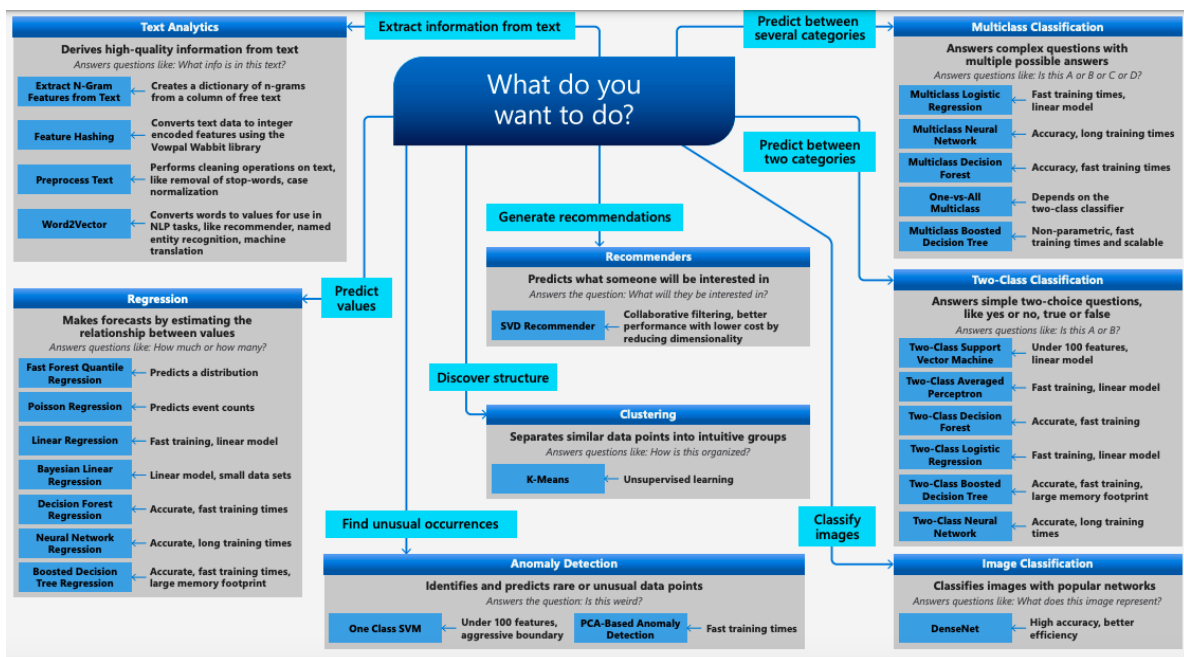


Рис. 2. Методи дослідження в середовищі AzureML

Feature Weights	
Feature	Weight
Continuous interest rate (after tax)	-9.2194
Working capital Turnover Rate	5.35745
Contingent liabilities/Net worth	-4.88093
Cash Flow to Sales	4.47959
Liability to Equity	4.47574
Borrowing dependency	4.0926

Metrics	
Mean Absolute Error	0.078009
Root Mean Squared Error	0.266724
Relative Absolute Error	1.206723
Relative Squared Error	2.200997

Рис. 3. Результати моделі лінійної регресії

Другим методом статичного аналізу даних була обрана бінарна класифікація, а саме метод дерева рішень. За допомогою цього є можливість оцінити точність моделі за допомогою ROC-кривої (крива похибок) та метричних показників точності (Accuracy та F1 score). Показник Ассигасу (точність) видав значення 0,967, тобто модель є майже ідеальною. Проте, показник F1 дорівнює 0,221, а в ідеальному результаті він має бути наближеним до 1. Така поведінка пояснюється тим, що існує певна незбалансованість даних. У моєму датасеті 90 % компаній не є банкрутами. Тому модель дивиться на ці дані та вирішує, що найкращим рішенням буде прогнозувати, що компанія майже завжди не буде банкрутом, і тим самим підвищує точність моделі.

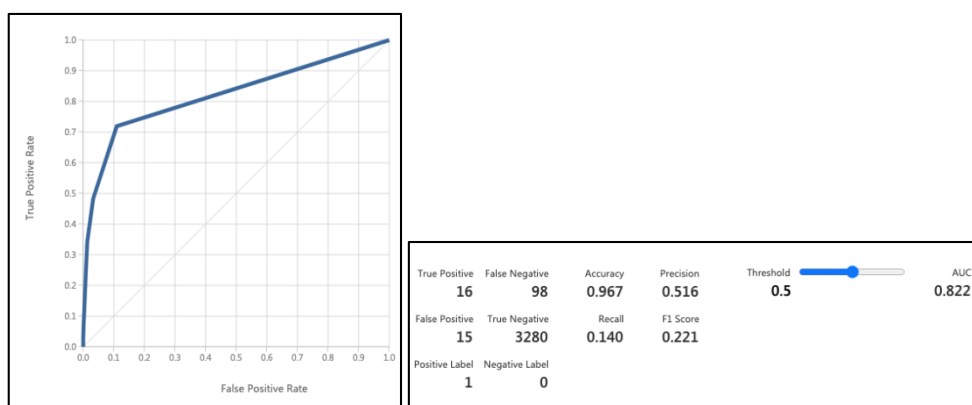


Рис. 4. Результати моделі бінарної класифікації

Висновки і пропозиції. Отже, ІТ-галузь є однією з найперспективніших, найдинамічніших та найінноваційніших галузей сучасної економіки України. Основними особливостями українського ІТ-ринку, що відрізняють його від відповідних ринків економічно розвинених країн, є загальна незрілість, недостатня цивілізованість, непрозорість, широка диверсифікація ринку і моделей, що надаються. Великою проблемою ІТ-галузі України є незбалансованість ринку: з одного боку, спостерігається зростаючий дефіцит професіоналів, з іншого — надлишок фахівців з недостатнім рівнем кваліфікації.

У цілому, основою для перетворення можливостей вітчизняної ІТ-галузі в конкурентоспроможний сегмент світового ринку, а також реалізації ІТ-потенціалу України є стабілізація економічної та політичної ситуації в країні, методологічно обґрунтоване інституційне регулювання ІТ-ринку. Подальший аналіз і дослідження проблем цієї галузі варто пов'язувати з новими методологічними підходами для визначення ефективності діяльності та прогнозування рівня життєздатності та розвитку підприємств.

Література:

1. Dataset для статичного аналізу даних <https://www.kaggle.com/fedesoriano/company-bankruptcy-prediction>
2. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості: навчальний посібник / В.П. Мартиненко. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 324 с.
3. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств [http://kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/64.pdf](http://kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/64.pdf)
4. Методология моделирования жизнеспособных систем в экономике: монография / [Ю.Г. Лысенко, В.Н. Тимохин, Р.А. Руденский и др.]. — Донецк: ЮгоВосток Лтд, 2009. — 350 с.

5. Розвиток продуктивних сил та галузей. Економіка та управління підприємствами <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/6330/1/26.pdf>

6. Сутність «життєздатності підприємств» як економічної категорії [http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/1932/1/Andryushchenko_The %20essence_of_the.pdf](http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/1932/1/Andryushchenko_The%20essence_of_the.pdf)

Феденко Д.О.

*«Економічна кібернетика та Дата Сайнс», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

*Науковий керівник — професор кафедри
математичного моделювання та статистики Піскунова О.В.*

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ВІЗУАЛІЗАЦІЙ POWER BI ЗА ДОПОМОГОЮ R ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID 19

Пандемія коронавірусу завдала серйозної шкоди світовій економіці, але, незважаючи на це, режим локдауну виявився дуже прибутковим для деяких компаній. У той час як уряди країн роблять значні заходи по боротьбі з коронавірусом, компанії оперативно пристосовуються до мінливих потреб своїх співробітників, споживачів і постачальників, вирішуючи при цьому свої фінансові та операційні проблеми. Водночас, з кожною новою ураженою вірусом галуззю, функцією, регіоном кількість потенційних змін, які слід враховувати для прийняття ефективних управлінських рішень, може досягти вражаючих розмірів. Для вирішення цієї проблеми необхідно застосування сучасних інформаційних технологій [1].

Метою роботи є аналіз на основі експертних думок можливостей використання інтерактивних візуалізацій Power BI для прийняття ефективних рішень в умовах пандемії COVID 19.

COVID-19 підштовхує компанії до швидкої зміни підходів до роботи. Бізнесу доводиться стикатися з низкою нових системних пріоритетів і викликів — ризиками порушення безперервності бізнесу, раптовими кількісними змінами, прийняттям рішень у реальному часі, показниками продуктивності праці, загрозами безпеці — і керівники повинні діяти дуже оперативно, вирішуючи нагальні проблеми стійкості систем і закладаючи одночасно основу майбутнього своїх організацій. Наприклад, керівники компаній хімічної промисловості вважають рівень стійкості одним з ключових факторів успіху, проте навіть він хиткий в умовах пандемії [2].

Щоб допомогти керівникам компаній знизити вплив COVID-19, підготовлено спеціальний звіт, за допомогою якого з легкістю можна прогнозувати і адаптувати управлінські рішення, згідно параметрів, які кожен управлінець може підлаштовувати під свою сферу діяльності.

На базі Power BI створено приклад відстеження ситуації з COVID-19, який дозволяє публікувати або налаштовувати інтерактивний звіт про ситуацію з COVID-19. Використовуючи Power BI Desktop, директори компаній можуть аналізувати і візуалізувати дані COVID-19 для інформування колег, приймаючи рішення про вихід або невихід на роботу в офіс. Потім за допомогою Power BI Publish to Web вони можуть опублікувати звіт для інформування колег. У тезах пропонуються різні варіанти використання інтерактивних візуалізацій Power BI, налаштовуючи компоненти через мову програмування R.

Код для впровадження даного звіту під власну аналітику надано нижче [3]:

```
<iframe width="1600" height="900"
src="https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMmI2ZjExMzItZTcwNy00YmUwLWFlMTAtYTUxYzVjODZmYjA5IiwidCI6ImMxMzIiZWwLWZlOTItNDVlMC1iZWFlLTQ2OTg0OTczZTlzMmIsImMiOjF9" frameborder="0" allowFullScreen="true"></iframe>
```

Файл Power BI містить дані і інтерактивну графіку в форматі PBIX-файлу, який можна змінити в Power BI Desktop.

Типова настройка полягає в тому, щоб відфільтрувати звіт за певним станом, а потім створити власний код впровадження у веб-публікацію для свого настроюється звіту.

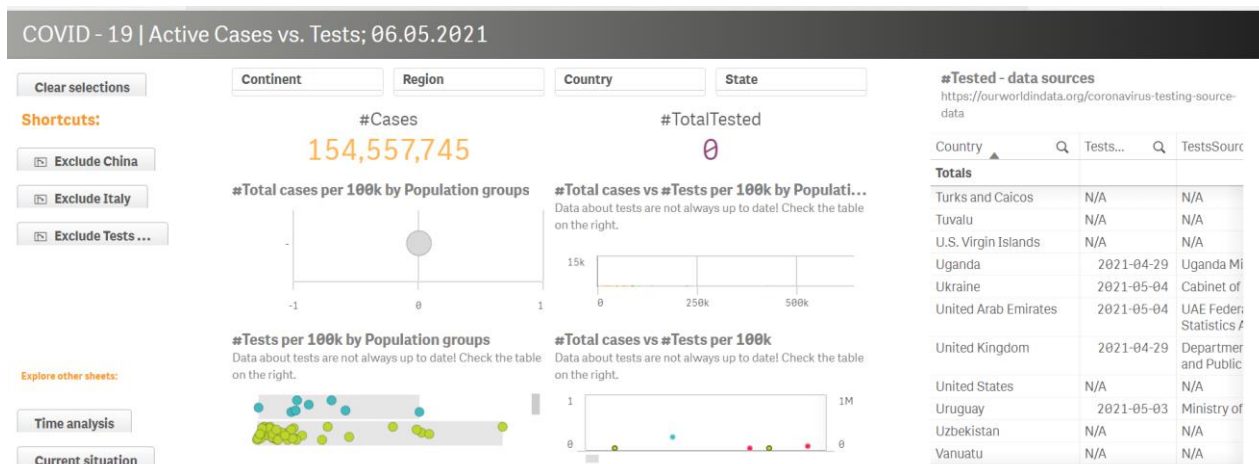


Рис. 1. Загальна візуалізація звіту

Дані в цьому звіті можна також поєднувати з даними з іншого джерела. Наприклад, на даних Університету Джонса Хопкінса.

Дані по посиланню: https://raw.githubusercontent.com/CSSEGISandData/COVID-19/master/csse_covid_19_data/csse_covid_19_time_series/time_series_covid19_confirmed_global.csv

У дослідженні [4] підкреслюється, що ефективне використання можливостей гнучкості, штучного інтелекту та аналітики даних, як і раніше, є відмінною стратегією виживання для підприємств в період COVID-19.

Щоб краще використовувати ці технології, менеджери в мережі ланцюжків поставок повинні використовувати методи агрегації і інтелектуального аналізу інформації для збору історичних і поточних даних, з метою допомогти визначити залежності в даних для прийняття обґрунтованих рішень. Крім того, керівництво повинно ефективно застосовувати гнучкі можливості бізнес-аналітики, щоб мати можливість виділяти основні закономірності з наявних даних, спільно використовуваних в організації та її мережах ланцюжків поставок, щоб допомогти керівництву виявляти, планувати і знижувати будь-які ризики в своїх бізнес-процесах [5].

Крім цього, підприємствам слід перейти від реактивної до проактивнішої позиції, використовуючи системи штучного інтелекту ланцюжка поставок, вбудовані в машинне навчання, щоб в режимі реального часу прогнозувати бізнес-можливості, пріоритети та проблеми в задоволенні потреб зацікавлених сторін.

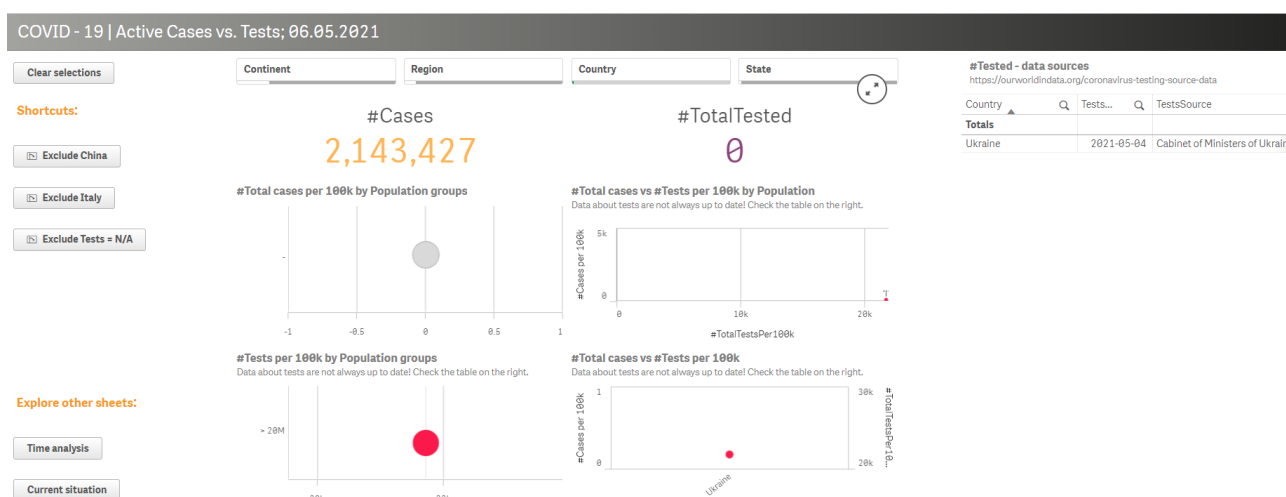


Рис. 2. Ситуація в Україні

Отже, COVID-19 веде до масштабних перетворень у діловому світі, що вимагає впровадження інноваційних способів ведення бізнесу в мережі ланцюжків поставок товарів і послуг, таких як закупівля матеріалів, виробництво, складування, управління запасами, роздрібна торгівля і доставка. Важливо зосередити увагу на тому, що наразі СППР підлаштовуються під нові вимоги суспільства, тому використовувати їх в даний час необхідно широко. У цей період критично важлива інтеграція ланцюжка поставок товарів і послуг за допомогою ефективних стратегій гнуч-

кою бізнес-аналітики, штучного інтелекту та аналізу даних, щоб менеджери могли приймати ефективні і стійкі рішення в рамках різних сфер господарювання [6]. Очевидно, що п'ять вимірів гнучкого управління ризиками, використання систем штучного інтелекту і аналізу даних дозволять організації та її ланцюжку поставок товарів і послуг отримувати доступ до відповідної інформації та даними в режимі реального часу, знаходити закономірності в даних і виявляти невизначеності, можливості і загрози, а також приймати ефективні управлінські рішення.

Література:

1. Alcorn, C. (2020). These Companies Are Hiring Thousands of New Employees during the Coronavirus Pandemic [Електроний ресурс]. <https://www.cnn.com/2020/03/23/business/coronavirus-companies-hiring/index.html>.
2. Baltacioglu, T., Ada, E., Kaplan, M. D., Yurt, O., & Kaplan, Y.C. (2007). A New Framework for Service Supply Chains [Текст]. *Service Industries Journal*, 27, 105–124.
3. Bartash, J. (2020). Jobless Claims Jump Another 4.4 Million—26 Million Americans Have Lost Their Jobs to the Coronavirus [Електроний ресурс]. Режим доступу URL: <https://www.marketwatch.com/story/jobless-claims-jump-another-44-million-25-million-americans-have-lost-their-jobs-to-the-coronavirus-2020-04-23>
4. BBC (2020). Coronavirus: iPhone Manufacturer Foxconn to Make Masks [Електроний ресурс]. Режим доступу URL: <https://www.bbc.com/news/business-51410700>
5. Blume Global (2020). How Artificial Intelligence Improves the Supply Chain [Електроний ресурс]. Режим доступу URL: <https://www.blumeglobal.com/learning/artificial-intelligence> (дата обращения 11.10.2020).
6. Cappelli, P. (2008). Talent Management for the Twenty-First Century [Текст]. *Harvard Business Review*, 86, 74–81.

ЮРИДИЧНИЙ ІНСТИТУТ

ПЛАТФОРМА 1

ПУБЛІЧНО-ПРАВОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Бачинська В.О.

«Правознавство», 1 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник: к.ю.н., доцент, професор кафедри конституційного,
адміністративного та кримінального права Рижук Ю.М

КАРАНТИННА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ПРАВА ЛЮДИНИ

Сьогодні ми живемо в складних карантинних умовах, діджиталізація — це необхідність для нашого суспільства, адже цифровізація є важливим показником будь-якої розвиненої країни. Україна не є винятком. Крок за кроком ми удосконалюємось, відкриваємо щось нове, робимо наше життя зручним і комфортним і не зупиняємось на досягнутому.

Мета даної роботи у аналізі електронних ресурсів, що сприяють реалізації прав людини. А саме, з'ясувати наскільки діджиталізація сприяє реалізації прав людини в умовах карантину.

Завданнями роботи є: з'ясувати, які саме права можуть бути реалізовані за допомогою діджиталізації; обґрунтувати, як може покращитися реалізація прав людини з розвитком української діджиталізації; проаналізувати досвід іноземних країн; виявити основні переваги та недоліки карантинної діджиталізації щодо певних прав людини.

Основна проблема дослідження полягає у виявленні причин, з якими пов'язується проблема реалізації прав людини за допомогою ІТ. Україна має неймовірний потенціал щодо розвитку у цьому напрямку, але існує проблематика у розумінні та застосовуванні ІТ для реалізації прав людини.

Актуальність результатів проєктного дослідження полягає у виявленні потенціалу діджиталізації щодо покращення реалізації прав людини.

Методологічну основу роботи складають такі загальнонаукові методи, як: порівняльний аналіз, емпіричний метод і метод синтезу.

Огляд фахової літератури. Під час дослідження проаналізовано нормативно-правову базу, яку складають, зокрема, Конституція України та Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні» в якому детально описано всі можливі форми взаємозв'язку між державою та суспільством.

Результати дослідження. Основною метою дослідження полягає у з'ясуванні впливу діджиталізації на реалізацію прав людини в умовах карантину. Україна має потужний інформаційний потенціал для того, щоб створювати нові прилади, додатки із року в рік і звісно ж, покращувати життя своїх громадян. У той час, поки в світі вирує Covid-19, діджиталізація є невід'ємною частиною у сфері реалізації прав людини і громадянина. Загалом, за допомогою діджиталізації можуть бути реалізовані такі права людини, як: економічні, політичні, громадянські, екологічні, культурні та інші права людини і громадянина.

До позитивних аспектів карантинної діджиталізації можна віднести:

- громадяни можуть за допомогою електронних ресурсів сплачувати податки і збори, подавати електронні декларації про свій майновий стан, навіть не виходячи з будинку;
- доступ громадськості до екологічної інформації, тобто кожна людина може отримати детальну інформацію про стан довкілля та безпеки людей, наприклад під час пандемії;
- забезпечується право людини на охорону здоров'я, наприклад людина може зареєструватися онлайн на консультування до лікаря.

Відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні», можна зробити висновок, що щороку запроваджуються нові послуги для зручності громадян для задоволення їх політичних прав та інтересів [3]. Прикладом може слугувати реалізація виборче право, тобто реалізація права громадянина обирати шляхом впровадження системи електронного голосування [5].

До основних переваг електронного голосування можна віднести:

- прискорення процесу підрахунку голосів;
- зручність використання, адже можна віддати свій голос не виходячи з дому;

- зменшення видатків з Держбюджету, адже зменшується кількість персоналу, необхідного для підрахунку голосів вручну.

Основними недоліками електронного голосування можна вважати можливість порушення конфіденційності (таємниці) виборів; фальсифікацію результатів виборів; незручність використання для вразливих соціальних груп, а саме пенсіонерів, які не завжди можуть осилити пристосування до інноваційних технологій (ноутбуків, планшетів).

Також, прикладом може слугувати право на судовий захист [2]. Загалом, карантинний режим вносить свої корективи в сферу здійснення правосуддя. Державна судова адміністрація розробила власний порядок розгляду справ в адміністративному, господарському та цивільному процесах за участі сторін поза межами приміщення суду. Є позитивні зміни в судовій системі, адже Україна виходить на новий рівень і через 10-15 років може зрівнятися з такими країнами, як Сінгапур і Великобританія.

В умовах карантину, в судах Великобританії почалися усе більше поширюватись онлайн конференції з метою розгляду судових справ за допомогою таких додатків: BT MeetMe, який є надзвичайно зручним для використання (лише для мобільних телефонів); відеоконференції Skype для бізнесу — платну версію використовує сам суд [4].

Висновки та пропозиції. В Україні, в умовах пандемії, запроваджується онлайн-консультації з лікарем, можливість сплати податків онлайн, е-голосування, проводяться онлайн судові засідання. Існує Єдиний реєстр судових рішень, який надає змогу людям подивитися інформацію, яка стосується того чи іншого судового рішення, що є надзвичайно безпечним в умовах пандемії. В той же час, цікавим є довід карантинної діджиталізації, наприклад, у Литві. Так, у Литві функціонує спеціальний судовий портал, який має назву e.teismas.it. За допомогою цього portalу громадяни можуть отримати доступ до додатку, використовуючи: електронний підпис; електронний банкінг; посвідчення особи; і звісно ж, дані, отримані від суду [4]. Вважаємо, в Україні було б доцільно використовувати такий портал, і під'єднати цей портал до додатку «Дія» для максимальної зручності та ефективності реалізації прав людини.

Нині, Україна відстає від багатьох країн у процесі діджиталізації, оскільки не має достатньо якісного технічного обладнання для реалізації прав людини. Видатки з Держбюджету в цілому не виділяються на такі програми, тому й розвиток гальмується. Відтак, слід використовувати не лише бюджетні кошти, а й грантові (конкурсні), а також кошти місцевих бюджетів, з залученням активних членів територіальних громад.

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Каталог юридичних позицій Конституційного Суду України (1997-2020 роки) :4.3.9. Право на судовий захист .URL: <https://ccu.gov.ua/storinka-knygy/439-pravo-na-sudovyy-zahyst>
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 р. № 649-Київ Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text>.
4. Матат А.В. Дистанційне правосуддя — виклик для сучасної демократії, 2020
5. Вайер А.М., НУ «ОЮА» Переваги та недоліки голосування в Інтернеті, 2017, с.262–364
6. Данько Ю.А.Електронне голосування: можливості української рецепції / Ю.А. Данько // Сучасне суспільство. — 2019. — Вип. 1. — С. 60–72.URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2019_1_8

Бережнюк Д.В.

*«Правознавство», 2 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри конституційного,
адміністративного та кримінального права Задерейко С.Ю.*

ДІЯЛЬНІСТЬ «ГРУП СМЕРТІ» У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ КВАЛІФІКАЦІЇ

В останні роки в Україні дедалі частіше трапляються випадки дитячого та підліткового самогубства. Явище суїциду має глибоке історичне коріння, але у сучасному світі набуває нових рис і

проявів. Саме таким проявом є існування у підлітковому середовищі «груп смерті», які розповсюджуються через соціальні мережі. Згідно з даними Єдиного реєстру досудових розслідувань України, у 2020 році 123 підлітки вчинили самогубство. З початку 2021 року тенденція на підліткові самогубства зростає: станом на початок березня 2021 року поліція зафіксувала 25 випадків самогубств і 91 спробу вчинити такі дії [3].

Метою даного дослідження є аналіз діяльності «груп смерті» у соціальних мережах, розповсюдження серед підлітків і дітей, а також виокремити проблеми кваліфікації організації таких груп.

Актуальність дослідження полягає у тому, що у зв'язку з постійним перебуванням вдома без нагляду через карантинні обмеження викликані пандемією підлітки проводять у соціальних мережах більше часу, а через відсутність живого спілкування стають психологічно все нестійкішими та прагнуть знайти дружбу в Інтернеті, натикаючись на різного роду «групи смерті», які закликають нестабільних підлітків виконувати завдання направлені на самоушкодження.

У дослідженні використовувались такі загальнонаукові методи: емпіричного дослідження (порівняння і опис), теоретичного пізнання (формалізація, аксіоматичний метод), загальнологічні (аналіз, синтез, ідеалізація, узагальнення). Також використовувались спеціальні юридичні методи: формально-юридичний, порівняльно-правовий, контент-аналіз.

Проблема існування та діяльності «груп смерті» у соціальних мережах була предметом дослідження таких науковців: Ю. Александров, О. Кузьо, М. Томчук, С. Павленко, В. Пивоваров, М. Файла, Д. Соларьова, О. Літвінов, Ю. Орлов, Р. Веприцький, Є. Гладкова та інші. Різноманітні аспекти даного явища відображаються у науці соціології, психології. Однак саме у розрізі доведення до самогубства дане питання є важливим у науці кримінального права та кримінології.

«Група смерті» — об'єднання осіб, переважно підлітків і дітей, яким керують модератори або «адміністратори», метою діяльності яких є доведення підлітків або дітей до поступового самознищення, та врешті-решт самогубства [4]. Суспільна небезпечність діянь таких адміністраторів полягає в: 1) об'єкті посягання, ним є здоров'я та/або життя; 2) шкода не є точно визначеною та може коливатись від самоушкодження (різання тіла, мазохізм тощо) до вчинення підлітком суїциду; 3) суб'єкт такого кримінального правопорушення має конкретну мету — отримати фото та відео підтвердження вчинення підлітком самоушкоджень, а суб'єктивна сторона виявляється у прямому умислі.

Проаналізувавши праці кримінологів щодо теми «груп смерті» можна виділити такі причини поширення таких груп: насильство в сім'ї (як фізичне, так і емоційне), конфлікти у школі, технікумі, ВНЗ, розрив відносин, психічні хвороби, відсутність соціального життя, замкнутий образ життя, проведення більшості вільного часу в Інтернеті [6, 7].

Наразі можна виокремити два великих блоки проблем, пов'язаних із діяльністю «груп смерті»: 1) відсутність нормальної комунікації між дітьми та батьками, тобто соціально-психологічна проблема; 2) відсутність норм чинного законодавства, які б у повній мірі визначали об'єктивну та суб'єктивну сторону таких діянь саме у соціальних мережах, а також міру покарань.

У слідчо-судовій практиці найпоширеніші 2 варіанти кваліфікації: 1) як умисне вбивство (ст. 115 ККУ); 2) доведення до самогубства (ст. 120 ККУ) [1].

До першого варіанту відносяться випадки коли підліток, який був учасником такої «групи» отримував вказівки про місце, час, спосіб вчинення самогубства, але прибувши не знайшов у собі сили на такий крок, з'являються сторонні особи які власноруч допомагають покінчити із життям. У 2016 році в Інтернеті було розповсюджено відео самогубства хлопчика (хоча доречніше назвати це умисним вбивством): підліток підходить до огорожі моста, дивиться вниз, не наважується зробити крок, однак зненацька з різних боків з'являються дві особи, одна з яких трохи піднімає неповнолітнього і штовхає його, хлопчик падає, чоловіки поспішно тікають. Такі протиправні дії винних (сприяння падінню неповнолітнього потерпілого з мосту) слід кваліфікувати як умисне вбивство (ч. 2 ст. 115 КК України) [8].

Також умисним вбивством (ст. 115 ККУ) можуть вважатись дії винних, які спонукають неповнолітнього до самогубства, тобто потерпілий власноруч позбавляє себе життя. Тут має місце «опосередковане заподіяння шкоди». Такий випадок є складним у розрізі доказів, адже аби інкримінувати вчинення такого злочину винному потрібно довести що потерпілий не міг усвідомлювати власні дії та керувати ними, а також усвідомлювати наслідки. Отже, доведення до самогубства малолітньої дитини, яка не усвідомлює власних дій, слід розглядати як умисне вбивство шляхом опосередкованого заподіяння шкоди [8].

Під час кваліфікації за ст. 120 ККУ «Доведення до самогубства» слід спочатку довести наявність альтернативних дій, зазначених у диспозиції норми: діяння у формі: жорсткого поводження з особою, шантажу, примусу до протиправних дій, систематичного приниження людської гідності потерпілого — об'єктивна сторона. Об'єктом цієї статті є життя та здоров'я особи. Суб'єкт —

загальний (фізична осудна особа яка досягла 16 років). Суб'єктивна сторона — характеризується прямим умислом, модератор не тільки усвідомлює суспільно небезпечний характер своїх діянь і передбачає настання негативних наслідків, але й бажає їх настання. Кваліфікуючі ознаки: вчинення щодо: 1) особи, яка перебувала в матеріальній або іншій залежності від винуватого; 2) двох або більше осіб, а особливо кваліфікуючою ознакою — вчинення щодо неповнолітнього [5].

З аналізу складу цього кримінального правопорушення можна зробити висновок, що без жорстокого поводження, шантажу, примусу, систематичного приниження діяння таких груп смерті взагалі не визнаються кримінально-караними [2]. Але все ж інколи, коли адміністратори таких груп не отримують бажаного, тобто дитина відмовляється від вчинення будь-яких дій спрямованих на самоушкодження, адміністратори починають шантажувати та погрожувати розправитись з родичами дитини, адже під час реєстрації у «групі смерті» діти вказують адресу проживання, тому власноруч надають адміністраторам підґрунтя для шантажу [7].

Отже, враховуючи світову тенденцію до збільшення кількості самогубств серед підлітків і розповсюдження «груп смерті» через соціальні мережі, а також виникнення нових способів втягнення молоді у такі організації вимагає внесення змін до Кримінального кодексу України, а саме розширити диспозицію ст. 120 новим способом доведення до самогубства «шляхом використання мережі Інтернет». Й хоча 17.07.2017 року такий проект було подано на розгляд у ВРУ, але проект було відкликано у 2018 році [9].

Серед власних пропозицій для вдосконалення існуючої системи протидії та притягнення до відповідальності за організацію «груп смерті» хочу винести: доповнити чинне законодавства нормами, які б встановлювали протиправність діянь адміністраторів «груп смерті», а також такі зміни допоможуть уникнути неоднозначності при кваліфікації діянь винних осіб, підвищити рівень санкції за такі діяння, покращувати якість діяльності кіберполіції, яка має контролювати та припиняти діяльність таких груп.

Література:

1. Кримінальний кодекс України, Закон від 05.04.2001 №2341-III (Редакція станом на 28.03.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#top>
2. ППВСУ «Про судову практику в справах про злочини проти життя та здоров'я особи» від 07.02.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0002700-03#Text>
3. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/>
4. Веприцький Р.С., Гладкова Є.О. Групи смерті: що це таке та як уберегти дитину: науково-методичні рекомендації. 2017, 14 с.
5. Мельник М.І, Хавронюк М.І. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України, 2019 р., 1387 с.
6. Павленко С. Тактика запобігання доведенню неповнолітніх до самогубств через соціальні мережі (інтернет-спільноти): сучасні вітчизняні реалії та зарубіжний досвід. *Підприємництво, господарство і право. Кримінологія*. 2018. Вип. 11. С. 217–225.
7. Соларьова Д.В. До питання про використання соціальних мереж («груп смерті») як способу доведення до самогубства. *Молодий вчений*. 2017. Вип. 10 (50). с. 704-707
8. Чабанюк В.Д. Кваліфікація сучасних проявів доведення до самогубства. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2019. Вип. 1. с. 197–204
9. Проект Закону про внесення змін до Кримінального кодексу України (щодо розширення переліку кримінально-карних способів доведення до самогубства чи самокалічення або замаху на самогубство чи самокалічення) 6748 від 17.07.2017. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62323

Білостоцька Стефанія

«Право», 2 курс

«Юридичний інститут» ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри конституційного, адміністративного та кримінального права, Сагайдак Ю.В.

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ ВЛАДИ

В умовах цифрової трансформації України впровадження технологій для оптимізації сфери управління є важливим елементом удосконалення ресурсних механізмів державного врядування. Питання довіри українців до органів публічної влади завжди стояло гостро, саме тому впрова-

дження блокчейн-технології у сферу управління сприятиме зменшенню проявів корупції, боротьбі з бюрократичними проявами, допоможе підвищити рівень якості надання адміністративних послуг, розвитку електронної демократії.

Актуальність цієї теми зумовлена активним розвитком і використанням технології блокчейн в економіці та ІТ, а також поступовим впровадженням технології в процеси правового регулювання публічного управління у світі.

Мета дослідження: аналіз впровадження технології блокчейн у систему публічного управління України, оцінка переваг і недоліків, дослідження міжнародного досвіду використання даної технології та законодавчого регулювання.

Розглядаючи особливості використання системи блокчейн, сутність полягає в обліку та обміні правами власності на структуровані дані у вигляді розподіленого реєстру. Блокчейн — це розподілена база даних, особливістю якою є децентралізація, тобто інформація зберігається не на єдиному сервері, а на сотнях і тисячах пристроїв в усьому світі, що формується у вигляді ланцюжка блоків з інформацією, де кожен блок містить мітку часу і посилання на попередній блок, завдяки чому з бази неможливо видалити інформацію або підмінити дані.

За опитуванням учасників останнього Всесвітнього економічного форуму вже до 2025 — 2027 років технологія Blockchain буде активно використовуватися у сфері державних послуг провідними світовими державами. Основними перспективами у зв'язку з впровадженням технології є скорочення операційних витрат (73 % опитаних) і часу розрахунків (69 % опитаних), мінімізація ризиків (57 % опитаних) і зростання можливості отримання додаткових доходів (51 % опитаних) [4]. Сатоші Накомото — розробник системи блокчейн — у своїй праці «Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System» описує основні принципи роботи даної системи, серед можна виокремити такі: децентралізація, безпека та захищеність, прозорість, відкритість і відсутність можливості змінити дані.

У результаті підвищується рівень контролю за цифровою системою та забезпечується прозорість і гнучкість структури управління, що зменшує кількість помилок та убезпечує її від ризиків впливу «людського фактору». Однак, незважаючи на ряд переваг ексклюзивних блокчейнів для захисту даних і транзакцій необхідно використовувати засоби безпеки, які аналогічні інструментам захисту систем управління базами даних, оскільки навіть за допомогою обчислення складних хеш-тегів неможливо на 100 % гарантувати безпеку блокчейн-системи [5].

В Україні використання блокчейн-технологій можливе в сфері державного управління — переведення даних на блокчейн-систему, дистанційне надання всіх державних послуг, охорони здоров'я — реєстр карт пацієнтів і поставок медикаментів, освіти — зберігання дипломів про освіту, правоохоронних органах — створення єдиної бази правопорушників тощо.

Уряд України зацікавлений у використанні блокчейн-технології у системі державного управління. У квітні 2017 р. Державне агентство з питань електронного урядування України і компанія BitFury підписали меморандум про співпрацю у сфері блокчейн-технологій [3]. Проект передбачає переведення всіх державних даних, що зберігаються в електронному вигляді, на блокчейн-платформу. Заплановано перевести на нову систему державні реєстри, соціальні служби, органи безпеки, охорони здоров'я та енергетики України. У підсумку це дасть змогу Уряду України контролювати всі зміни, що відбуваються з державними активами, зокрема результати конкурсів із приватизації.

У жовтні 2017 року Міністерство аграрної політики і продовольства спільно з Держагентством з питань електронного урядування запустили оновлений Державний земельний кадастр, що працюватиме на технології блокчейн, яка дозволить забезпечити надійну синхронізацію даних, унеможливить їх заміну в результаті зовнішнього втручання, а також дасть можливість здійснювати громадський контроль за системою [5].

Сьогодні в Україні технології блокчейн активно використовуються органами місцевого самоврядування. Так, Дрогобицька міська рада створила можливість запису до дитячих садочків і шкіл на основі даної технології, де дані зберігаються на розподіленому реєстрі, який неможливо сфальсифікувати. В Одеській області використовують блокчейн для проведення електронних аукціонів із оренди та продажу державного майна.

У країнах ЄС і США технології блокчейн активно використовуються в для реалізації політичних процесів. Першою країною, яка впровадила блокчейн технології була Естонія, де діє система розподіленого документообігу державного нотаріату, завдяки якій громадяни дистанційно одержують нотаріальні послуги, ідентифікують документи за допомогою електронного підпису. Прикладами її використання також є проведення партійних зборів у Копенгагені із технологією розподіленого реєстру, у США — підрахунок голосів Лібертаріанської партії під час голосування за заміщення внутрішніх посад.

У 2018 році в Західній Вірджинії, США пройшли перші муніципальні вибори на блокчейн платформі, де виборці не користувалися виборчими дільницями і мали можливість віддати голоси за кандидата будь-де. Також у США використовують дану технологію у сфері охорони здоров'я, для ведення земельного кадастру, реєстрації нерухомості. У Грузії та Бразилії були запущені пілотні проекти для реєстрації прав на землю та нерухомості, а влада префектур Фукусіми тестує можливість запуску реєстру побудови «розумних мікромереж» для відновлювання енергетики[1].

Нідерланди запустили ряд пілотних блокчейн-проектів. Зокрема, у 2018 році на блокчейн перевели систему надання державних субсидій, реєстр власності. Уряд країни впевнений, що це допоможе підвищити рівень до органів державної влади та до державних послуг, а також зробити їх прозорішими. Уряд ОАЕ є світовим лідером по запровадженню блокчейн-технології. Також держава має намір профінансувати курси, семінари щодо запровадження блокчейну в органи публічної влади. З 2017 року тут діє блокчейн-система реєстрації прав власності на нерухомість. В Гондурасі, щоб протидіяти шахрайству, з 2016 року уряд співпрацює з компанією Factom, використовуючи розподільний реєстр для реєстрації прав на землю. Уряд країни впевнений, що дана співпраця допоможе знизити рівень корупції в країні та створить оновлену систему керівництва з боку держави [1].

Використання системи блокчейн для зберігання інформації надає безпрецедентний рівень довіри до інформації у відносинах між людиною та державними або приватними установами, оскільки за допомогою блокчейну відкриваються нові можливості для усунення корупційно-бюрократичної складової при наданні послуг.

Проте у даної системи є свої недоліки. По-перше, низька освіченість населення щодо принципів функціонування. По-друге, це відсутність нормативно-правової бази щодо використання блокчейн — технології на державному рівні. По-третє, це висока вартість блокчейн технології, яка потребуватиме значних видатків з бюджету. По-четверте, запровадження блокчейну приведе до скорочення робочих місць, зокрема, зменшиться кількість адміністраторів. Необхідно зазначити, що функціонування державних реєстрів з використанням цифрової технології теж пов'язане з існуванням певних ризиків: достовірність введення даних, яка залежить від точності заповнених реєстрів, адже блокчейн гарантує незмінність даних, а не істинність; ідентифікація споживачів, яка необхідна для доступу до даних, створена на основі біометрики; синхронізація даних реєстрів з використанням механізму «консенсусу» для гарантовування продруковування однакового результату у всіх вузлах; контроль за адміністраторами, який слід розподілити на різних користувачів мережі задля уникнення корупційної складової та дотримання принципу прозорості влади.

Отже, аналізуючи зарубіжну та вітчизняну практику використання системи блокчейн, можна визначити такі пріоритетні сфери застосування: виборчий процес — голосування та підрахунок голосів — для забезпечення таємного волевиявлення громадян, результати якого неможливо сфальсифікувати; захист даних у сфері охорони здоров'я — для гарантування достовірності, захищеності та належного зберігання медичних даних; документообіг — для відслідковування процесу реєстрації компаній, руху акцій, комунікацій та управління; облік земельних ресурсів — зменшення тривалості здійснення операцій, уникнення шахрайства, підвищення рівня надійності. Запровадження блокчейн-технології у сферу публічного управління України, допоможе збільшити довіру до органів публічної влади, надавати високоякісні державні послуги, зменшити рівень корупції та бюрократії, захистити дані від ушкодження чи крадіжки, а також скоротити ризики підробки даних

Література:

1. Балан О. «Технологія blockchain в публічному управлінні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://economics.opu.ua/ejoru/2018/No4/5.pdf>
2. Карпенко О. Цифрова технологія «блокчейн» в державному управлінні: сутність, переваги та ризики застосування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/tppd_2017_21_4.pdf
3. Україна підписала угоду з найбільшим блокчейн-проектом BitFury. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/ukraina-pidpysala-uhodu-z-naibilshym-blokchein-proektombitfury>
4. "Realizing the Potential of Blockchain: a Multistakeholder Approach to the Stewardship of Blockchain and Cryptocurrencies" World Economic Forum ,Don Tapscott and Alex Tapscott [Electronic resource]. — Режим доступу: <https://www.weforum.org/whitepapers/realizing-the-potential-of-blockchain>
5. Unian The land cadastre was transferred to the blockchain technology, which makes it impossible to manipulate data (2018). Economics. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://economics.unian.ua/agro/2167966-zemelnyy-kadastr-pereveli-na-tehnologiyu-blokcheyn-yaka-unemojlivit-pidtasovuvannya-danih.html> [in Ukrainian].

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ КІБЕРБУЛІНГУ В УКРАЇНІ

За останні роки сучасне суспільство прогресивно розвивалося у сфері технологій. Зараз ми не можемо уявити своє життя без інтернету. Але такі зміни несуть за собою не лише позитивні наслідки. Питання щодо забезпечення безпеки в мережі Інтернет згадується тоді, коли з'являються певні негативні наслідки від дій, що реалізуються в інтернет-просторі. Одним з видів таких дій є кібербулінг.

Проблема правового регулювання кібербулінгу пов'язана з правом людини на безпеку, а саме на безпечне інтернет-середовище. Поки що обидва питання перебувають на етапі формування, тому не мають чіткого закріплення в законодавстві України. Науковці відносять питання правового регулювання кібербулінгу до 4 покоління прав людини, до якого, окрім раніше згаданого питання, відносять також право на евтаназію, сурогатне материнство, зміну статі та ін. [5].

На сьогоднішній день, незважаючи на нечітке закріплення у законодавстві України положень щодо кібербулінгу маємо судову практику. Перше рішення по булінгу (кібербулінгу) було винесено суддею Бориспільського міськрайонного суду Київської області 05 лютого 2019 року. Це доводить, що дане явище є новим для України і потребує чіткішого регулювання з боку держави.

Першочергово актуальність даного питання в Україні спричинена невизначеністю правового регулювання кібербулінгу та тенденцією до збільшення випадків цього явища. За статистичними даними ЮНІСЕФ 21,1 % підлітків в Україні визнали, що брали участь в онлайн-ображанні, приниженні або знущанні над іншими, а 21,5 % були жертвами кібербулінгу. В умовах пандемії кібербулінг тільки набирає обертів.

Метою цього дослідження є аналіз правового регулювання кібербулінгу в Україні, характеристика цього явища відповідно до чинних нормативно-правових актів і з'ясування можливих шляхів його переборення.

Методологічну основу дослідження становить комплексний підхід до аналізу юридичної літератури відповідно до теми та чинного законодавства України. Для якісного дослідження використовувалися такі методи: метод описання, формально-юридичний метод, логічний метод, герменевтичний метод, порівняльно-правовий метод та ін.

Проблему правового регулювання кібербулінгу в Україні досліджували Євтушок В.А., Кущенко В.О., Маньгора В.В., Цебинога В.Ю., Чумак В. В. та інші.

Огляд юридичної літератури надає вагоме теоретичне підґрунтя для аналізу правового аспекту кібербулінгу. Саме завдяки огляду наукових публікацій можна з'ясувати поняття кібербулінгу, ознаки та сучасний стан його правового регулювання.

Кібербулінг — це новітня форма агресії, що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням інформаційно-комунікаційних засобів: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж тощо [5].

Відсутність законодавчо закріпленого поняття кібербулінгу спричиняє не тільки багатоманітність пояснення цього терміну різними вченими та практиками, а й зумовлює прогресування цього явища.

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню)», прийнятий у 2018 році вніс зміни до Кодексу України про адміністративні правопорушення та Закону України «Про освіту» доповнивши їх положеннями про булінг. Також було законодавчо визначено поняття «булінг» та його основні ознаки [2].

Отже, згідно із чинним Законом України «Про освіту», статті 1, п. 3-1 булінг (цькування) — діяння (дії або бездіяльність) учасників освітнього процесу, які полягають у психологічному, фізичному, економічному, сексуальному насильстві, у тому числі із застосуванням засобів електронних комунікацій, що вчиняються стосовно малолітньої чи неповнолітньої особи та (або) такою особою стосовно інших учасників освітнього процесу, внаслідок чого могла бути чи була заподіяна шкода психічному або фізичному здоров'ю потерпілого. Також у даному нормативно-правовому акті містяться типові ознаки булінгу: систематичність (повторюваність) діяння; наявність сторін — кривдник (булер), потерпілий (жертва булінгу), спостерігачі (за наявності); дії або бездіяльність кривдника, наслідком яких є заподіяння психічної та/або фізичної шкоди, приниження, страх, тривога, підпорядкування потерпілого інтересам кривдника, та/або спричинення соціальної ізоляції потерпілого [3].

Щодо регулювання поставленої проблеми Кодексом України про адміністративні правопорушення, то у статті 173-4 наявна інформація про те, які дії мають на увазі під поняттям булінгу, та вказано, що здійснення цих тягне за собою накладення штрафу, в деяких випадках виправні роботи [1].

Проаналізувавши наведені вище нормативно-правові акти, можна стверджувати, що незважаючи на відсутність у сучасному законодавстві України положень щодо кібербулінгу, дана проблема частково регулюється, оскільки у згаданих законах вказується що кривдник (булер) буде притягнутий до відповідальності й у тому випадку, якщо булінг здійснювався із застосуванням засобів електронних комунікацій.

Проте Кодекс України про адміністративні правопорушення та Закон України «Про освіту» регулюють булінг із застосуванням засобів електронних комунікацій лише серед учасників освітнього процесу.

Щодо інших випадків, то, проаналізувавши практику національного законодавства, можна констатувати, що найчастіше дії кібербулерів кваліфікують як хуліганство (ст. 296 КК України). У разі встановлення факту скоєння неправомірної дії у віртуальному просторі (кібербулінг), відповідальність покладається на власника технічного пристрою, за допомогою якого було вчинено певну неправомірну дію [4].

Отже, проаналізувавши юридичну літературу та чинне законодавство України можна стверджувати, що поняття кібербулінгу не закріплено в жодному нормативно-правовому акті, немає єдиного законодавчого акту, який би регулював кібербулінг, визначав основні засади його протидії та відповідальність за нього в Україні.

Отже, згадана проблема є досить важливою, тому держава повинна забезпечити якісніше правове регулювання кібербулінгу, оскільки саме відсутність чітких положень щодо нього є однією з причин його прогресування в Україні. Вирішенням буде законотворчість, а саме прийняття єдиного нормативно-правового акту, що регулював би суспільні відносини спричинені даним явищем.

Література:

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 1 — 212-24) : Кодекс України; Закон, Кодекс від 07.12.1984 № 8073-X // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/80731-10> (дата звернення: 13.05.2021)
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню) : Закон України від 18.12.2018 № 2657-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2657-19> (дата звернення: 13.05.2021)
3. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2145-19> (дата звернення: 13.05.2021)
4. Нестеренко, А. «Адміністративно-правова протидія кібербулінгу стосовно дітей.» Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки Випуск 21 (2019): 170–175.
5. Чумак Володимир Валентинович, Вікторія Юріївна Цебинога. «Правове регулювання протидії кібербулінгу в Україні.» Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Харків, 30 листоп. 2018 р.). — Харків, 2018. — С. 202–204, 2018.

Ярошенко М.В.

«Правознавство», 2 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри Задерейко С.Ю.

КРИМІНАЛЬНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ КРИПТОВАЛЮТИ

На сьогоднішній день ми є свідками однієї з найстрімкіших революцій за всю історію людства — революції інформаційної. Життєздатність капіталістичного ладу, світових економік уже безпосередньо залежать від розвитку інформаційних і супутніх технологій. Однак, такий розвиток приносить не тільки одні лише позитивні нововведення. Окремі з них можуть сприйматися не тільки суперечливо, а й у відверто у негативному ключі. Одним з таких і є ідея «криптовалют». Будучи відповіддю на недалекоглядність центральних регуляторів окремих країн, рішення яких приводили і приводять до вкрай негативних результатів, представники криптовалютних технологій звільнили клієнтів від цього тягаря, забезпечуючи їм майже повну конфіденційність, швидкість і можливість проведення транзакції в будь-яку точку земної кулі.

Навіть лише такий короткий опис технології дозволяє зробити висновок про можливе використання її в шахрайських цілях; корупційних схемах.

Дослідженням окремих аспектів кримінальних правопорушень із використанням криптовалют займалися провідні *науковці* О. Амелін, П. Біленчук, В. Болгов, А. Войцехівський, Г. Власова, Н. Гадіон, О. Гладун, А. Демчук, О. Іванченко, М. Погорецький, О. Таволжанський, І. Мічуда, В. Козій, С. Демедюк, А. Орлеан та інші.

На окремих етапах дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціально юридичні методи. Основу загальної методології складає формально-логічний метод; структурно-функціональний метод; діалектичний метод, а також методи дедукції; індукції; синтезу, тощо. Основу спеціальної методології роботи складає порівняльно-правовий метод; історико-правовий; формально-юридичний; техніко-юридичний метод та інші.

Ставлення до криптовалют регуляторів в різних країнах різняться. Окремі держави, такі як Японія, Нова Зеландія, Німеччина, визнали криптовалюту легальним засобом платежу. У свою чергу, Сінгапурське законодавство визначає Біткоїн (основний представник криптовалют) товаром і прирівнює його купівлю до купівлі програмного забезпечення. У США це децентралізована віртуальна валюта. Таїланд, Ісландія, та інші країни заборонили використання криптовалют, як таких [7; с. 228].

Будучи засобом платежу, доступним кожному, криптовалюти знайшли своїх споживачів і на сучасному українському ринку. Так, у деклараціях за 2020 рік українські посадовці задекларували 46 351 Біткоїн, ринкова вартість яких станом на квітень 2021 року складає майже 75 млрд гривень [8].

Однак, на сьогоднішній день, правовідносини, що виникають у крипто-валютній сфері, залишаються неврегульованими на законодавчому рівні. Так, законопроекти, подані ще в 2016–2018 роках (законопроект №7183 від 06.10.2017 р. «Про обіг криптовалют в Україні»; законопроект № 7183-1 від 10.10.2017 р. «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні») не знайшли підтримки в парламенті. У свою чергу, лише 02.12.2020 проект Закону «Про віртуальні активи» №3637 (піддається критиці, так зазначається, що він потребує суттєвого доопрацювання, в частині приведення у відповідність до Рекомендацій FATF та Директив ЄС) був прийнятий у першому читанні, що без сумніву, стало правильним, проте не достатнім кроком на шляху до закріплення його правового статусу.

На сьогоднішній день, приміткою 1 до статті 368-5 Кримінального кодексу України (Далі — ККУ) визначено, що криптовалюти, поруч з грошовими коштами, іншим майном, майновими правами, нематеріальними активами належать до групи «активів» [1].

Світова практика показує, що кримінальні правопорушення з використанням криптовалют необхідно поділяти на три основні групи. До таких належать:

- 1) незаконний продаж заборонених товарів, послуг, контенту (наркотичні, психотропні засоби; зброя тощо);
- 2) легалізація (відмивання) майна, одержаного злочинним шляхом;
- 3) правопорушення, пов'язані з викраденням, вимаганням криптовалют [10, с. 87].

Перша група кримінальних правопорушень, до якої відносять *незаконний продаж заборонених товарів, послуг, контенту з використанням криптовалют*, є однією з найпоширеніших. На жаль, через недосконалість технологій для відстежування операцій з використанням криптовалют, оцінити реальні об'єми такої торгівлі неможливо. У свою чергу, тут криптовалюта виступає як засіб вчинення таких кримінальних правопорушень, що використовується злочинцем при здійсненні посягання.

Так, ще в 2013 році було викрито одну з перших крупних платформ для продажу наркотичних засобів через інтернет в США — Silk Road. Будучи платформою, розташованою у так називаємому «даркнеті», як засіб платежу ними приймалася лише криптовалюта, здебільшого — Біткоїни [9, с. 43]. За 2 роки свого існування платформа залучила близько 100 000 покупців, а річний обіг, за різними оцінками, складав від 15 до 45 мільйонів доларів.

У свою чергу, і в Україні наявна судова практика з притягнення до відповідальності осіб, які використовували криптовалюту для продажу наркотичних, психотропних засобів [3].

Ще одну групу складають *кримінальні правопорушення, пов'язані з легалізацією (відмиванням) майна, одержаного злочинним шляхом*. Використовуючи таку технологію злочинці з мінімальним ризиком отримують можливість анонімно, без відомо регулюючих органів, перенаправити грошовий еквівалент у виді криптовалют через офшорні рахунки; підставні компанії, в країні з повністю легалізованим використанням криптовалют.

30 травня 2018 року Європейський союз видав Директиву 2018/843, що доповнює Директиву Євросоюзу від 20.05.2015 р. 2015/849, а також попередні Директиви про протидію використанню

фінансової системи для цілей відмивання доходів і фінансування тероризму. Так, відзначалася необхідність: проведення моніторингу використання віртуальних валют з метою запобігання легалізації (відмивання) доходів; організації процесу отримання інформації органами фінансової розвідки, що дозволить їм пов'язувати адреси віртуальних валют із особою власника віртуальної валюти [2, п. 8–9].

Дослідження Державної служби фінансового моніторингу України виявили, що і в Україні існують тенденції щодо популяризації використання віртуальних валют у схемах, спрямованих саме на відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом [4, с. 74].

У третій групі, до якої відносять *кримінальні правопорушення, пов'язані з викраденням, вимаганням криптовалют* виступають як предмет кримінального посягання. Ці дії можуть бути вчинені шляхом викрадення криптовалюти з рахунків модераторів і користувачів; шантажу підприємства або особи поширенням секретних або особистих даних і вимагання викупу у криптовалюті; зараження шкідливим програмним забезпеченням тощо.

У вересні 2017 року Національній кіберполіції спільно з працівниками підрозділу Talos (компанія Cisco) вдалося викрити діяльність крупної фішингової кампанії, спрямованої на користувачів криптовалют. Використовуючи підставні домени відомих Bitcoin-гаманців, злочинцям вдалося незаконно заволодіти криптовалютою на суму 700 BTC [5, с. 76].

У свою чергу, неможливо не погодитися з думкою окремих науковців, серед яких, наприклад, В. Козій, який пропонує доповнити Кримінальний кодекс України, наприклад, статтею 188-2 «Незаконне заволодіння криптовалютою будь-яким способом» [5, с. 79], яка б захистила права осіб, які володіють правами на цей засіб обміну.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що, по-перше, існує об'єктивна необхідність у врегулюванні на законодавчому рівні статусу криптовалют, розробки дієвого і водночас не жорсткого порядку оподаткування криптовалютної діяльності; по-друге, подальшої модернізації кримінального законодавства, спрямоване на захист прав осіб, задіяних у сфері обігу криптовалют та більш ефективної боротьби з проявами злочинної діяльності шляхом, наприклад, доповнення ККУ статтею 188-2 «Незаконне заволодіння криптовалютою», яка б захистила права осіб, які володіють правами на цей засіб обміну; по-третє, необхідним вважається розширення повноважень правоохоронних, контролюючих органів у сфері криптовалют, чи можливого формування, відповідно до Директив ЄС 2018/843; 2015/849, Рекомендацій Групи з розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей — спеціалізованого контролюючого органу у цій сфері. Такі комплексні дії допоможуть і наповнити український бюджет, створивши єдину та зрозумілу систему оподаткування транзакцій/виводу коштів у криптовалюті, залучити інвесторів у цю сферу.

Література:

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. / [Електронний ресурс] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 06.04.2021).
2. Директива Європейського Парламенту і Ради ЄС 2018/843 від 30 травня 2018 року Про про запобігання використанню фінансової системи для цілей відмивання грошей або фінансування тероризму. / [Електронний ресурс] URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_010-18#Text (дата звернення: 06.04.2021).
3. Вирок у справі № 428/4457/18 (провадження № 1-кп/428/222/2018) Сєверодонецького міського суду Луганської області від 30.05.2018. / [Електронний ресурс] URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/74920250> (дата звернення: 06.04.2021).
4. Демчук А.І. Щодо деяких аспектів використання криптовалют у легалізації (відмиванні) доходів, одержаних злочинним шляхом та фінансуванні тероризму // Журнал східноєвропейського права. — № 72 — 2020 — С.71–78.
5. Козій В. Відповідальність за незаконне заволодіння криптовалютою в Україні // Науковий часопис Національної академії прокуратури України — №2 — 2018 — С.69–82.
6. Мовчан Р. О., Хак Сіддікі Н. Криптовалюти та Blockchain-технології у сучасній протиправній діяльності // Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса — № 10 — 2018 — С. 78–83.
7. Таволжанський О.В., Мічуда І.В. Криптовалюта та її статус в Україні. // Науковий вісник публічного та приватного права — №5 — 2017 — С.227–230.
8. Інформація з офіційного ресурсу OpenDataBot «46 351 біткоїн задекларували посадовці». / [Електронний ресурс] URL: <https://opendatabot.ua/analytics/bitcoin-2021> (дата звернення: 06.04.2021).
9. Wesley Lacson, Beata Jones. The 21st Century DarkNet Market: Lessons from the fall of Silk Road. // International Journal of Cyber Criminology (IJCC) — Vol. 10(1) — 2016 — pp.40–61.
10. Иванцов С.В., Сидоренко Э.Л., Спасенников Б.А. Преступления, связанные с использованием криптовалюты: основные криминологические тенденции. // Всероссийский криминологический журнал — № 1 — 2019 — С. 85–93.

Чорна Вікторія,
д.ю.н., доцент,
професор кафедри конституційного, адміністративного
та кримінального права Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана
Бузовська Єлизавета,
здобувач вищої освіти
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана

АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НЕЗАКОННЕ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Тема поводження з відходами в різні роки була і залишається однією з найактуальніших тем сьогодення. Рівень відходів в Україні постійно збільшується, що спричинено не контрольованістю засмічення відходами, збільшенням кількості відходів, відсутністю системи сортування відходів, існуванням всього трьох заводів на території України по переробці відходів тощо. Слід відзначити, що у всіх європейських країнах уже на протязі тривалого часу існує система сортування відходів, що дозволяє не лише зменшити негативний вплив і масовість відходів, але й отримувати вторичну продукцію після переробки відходів. Втім, у зв'язку з високою бюрократичністю щодо реалізації державно-приватних і приватних проектів по запровадженню ефективної системи управління та переробки відходів, на сьогоднішній день, можемо спостерігати ситуацію не контрольованості, масовості поширення відходів по всіх території України, що як результат потребує відповідної негативної реакції України по притягненню винних осіб до адміністративної відповідальності.

Особливостями адміністративно-правових відносин, що виникають у сфері поводження з відходами є:

1) являються підвидом правових відносин; виникають, змінюються та припиняються в площині публічного адміністрування, безпосередньо щодо вчинення певних дій (операцій) пов'язаних з запобіганням утворенню різних видів відходів, визначенням порядку їх збирання, перевезення, сортування, зберігання, рециклінгу і захоронення, в тому числі здійснення контролю за цими операціями та нагляд за місцями видалення відходів; 2) основою для їх формування (виникнення) є відповідна адміністративно-правова норма, які містять у собі абстрактну конструкцію відносин, поведінку визначених суб'єктів; 3) знаходять своє вираження з моменту виникнення юридичних фактів, які визначені адміністративно-правовими нормами; 4) однією з сторін в даній групі відносин є обов'язково носій владних повноважень (публічна адміністрація); 5) ієрархічно дані відносини побудовані за принципом «влада — підпорядкування», тобто одна сторона наділена владними повноваженнями щодо іншої, а друга сторона має обов'язок виконувати імперативні приписи владного суб'єкта (наприклад, відносини між районною державною адміністрацією та органами місцевого самоврядування); 6) виникають за ініціативою будь-якої із сторін; 7) спори між сторонами таких відносин вирішуються: а) в адміністративному порядку; б) в порядку адміністративного судочинства, який визначений нормами Кодексу адміністративного судочинства України.

Механізм адміністративно-правового регулювання поводження з відходами — це система адміністративно-правових засобів, які використовуються для регулювання суспільних відносин у сфері поводження з відходами компетентними суб'єктами публічної адміністрації з метою мінімізації утворення, зменшення кількості відходів та очищення місць видалення відходів, розвитку системи рециклінгу відходів, охорони.

Слід відзначити, що культура поводження з побутовими та іншими відходами в Україні залишається на вкрай низькому рівні. Засмічення населених пунктів, лісів, регулярне виникнення стихійних звалищ, тощо, набули загрозливих масштабів. Особи, винні в порушенні законодавства про відходи, несуть дисциплінарну, адміністративну, цивільну чи кримінальну відповідальність (ст. 42, Закону України «Про відходи»). Тому вважаємо доцільним шляхом боротьби з цим є притягнення винних осіб до адміністративної відповідальності.

Так, відзначимо, що на сьогодні в Україні налічується близько 6 тис. офіційних сміттєзвалищ. Кількість несанкціонованих, відповідно до даних Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів, у 5 разів більше — понад 30 тисяч. За статистикою, понад 93 % відходів вивозиться на сміттєзвалища і лише 4,18 % відсортовується. Ситуація з відходами досягає критичних масштабів. Кількість сміттєзвалищ росте. І, на жаль, цей аспект не регулюється і відповідальності, санкцій з огляду на те,

що кількість не- законних сміттєзвалищ росте, — немає . Хоча на мою думку, очевидно, що діяти інакше можливо, тому що в Україні працює 15 заводів з переробки скла, 15 — з переробки паперу, 16 — з переробки металу, 19 — з переробки ПЕТ, 36 — з переробки вторинних полімерів. Їх завантаженість є не повною. Наприклад, заводи з переробки паперу мають потужність — 1100 тис т сировини, однак переробляють лише 600 тис т. Скла здатні переробити близько 800 тис. т, переробляють — 350 тис. т. Папір і скло навіть імпортують, оскільки, як би це не звучало парадоксально, своєї сировини не вистачає. Так, паперу завозиться близько 340 тис. т, скла — 20 тис. т.

Варто зазначити, що означає адміністративна відповідальність це протиправна, винна (умисна або необережна) дія чи бездіяльність, яка посягає на громадський порядок, власність, права і свободи громадян, на встановлений порядок управління і за яку законом передбачено адміністративну відповідальність. Адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені Кодексом України про адміністративні правопорушення, настає, якщо ці порушення за своїм характером не тягнуть за собою відповідно до закону кримінальної відповідальності (ст. 9 Кодекс України про адміністративну відповідальність).

До адміністративної відповідальності за незаконне поводження з відходами можуть бути притягнуті громадяни України та посадові особи за такі правопорушення передбачені КУпАП: псування і забруднення сільськогосподарських та інших земель хімічними і радіоактивними речовинами, виробничими й іншими відходами (ст. 52); порушення вимог щодо охорони територіальних і внутрішніх морських вод від забруднення і засмічення (ст. 59, ч.1); забруднення і засмічення вод (ст. 59); пошкодження лісу стічними водами, хімічними речовинами, нафтою і нафтопродуктами, та іншими шкідливими викидами, відходами і покидьками (ст. 72); порушення правил складування, зберігання, розміщення, транспортування, утилізації, ліквідації та використання відходів (ст. 82); засмічення лісів відходами (ст. 73) тощо.

Щодо органів, уповноважених розглядати справи про адміністративні правопорушення в галузі поводження з відходами, відносять: заклади державної санітарно-епідеміологічної служби та органи, установи, які розглядають справи про адміністративні правопорушення, передбачені статтями 80, 81, 82 та 83 КУпАП (коли вони є порушеннями санітарно-гігієнічних і санітарно-протиепідемічних правил і норм). Від імені вище зазначених органів, розглядають справи про адміністративні правопорушення і накладають адміністративні стягнення в межах територій та об'єктів нагляду, визначених законодавством, мають право лікарі-гігієністи, лікарі-епідеміологи органів, установ і закладів державної санітарно-епідеміологічної служби; органи державного контролю за використанням та охороною земель розглядають справи про адміністративні правопорушення, пов'язані з порушенням законодавства у сфері використання та охорони земель (ст. 52 КУпАП); органи лісового господарства розглядають справи про адміністративні правопорушення передбачені ст. 73 КУпАП; центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику зі здійснення державного нагляду (контролю) у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення і охорони природних ресурсів розглядає справи про адміністративні правопорушення, передбачені статтями 52, 59, 59-1, 72, 73, 80-83, 91(ч.3). КУпАП.

Складати протоколи та накладати штраф за вчинення вище визначених адміністративне правопорушення відповідно до статті 242-1 КУпАП мають право Державна екологічна інспекція України та її органи на місцях, посадові особи, уповноважені на те виконавчими комітетами сільських, селищних і міських рад (частини 2 статті 255 КУпАП), а також, керуючись пункту 1 частини 1 статті 255 КУпАП, представники Національної поліції. Саме ж накладання штрафів на громадян і посадових осіб провадиться адміністративними комісіями при міській раді за протоколами, складеними уповноваженими на це посадовими особами. Отже, на даному етапі дослідження ми можемо підсумувати, що на законодавчому рівні незаконне поводження з відходами регулюється, і для кожного проступку зазначено покарання. Проте, в реальності ситуація з притягненням винних осіб до адміністративної відповідальності, в більшій мірі, є латентною, а кількість складених протоколів, на жаль, не відображають реальну ситуацію (наприклад, за 2019 р. — було складено 180 протоколів про притягнення до адміністративної відповідальності, а в 2020 р. — 240 відповідно).

Література:

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 № 8073-X // Відомості Верховної Ради України. 1984. Додаток № 51. Ст. 1122.
2. Про відходи : Закон України від 05.03.1998 № 187/98-ВР // Відомості Верховної Ради України, 1998. № 36-37. Ст.24.
3. Деякі питання Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 614. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/614-2020-%D0%BF#Text>

Азовцева К.С.
«Менеджмент персоналу», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.і.н., доцент кафедри політичних технологій Назарчук О.М.

ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ

Вступ. Одним з актуальних і перспективних напрямів досліджень у галузі інформаційних технологій є вдосконалення загальносистемного підходу до політичної сфери. Сутність її проблематики полягає у забезпеченні формування національної стратегії, міжнародної та внутрішньої політики, сприятливої законодавчої та суспільної атмосфери.

Метою даного проектного дослідження є аналіз засобів рекламних послуг, медіа стратегій, формування політичного іміджу та передвиборчої кампанії (PR-компанії, подкасти, блогери, політичні відео у соціальних мережах та ін.), їх вплив на формування проінформованого та активного суспільства та політичні способи маніпулювання свідомістю громадян. Оскільки головний суб'єкт у політиці — це люди (які голосують, організовують партії, вибори), то і основна мета застосування політичних технологій — це зміна поведінки людей у вигідний для політичного представника бік.

Досвід впровадження та використання інформаційних систем і технологій в інших країнах дає змогу говорити про великі потенційні можливості цієї сфери.

Методи дослідження. Головними методами дослідження був аналіз нововведених способів політичної комунікації та медіа технологій, цілей електронного уряду, концепцій і спостережень видатних політологів, іміджмейкерів і соціологів, їх бачення ситуації впливу за допомогою ЗМІ на свідомість громадян і стан сучасної політичної сфери на прикладі О. Шаброва, Ж. Сегеди та Б. Берелсона. Також висвітлено переможну стратегію «Зе!-маркетингу» В. Зеленського завдяки його зв'язкам із громадянами та формуванню вдалого політичного іміджу.

Огляд фахової літератури. Політолог О. Ф. Шабров у своєму доробку «Прикладна політологія і політичні технології» виділив методологічний, методичний і технологічний рівні використання політичних технологій: методологічний, який характеризує концептуальний підхід до дослідження та інтерпретацію його результатів, методичний — способи вимірювання, збір та обробка емпіричної інформації, моделювання і прогнозування та технологічний рівень, який передбачає сукупність прийомів і способів дослідження та реалізації його результатів у політичній практиці.

Як зазначає відомий французький іміджмейкер, Жак Сегеда, «політична реклама, замаскована під об'єктивну новину ...«стріляє» краще, ніж серія замовних публікацій». Саме тому сучасні м'які інформаційні технології роблять акцент на регулюванні інтенсивності розкрутки теми, на тому, як відбираються сюжети, хто дає інтерв'ю, які задаються питання, що виносяться на перший план, а які моменти згладжуються. Замість того, щоб прямо висловлювати потрібну точку зору, діють приховано, відбираючи, виділяючи і подаючи окремі елементи інформації. Незважаючи на «м'якість» нових інформаційних технологій, вони, безсумнівно, використовують прийом маніпуляції суспільною свідомістю. Американський соціолог Бернард Берелсон також зазначав, що певні види комунікації, привертаючи увагу аудиторії до певних тем, здатні чинити вагомий інформаційний вплив. У механізмі маніпулювання за допомогою ЗМІ виділяють три основні етапи інформаційного впливу. На першому етапі формується несистематизований і масштабний інформаційний потік, що регулярно направляється на обрані цільові аудиторії. На другому етапі, коли довіра до різноманітним інформаційним матеріалам стає відчутним, інформація починає носити вибіркового, дозованого характеру. На третьому етапі здійснюється розширений обмін інформацією зі «своїми» суб'єктами інформаційного поля і обмежується інформаційний потік для «чужих».

Результати дослідження. Серед нових комунікативних стратегій особливе місце займає Інтернет і поява та розвиток сучасних веб-ресурсів. Вони радикально змінили жанри і дискурси в політичній комунікації. Інтернет як публічний простір без кордонів дозволяє уряду озвучити, впровадити та оцінити результат прийнятих рішень, спираючись на громадську думку. Представникам опозиції інтернет-простір також дозволяє просувати ідеї в маси і знаходити прихильників для підтримки і реалізації своїх політичних установок.

Серед способів зв'язку політичних представників із суспільством, основним залишається public relations. Він відноситься до технологічного рівня та представляє розробку та впровадження техноло-

гічних рішень із проектування PR-компаній, у тому числі із конструювання політичного іміджу. Він створюється шляхом акцентування певних асоціацій в образі політика; він завжди пов'язаний з уявою; він створює реальну соціально-психологічну установку, що визначає поведінку людей по відношенню до лідера. Формуючи імідж політиків, ЗМІ привертають до нього увагу населення. Для того щоб образ політика не став звичайним, ЗМІ періодично представляють його з дещо іншої позиції, що часто знову привертає аудиторію. У цілому PR-технології націлені на принципову відмову від фальсифікації та передбачають наявність зворотного зв'язку реципієнта з комунікатором.

У даний час авторитетними джерелами інформації, в тому числі і в політико-комунікативному просторі стають також блогери і підкастер (запис медіа-файлів і їх розповсюдження в Інтернеті). Сучасна PR-спільнота розуміє ці нові засоби масової інформації як контент-керовану середу, використовувану для впливу на свідомість, а в подальшому і на поведінку ключових аудиторій. Не проходить і дня без залучення уваги аудиторії до політичного відео, викладеного в YouTube. Також популяризувалися телепередачі «Свобода слова», «Політика без правил» та ін. На додаток до блогів і подкастів важливо використовувати вебінари, веб-трансляції та RSS стрічки новин.

Для аналізу сучасних політтехнологій і методів впливу представників різних політичних сил був створений спецпроект Українського радіо «Еволюція виборця за підтримки» (за підтримки Міжнародного фонду «Відродження»). Отже, сильні соціальні медіастратегії можуть дійсно поставити партію (компанію, особистість, послугу і т.д.) поза конкуренцією і дати можливість розширення позиції лідерства для охоплення більш широкої аудиторії.

Існують також інші медіа технології покликані замінити пасивні форми політичних комунікацій, що сприяють формуванню проінформованого і активного громадянина: інтерактивні відео конференції глави держави (як за участю представників влади, так і з громадянами); пряме спілкування перших осіб держави з народом («Телеміст»); створення і ведення блогів та особистих акаунтів.

Висновки і пропозиції. Проведені за останні роки дослідження показали, що не тільки Інтернет сприяє створенню нових жанрів, а й існуючі жанри найчастіше змінюються, проходячи через це середовище. Створення електронного уряду (е-уряду) — важливий етап у подоланні бар'єрів політичної комунікації, створення єдиного демократичного центру впливу на прийняття рішень у відповідь на зростаючу необхідність залучення громадян у політичний процес.

Перемога В. Зеленського на виборах підтвердила тезу — Content is King. Він вловив настрої виборців, яким важливі не лише гасла, але ще й потрібно розуміти, які у кандидата цінності та настрої. Хоча Зеленський і не демонстрував знань економіки, але зумів стати лідером думок у поясненні всього, що пов'язане з політикою. А от створити цю довіру та сформувати образ чесного, непідкупного, патріотичного політика йому допоміг контент. А саме, серіал «Слуга народу», виступи «95 Кварталу», а пізніше — відеоканали в YouTube та Instagram.

Україна вже стоїть на порозі політичної технологізації, але досі потребує втручання можливості технологічного доступу населення до потрібних даних, бо не у всіх є можливість вільного доступу до Інтернету, збільшити і розповсюдити послуги, за допомогою концентрації зусиль держави і суспільства для створення загальнодоступних електронних ресурсів та забезпечення можливості отримання знань для покращення роботи політичного устрою. Основними причинами, які перешкоджають розвитку є нестача кваліфікованих кадрів і невідповідне відношення влади до досягнутих в радянські часи позицій, недовіра до прав інтелектуальної власності та занадто дорога і неякісна інфраструктура в країні. Це все гальмує розвиток інформаційних технологій.

Натомість, з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій розширилася можливість демократизації процесу узгодження політичних рішень шляхом включення до нього різних верств населення. Найближчим часом нас чекає концепція дорадчої (деліберативної) демократії, основна ідея якої — демократичне прийняття рішень, засноване на громадському обговоренні, шляхом діалогу громадян як один з одним, так і з представниками державного апарату.

Література:

1. Бебик В., Гонюкова Л. Політичний маркетинг і менеджмент в системі публічного управління: навч. посіб. Київ: НАДУ, 2019. 224 с.
2. Буцко Д., Соловей І. Телевізор VS соцмережі: як нові технології утверджуються в політиці — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukr.lb.ua/news/2019/05/02/425926_televizor_vs_sotsmerezhi_yak_novi.html
3. Зе!-маркетинг: 9 висновків, які кожен маркетолог повинен зробити з перемоги Володимира Зеленського — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://toplead.com.ua/ru/blog/id/marketing-zelenskogo-225/>
4. Як партії маніпулюють різними групами громадян — аналізують експерти [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukr.radio/news.html?newsID=88656>

ІСЛАМОФОБІЯ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ЯК ГЛОБАЛЬНЕ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

За кількістю послідовників іслам є другою, після християнства, світовою релігією. Загальна чисельність мусульман складає близько двох мільярдів прихильників. Вони мешкають більше ніж у 120 країнах. У 35 країнах вони становлять 95–99 % населення. В Україні станом на 2021 рік проживає близько двох мільйонів мусульман. Більшість українських мусульман залишилися на окупованих територіях Криму і Донбасу. У Криму близько 400 тисяч, у Донбасі — до 200 тисяч. Здебільшого це татари. У Криму — кримські татари, у Донбасі — татари волго-уральського регіону [1, с. 344]. Позиція українських мусульман сформульована у «Хартії мусульман України» [2].

Іслам — це наймолодша зі світових релігій і до того ж найполітизованіша. Сьогодні ісламський світ не без підстав позиціонує себе як впливову геополітичну силу, що обумовлено стратегічною локалізацією мусульманського Сходу, демографічним вибухом, його багатими природними ресурсами. Економіка мусульманського світу тісно пов'язана зі світовою, яка все ще залежна від «нафтової голки».

В умовах глобалізації ісламський світ переживає болісну трансформацію у зв'язку з викликом, кинутиим йому європейською цивілізацією. Демократизації мусульманських країн заважає головна особливість ісламу — збереження нерозривного зв'язку між релігійно-культовим, державним і суспільно-політичним життям. Відомий американський політолог С.Ф.Гантінгтон наприкінці 1990-х прогнозував конфлікт між Західним світом та Ісламським світом як зіткнення різних цивілізацій на релігійній основі.

Актуальність дослідження зазначеної теми обумовлена зростанням впливу фундаменталістської орієнтації, яка пропагує повернення до справжніх ісламських цінностей часів Мохаммада та перших пророків, а з іншого боку — формуванням й поширенням такого суспільного феномену як ісламофобія. Попри те що сучасному суспільству властиві гуманістичні тенденції, зокрема прогресування віротерпимості, проблема соціокультурного зіткнення християнських та мусульманських цивілізацій, окремих общин і груп на регіональному рівні не відійшла у минуле.

Метою дослідження є з'ясування політичних, соціокультурних і релігійних причин поширення ісламофобії у світі та можливих форм протидії цьому явищу.

Методологічну основу дослідження становлять методи класифікації й компаравістики. Основні аспекти ісламофобії аналізуються «в парі» з ісламським радикалізмом і тероризмом.

Значну увагу генезі ісламофобії, її форм, видів, проявів, каналів трансляції приділяли вчені К. Аллен, Е. Байраклі, П. Бергер, М. Вальзер, П. Готтшок, Г. Грінберг, Е. Саїд, Ф. Хафез та ін. На особливість та унікальність ісламської цивілізації, релігійний плюралізм, взаємовідносини ісламу та Заходу звертають увагу К. Армстронг, Р. Армур, Ф. Кардіні, Б. Льюїс. Щодо вітчизняних науковців, то проблеми міжнаціональних стосунків та різні аспекти ксенофобії в суспільстві розглядають А. Арістова, А. Колодний, О. Лавринович, Н.Латигіна, Лубський, С. Янковський, П. Яроцький, О. Ярош.

Результати дослідження. Попри існування широкого академічного ісламського дискурсу пересічні громадяни керуються здебільше власними уявленнями про цю віру і цивілізацію, знання підмінюються забобонами, страхами і домислами. Зауважимо, що впродовж століть ісламська політична і правова думка накопичила величезний набір досить суперечливих ідей і уявлень, неоднозначних трактувань, які асоціюються з сучасним радикалізмом й тероризмом. Йдеться про основи влади і права, статус іновірців, війну, допустимі методи політичної боротьби та ін. Зауважимо, що наявні в ісламських джерелах правила ведення війни або ставлення до іновірців склалися в початковий період становлення ісламу, його гострого суперництва з політичними та ідейними супротивниками. Деякі з них, вирвані з історичного контексту, в наші дні нерідко використовуються для виправдання політичного екстремізму, а відтак й до ісламофобії.

Ісламофобія не є новим явищем для європейського суспільства, її коріння сягає у глибину тривалої та складної історії відносин між Західною та Східною цивілізаціями. Сучасна глобалізація і міграційні процеси поставили проблему інкорпорації мусульман до європейської спільноти та її культури. На сьогодні залишається відкритим питання щодо того, як європейська ідентичність може представляти іслам та ідентичність численних мусульманських груп (пакистанці у

Великій Британії, турки у Німеччині, північноафриканці у Франції тощо) як елементи структури загальноєвропейської ідентичності. У цьому контексті здебільше йдеться про побутову ісламофобію.

Основною причиною поширення ісламофобських настроїв є традиційна нетолерантність мусульман до представників інших віросповідань, відкидання мусульманами гендерної рівності та несприйняття цінностей європейської культури. На тлі вкоріненої традиції протистояння ісламу та Заходу в нових умовах культурно-глобалізаційних зрушень ісламофобські настрої стають більш поширеними.

Упереджене ставлення до ісламу традиційно пов'язують із міжнародним тероризмом, однак переважна більшість мусульман не має відношення до тероризму. Релігійні закони ісламу не дозволяють умисне вбивство. Найчастіше, люди, що називають себе мусульманами і беруть участь у терористичних акціях, керуються не Кораном, а настановами тих ісламських авторитетів, які переслідують свої непристойні цілі. Варто ментально сепарувати іслам як релігію від численних терористичних організацій, які діють під гаслом «правовірного ісламу». Актуальним є виявлення в загальному потоці ісламських політичних ідей і теорій тих сил, які можуть збалансувати досить помітне зростання авторитарних і радикальних концепцій і створити дієву правову ситуацію для врегулювання регіональних конфліктів типу ізраїльсько-палестинського, кашмірського та багатьох інших.

Після терористичного атак 11 вересня 2001 року світ сколихнула ціла серія терактів, а з 2014 року вони стали найбільшою проблемою міжнародної спільноти. Однак іслам, як й інші світові релігії, стоїть на позиціях миру по відношенню до всіх людей, незалежно від їх релігійної, соціальної, політичної ідентичності.

Щодо класифікації ісламофобії, то варто зауважити, що виділяють такі різновиди ісламофобії, як політична, економічна, насильницька, культурна, соціальна ісламофобія, а також ісламофобію у медіа-просторі. Ми вважаємо, що останній вид є найнебезпечнішим, адже вплив ЗМІ на сучасне суспільство є надзвичайно високим. Більше того, продукування та гіперболізація негативних стереотипів, посилення антиісламських настроїв у суспільстві має негативні наслідки у соціумі і часто шириться на побутовому рівні.

Дослідивши ісламофобію у сув'язі з основними тенденціями регіонального й світового розвитку, ми дійшли висновку, що головною причиною ісламофобії є недостатня обізнаність суспільності щодо ісламу та його вірян, а також стереотипи, які пов'язують дану світову релігію із міжнародним тероризмом. Ми вважаємо, що боротися потрібно не з віруючими мусульманами, а саме із терористичними угрупованнями, які намагаються маніпулюючи релігією викликати жах у суспільства. Ми розуміємо, що усі релігії рівні між собою, а тому зобов'язані толерантно ставитися до кожної.

Література:

1. Латигіна Н.А. Іслам: шлях крізь століття : монографія . — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 360 с.
2. Іслам та українські мусульмани — наші сусіди на українській землі. URL: <https://medium.com/@geroldhistory/іслам-та-українські-мусульмани-наші-сусіди-на-українській-землі-4f861c50d4>
3. Лавринович О. Ісламофобія: генезис поняття та пошук дефініцій// Релігія та соціум. — 2017. — № 3-4 (27-28). — С. 94–103.
4. Ямпольська Г.С. Іслам і сучасний світ. — Харків: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2017. — 190 с.

Козелецька В.О., Залуцька А.С., Слободяник А.М.

«Міжнародна економіка», 3 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

*Науковий керівник — к.п.н., доц., доцент кафедри політичних технологій
Бульбенюк С.С.*

КОНСПІРОЛОГІЧНА КАРТИНА СВІТУ, АБО ЯК ВЛАШТОВАНА ТЕОРІЯ ЗМОВИ, ХТО ЇЇ СТВОРЮЄ І ЯК ВОНА ПРАЦЮЄ В ПОЛІТИЦІ

Вступ. Один із поширених і пізнаваних способів розуміння і пояснення соціальних і економічних процесів отримав назву «теорія змови» або конспірологічна теорія. Прихильники подібних теорій пояснюють найрізноманітніші події у політиці спрямованими зусиллями груп людей,

організацій і держав на реальні соціальні, економічні та політичні процеси, що виявляються задуманими за планом осіб, що мають надзвичайні здібності, ресурси для маніпулювання суспільством. Незважаючи на те, що конспірологія — це «наука про змови», проте, науковий її статус більш ніж сумнівний. Часто вона виступає в ролі псевдонауки, а її вадами є сенсаційність і відсутність перевірених фактів і використання для дезінформації. При цьому конспірологія виступає не як окрема дисципліна, а як складова частина історії, соціології, політології, політекономії і т. д. Тож, метою є на прикладі кількох теорій виявити єдині психологічні основи теорій змов та їх практичні наслідки, а також можливі способи їх використання. Актуальністю дослідження є дізнатися про психологічні витоки цього явища, а також вже сформовані і можливі способи його використання (в практиці прийняття політичних і соціально-економічних рішень, в кінематографі, в області пропаганди і т. п.).

Методи дослідження. Полягають в застосуванні порівняльного та історичного методу, використанні системного підходу, критично-аналітичного, синтезі, конкретизації та ситуативного методу.

Огляд фахової літератури. Актуальність вивчення проблеми конспірологічних теорій визначається науковцями та практиками: Спиридонова В.Ф. [1], Фурсова А.І. [2], Джиджорова Є. [3], Mosbey J. [4], Почепцова Г. [5], Umland A. [6].

Огляди літератури та соціальних мереж (інтернет-платформа YouTube) дозволили в повному обсязі дослідити виникнення теорії змов, її структурних рис, психологічний портрет особи, що є ініціатором її виникнення та роль конспірології і політиці.

Результати дослідження. Згідно австралійсько-британському історикові Ендрю Маккензі-Макхаргу, вираз «теорія змови» вперше з'явився на четвертій сторінці газети St. Louis Daily Globe-Democrat у випуску від 5 липня 1881 року і стосувалося до справи про замах на вбивство американського президента Джеймса Гарфілда. Майже через 60 років філософ Карл Поппер у другому томі роботи «Відкрите суспільство і його вороги» використовував схожий термін «змовницька теорія суспільства», і з того часу термін «теорія змови» став тісно асоціюватися з осмисленням світу сучасною людиною.

Академічні дослідження конспірологічних теорій і конспірології виявили набір їх характерних структурних рис: виникли на основі обмеженої, часткової або опосередкованої інформації; стосуються події чи процесу, що має велику історичну чи емоційну важливість; зводять складні моральні соціальні явища до простих, неморальних дій; персоніфікують складні суспільні явища, приписуючи їх результат впливовим особистостям-змовникам, приписуючи їм надлюдські здібності або ресурси; апелюють до «здорового глузду»; характеризуються встановленими логічними і методологічними хибами; генеруються і поширюються «сторонніми особами; зосереджуються на «все тих самих підозрюваних».

Люди, які вірять в теорії змов, мають такий психологічний портрет. Не важко здогадатися, що такі особи мають дитяче мислення, оскільки навколишнє середовище вони сприймають дуже спрощено. Найбільше в теорії змов вірять люди з параноїдальним мисленням. Вони схильні вважати заговори глобальним явищем, бачать змови в історії всюди. Третє пояснення вказує на можливий дефіцит способів розуміння і представлення реальності. Це означає, що носій такого образу світу бачить навколишню дійсність без нюансів, складних і неоднозначних зв'язків, володіє малим числом незалежних критеріїв для оцінки властивостей об'єктів і поведінки окремих особистостей, а також взаємовідносин у суспільстві. У будь-якому випадку конспірологічне мислення багато що пояснює і цілком охоплює «одним поглядом» картину соціально-політичних і соціально-економічних подій і процесів. Суб'єктивно в ній немає протиріч, «темних» місць і непрояснених питань. При цьому експериментальні психологічні дослідження дійсно виявляють, що якщо ви приймаєте одну теорію змови, то ймовірність того, що ви приймаєте ще й інші, різко зростає.

Загалом теорії змов поділяються на глобальні змови та малу конспірологію. Характерною рисою більшості глобальних теорій змов є заява про існування невідомого або малопомітного таємного товариства, створеного деякою групою людей з метою захоплення влади над світом. Глобальні теорії змови є одним з найефективніших інструментів маніпуляції масами в кризових суспільствах, хоча в невмілих руках такий інструмент може привести до абсолютно непередбачуваних наслідків. Це такі теорії: антикатолицька конспірологія — Попівська змова, антисемітська конспірологія — жидомасонська змова і жидо-більшовизм, інопланетна конспірологія, антимондіалістська конспірологія — Світовий уряд, ілюмінати, антибританська конспірологія.

Теорії малих змов дають іншу, відмінну від загальноприйнятої, трактування окремих історичних епізодів, залучаючи до пояснення таких подій різноманітні таємні наміри і сили. Це такі

теорії: змова спецслужб, змова «офіційної» науки, змова двійників, 1993 рік — Вбивця 24 людей стає президентом США.

Особливо потрібно виділити таку теорію змови, як виникнення коронавірусу, що набирає популярність саме зараз. Перша теорія — Коронавірус придумали в Пентагоні та ЦРУ, як біологічну зброю для того, щоб протистояти геополітичним суперникам США — китайцям і росіянам. З іншої сторони океану звинувачують китайських комуністів у тому, що вони придумали коронавірус, щоб ослабити весь світ і стати світовими господарями. І остання теорія — коронавірус був придуманий керівниками глибинної темної держави. Метою є доведення людей до стану критичної паніки з подальшою поголівною вакцинацією, чіпізацією, встановленням тотального контролю. Усі ці (та й інші) теорії об'єднує одне — вони не мають жодних підтверджень.

В українській історії було кілька великих подій, які дехто з політиків та інтелектуалів інтерпретує не через призму власної національної специфіки, а обґрунтовує, вдаючись до випробуваної теорії змов. Найпоширенішою серед православного населення була віра у всесвітню «єврейську змову». Або теорія про те, що українців має залишитись лише 17 мільйонів. Однією із найпоширеніших у сучасній Україні змовницьких теорій є твердження про те, що проти нас змовилися інші держави. Такий підхід є фальшивим уже в самій своїй основі, оскільки держави не змовляються, вони провадять внутрішню і зовнішню політику.

Не менш помітні теорії змови у царині політичної або ідеологічної пропаганди, де вони прямо викликають форми ефективного впливу, надаючи прості і зрозумілі аргументи, які легко впізнаються і приймаються найрізнішими реципієнтами. Скажімо, прекрасним зразком пропагандистського майстерності може бути «Історія ВКП (б). Короткий курс». Інтерпретація історії спирається на досить типову теорію змови: внутрішні вороги проти радянської влади.

Прикладом використання конспірологічних теорій у політиці може слугувати також створення виборчої ідеї висування чи кандидата. Теорії змови можна розглядати як форму або основу певної управлінської і політичної культури. У більш сильному випадку подібні механізми виявляються важливі і для прийняття відповідальних політичних рішень.

Висновки і пропозиції. Пристрій теорії змови дає ще один ключ до розуміння різнопланових процесів в економіці, політиці, освіті і т. д. Це поняття пропонує певну мову опису і спосіб розуміння складних суспільних процесів, виділяючи і підкреслюючи в них психологічні складові. В останні роки мова змови став цілком поширеним способом говорити про політику та економіку. З урахуванням викладеного теорії змови можуть ставати і реально стають не тільки інструментом, але й змістом сучасної політики. Теорії змови просто задають форми розуміння політичних і соціально-економічних процесів і, відповідно, підказують політикам форми поведінки.

Рациональні аргументи та висміювання за деяких умов можуть призводити до подолання конспірологічного мислення. Реальні змови викривають люди, які вірять у науковий підхід, за допомогою досліджень, зіставлення даних, пошуку твердих доказів або звичайних слідчих дій. Між наївністю і вірою в теорії змови є поле здорового скептицизму. Не варто вірити всьому, що вам говорять. Але при цьому потрібно спиратися на дані і докази. Звертати увагу на слабкості у власних гіпотезах і розглядати всю сукупність наявних даних. Потрібно визнати, що в багатьох випадках ми не знаємо і, можливо, ніколи не дізнаємося правди. Але примирення із тим, що ми не знаємо правди, це сильніша позиція, порівняно з вірою в необґрунтовані казки.

Література:

1. В. Ф. Спиридонов. Конспирологическая картина мира, или Как устроена теория заговора / В. Ф. Спиридонов. — Москва: Издавательский дом ДИЛО, 2019.
2. А.І. Фурсов. Конспірологія — весела і сувора наука або про те, що реальна влада — це влада проти всіх [Електронний ресурс] / А.І. Фурсов — Режим доступу до ресурсу: <http://spkurdyumov.ru/future/konspirologiya-vesyolaya-i-strogaya-nauka/>
3. Джиджора Є. Теорія змови як пропагандистська модель комунікації (як вишки 5 G пов'язані з коронавірусом та «вакцинами Білла Гейтса») / Євген Джиджора
4. Mosbey J. Conspirology: With the 2020 Election, Conspiracy Theory Moves to Center Stage / John Mosbey.
5. Почепцов Г. CONSPIROLOGY IS EVERYWHERE: FROM COVID TO ENEMIES OF THE PEOPLE. Part 1 — 2 / Георгій Почепцов.
6. Umland A. In Defense of Conspirology: A Rejoinder to Serhiy Kudelia's Anti-Political Analysis of the Hybrid War in Eastern Ukraine / Andreas Umland. // PONARS EURASIA. — 2014.
7. Nilitskaya Y. Five J, quarantine, vaccination. Is there a connection? [Електронний ресурс] / Yelena Nilitskaya — Режим доступу до ресурсу: www.youtube.com/watch?v=CiN7AGW3984.

СПЕЦИФІКА ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Мета дослідження. проаналізувати методи політичної реклами у світі та в Україні, визначити її склад, дізнатися більше про історію, охарактеризувати особливості сучасної політичної реклами.

Предмет вивчення. вплив політичної реклами на думку громадськості.

Постановка проблеми. Відомо, що зараз політична реклама є не лише невід'ємною складовою політичного процесу, а й усього нашого життя. Сотні іміджмейкерів працюють над створенням привабливих образів політиків та їхніх партій, задля впливу на думку громадськості. Особливо це стосується передвиборчих кампаній. Постійно нам пропонують благополуччя чи добробут у різних галузях тощо. Нам обіцяють змінити Україну на краще, підняти економіку, переглянути питання депутатської недоторканності. Але проблема не тільки в тому, чи насправді політикам у майбутньому, прийшовши до влади, вдасться це зробити. Питання в тому, чи повірять виборці політикам, оцінивши їхню рекламу.

Аналіз досліджень і публікацій з проблеми. Грунтові дослідження політичної реклами та її процесу, прояву її впливу на думки людей пов'язані з іменами здебільшого іноземних учених: Олександр Коппок, Сет Дж. Хілл, Лінн Ваврек, Седі Дінгфелдер. Окремим питанням дослідження проблематики політичної реклами у різний час присвячували свої праці вчені Н.А. Скрицька, Т.С. Шевченко, Н.О. Войтович та ряд інших дослідників, що свідчить про високу актуальність даної тематики.

Виклад основного матеріалу. Політична реклама стає все досліджуванішою сферою. Специфіка політичної реклами полягає, перш за все, в чіткій визначеності її завдань і предмету, в активному, «силовому» характері її комунікативної дії. Політична реклама — свого роду акумулятор стратегічних ідей і розробок рекламної кампанії, регулятор електоральної поведінки. Найдосконалішим сьогодні нам вбачається визначення, запропоноване А. Дейяном (його можна розповсюдити і на політичну рекламу): «Реклама — це платний, односпрямований і неособистий обіг, здійснюваний через засоби масової інформації та інші види зв'язку, що агітують на користь якогось-небудь товару, марки, фірми, якого-небудь підприємства, кандидата, уряду».

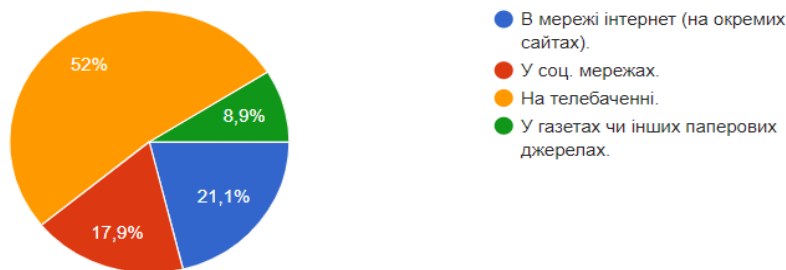
Сучасна політична реклама вирізняється такими характеристиками:

- товар, що рекламується, це людина або філософія, а не продукт чи послуга;
- тривалість політичної рекламної кампанії, як правило, обмежується визначеним часом;
- у політичній рекламі найгострішими проблемами є моральноетичні, бо успіх чи неуспіх політичної рекламної кампанії завжди має далекосяжні наслідки для великих груп людей;
- створення іміджу політику або політичній партії треба починати задовго до початку виборчої кампанії.

Висвітлення проблеми дослідження в сучасній Україні. Рекламна діяльність, у тому числі політична реклама, регламентується перш за все Конституцією України, Міжнародним кодексом рекламної практики та законами, а саме: ЗУ «Про інформацію» ЗУ «Про рекламу», ЗУ «Про вибори народних депутатів». Ці закони містять статті, які у повному обсязі або дотично стосуються сфери рекламної діяльності.

Вимоги, вміщені у Міжнародному кодексі рекламної практики від 2 грудня 1986 року, поширюються на всі види реклами, в тому числі іміджеву рекламу. Оскільки політична реклама є саме цим видом, адже вона спрямована на формування позитивного вигляду політичної сили, існують стандарти етичної поведінки, яких повинні дотримуватися всі сторони рекламної практики: рекламодавці, виробники реклами, ЗМІ.

Основні результати проведеного дослідження. У результаті успішного дослідження, проведеного між людьми різного віку. 53,7 % — 18-25 років, 26,8 % — до 18 та 19,5 % — 25+. Найчастіше траплялася сучасна політична реклама опитуванням та телебаченні.

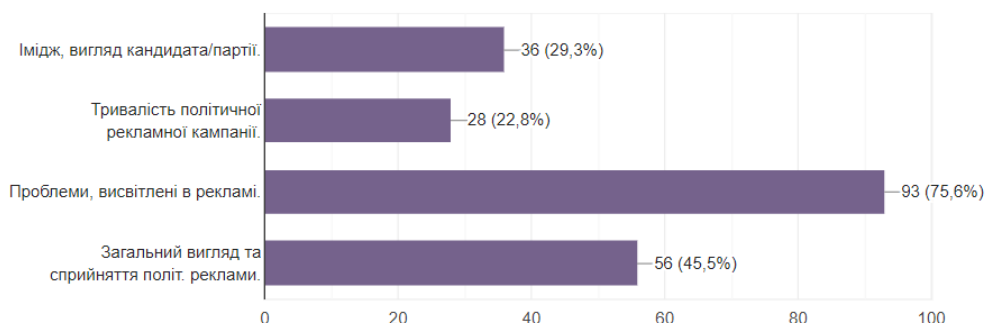


57,7 % визначило, що ця реклама була досить надокучливою. 48 % опитаних людей вважають, що важливіше, політична програма кандидата чи партії, ніж вигляд їхньої реклами. Проте, 30 % відповіли, що реклама має бути якісно зроблена, щоб вони звернули на неї увагу. І 20 % байдуже на якість та вигляд політичної реклами.

Було визначено також:

На які фактори та особливості реклами ви б зважали перед вибором?

123 відповіді



Актуальність результатів проектного дослідження полягає в тому, що тут розглянуто зміну поглядів та вподобань опитаних різних вікових категорій щодо політичної реклами, а також, як варто змінювати вигляд та якість, на що люди звертають увагу, переглядаючи рекламу в цій сфері в Україні загалом. Ми вважаємо, що на це треба звертати увагу як розробникам політичної реклами, так і вченим.

Висновки та пропозиції. Політична реклама стала уже дуже важливою у нашому суспільстві. Численність кандидатів, їхніх партій і політичних програм ставить у ступор виборців. У виправленні цієї ситуації і полягає основне завдання політичної реклами: спростити складні політичні концепції і програми, взявши з них лише найпотрібніше, перекласти нудні тексти мовою емоцій на мову гасел, девізів, передвиборних слоганів, закликів та символів.

В Україні немає окремого закону щодо вимог до політичної реклами, тому її роблять по аналогії до звичайної. В ході проведення дослідження виявилось, що є кілька критеріїв, що не задовільняють більшість опитаних, наприклад, вміст реклами різних виборчих кампаній. В одній партії це є розповідь про плани, вже досягнуті цілі, а в іншій — інколи пусті балачки або лише висвітлення негативу в опонентів.

Отже, актуально та просто необхідно розвивати таку сферу, як політична реклама в Україні за прикладами інших країн. Зокрема, орієнтуючись на особливості цієї реклами та інтереси аудиторії.

Література:

1. «Політична реклама як невід’ємна складова виборчого процесу» / М.С. Гурицька. // Політологічні записки. 2013. № 7. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_24
2. «Актуальні проблеми правового регулювання політичної реклами як форми передвиборної агітації» / Сус М.С. // 2018. Юридичний науковий електронний журнал.
3. Шовкун І.В. «Політична реклама як комунікативний процес», автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / І.В. Шовкун; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. 17 с.
4. Особливості політичної реклами як елемента комунікативного процесу / О. Шпортко // Політичний менеджмент. 2007. № 6. С. 96–105.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ВІДЕО-ПЛАТФОРМ НА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-ЦИВІЛІЗАЦІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ

Вступ. Проблемою дослідження є розгляд питання щодо формування нових культурних цінностей та інтернет-залежності завдяки впливу соціальних мереж і відео-платформ у молоді. Для огляду використовувались популярні програми — TikTok, Instagram та YouTube. Тому метою роботи є дослідження наявного впливу позитивних і негативних факторів популярних платформ на формування цінностей, їх динаміка, у порівнянні з минулими роками та доведення думки, що Інтернет-ресурси є потрібною, але не найважливішою частиною життя. А час, коли знання цінувалися понад усе, на жаль, минув, тому, що Інтернет знецінив їх своєю доступністю. Тепер настала ера інформаційної гігієни, коли найважливішим стало вміння зберігати концентрацію, що не розхлюпує інтерес, утримує увагу на завданні. Щоб позбутися залежності, кожна людина має фільтрувати потік інформації, що надходить, ретельно відбирати те, чому ми присвячуємо свій час. Технології повинні працювати на нас, а не ми на них. Саме актуальність і полягає у тому, що наше життя буквально проходить у віртуальному просторі (зараз середньостатистичний користувач Інтернету щодня проводить онлайн 6:43 годин [1]). Реальне життя набагато цікавіше екрану навіть найдорожчого телефону, але багато хто з нас сам обмежує собі світ. І справа не завжди в особистих уподобаннях, адже соціальні мережі мають властивість затягувати глибше і глибше. Без них наше життя здається неповноцінним, там багато «друзів», нової інформації і знайомств. Через інтернет простіше сказати про свої проблеми, донести їх до «потрібних» людей без необхідності реальної зустрічі, хвалитися своїм місцеперебуванням і спостерігати реакцію інших. І вже на даному етапі така залежність є глобальною проблемою, яка потребує вирішення.

Методи дослідження. У даній науковій роботі використовувались такі методи: історико-логічний метод (при дослідженні культурних цінностей давніх цивілізацій), метод аналізу (використовувався для аналізу інформації в цілому, а також для написання висновків), методи порівняння, аналогій, спостереження (при дослідженні сучасних цінностей молоді з впливом популярних платформ — TikTok, Instagram та YouTube), метод теоретичного узагальнення (при формуванні висновків дослідження).

Огляд фахової літератури. Вивченням впливу соціальних мереж і відео-платформ займалися як зарубіжні (Вальтер Дж., Турен А., Ван дер Хейда Б., Кім Дж.), так і українські вчені (Скоробагаська О., Данько Ю., Литовченко І., Гончарук В., Белінська О.). Вони розглядали проблеми, які виникають в процесі користування Інтернет-мережами, спілкування в соціальних мережах, плюси та мінуси сучасної комунікації, аналізували інтернет-залежність, діяльність молоді у месенджерах та формування компетенцій у використанні сайтів. Особливу увагу приділяли соціальним та психологічним становленням особистості, прикладом є праці Городецької О., Глуценко С., Іванов М.. З даних робіт можна зробити висновок, що роль інтернету в житті людини стає все більш значущою.

Проблему Інтернет-залежності досліджували: В.А. Бурова, А.К. Голдберг, О.С.Мартінова, Л.А. Роберт, К.С. Янг. В.А. Бурова, вважає Інтернет-залежність патологією XXI століття і, також, вона вивчає механізми формування Інтернет-залежності [2]. О.С.Мартінова розкриває якості Інтернету, а саме: анонімність, доступність, невидимість, безпеку, які наносять непоправну шкоду підліткам і молоді [3].

Результати дослідження. Культурні цінності — фундаментальні світоглядні засади життєдіяльності будь-яких людських спільнот та їхні історичні, інституційні форми й обсяги: від великих культур давнини і сучасності, від країн чи регіонів, носіїв цих культур до виокремлених у них осередків, етнічних, соціальних, релігійних груп і середовищ [5].

У давніх цивілізаціях культурними цінностями вважались — життя, релігійна система, Бог, людські риси. Безперечно, усі витоки сучасних цінностей беруть початок щеу давні часи, але з урахуванням стрімкого розвитку ігор, сайтів і програм, вони зазнали змін. Позитивний вплив соціальних мереж та Інтернету: будь-яка людина може знайти цікавий для себе контент; єднання поколінь для розвитку своїх акаунтів; підтримка освітніх проєктів; популяризація україномовних тітокерів і блогерів, які підтримують нашу культуру та історію; пропаганда важливих проєктів

(бодіпозитив, відмова від шкідливих звичок); змога легко знайти потрібну інформацію у вигляді статті чи відео.

Негативний вплив соціальних мереж та Інтернету: низькосортний продукт потрапляє в рекомендації, а цікавий контент залишається без уваги; алгоритми сучасних програм висувують однотипний контент; молодь виносить проблеми з особистого життя на загальний огляд; пропаганда негативних тенденцій (групи смерті, небезпечні для життя вчинки); зменшення спілкування між молоддю; погіршення стану здоров'я.

Однак, визначити однозначно, позитивним чи негативним є вплив соціальних мереж на людину є практично неможливим. З одного боку, формується глобальна електронна спільнота, подолано часову та просторову ізольованість окремих культур та народів. З іншого боку, формується реальна небезпека уніфікації культур, руйнування етнічної самобутності. Таким чином, постіндустріальний розвиток світу призводить до необхідності адаптації традиційної культури до вимог сучасних глобальних зв'язків, що дозволить народам зберегти свою самобутність. У різних країнах йде пошук компромісу між формами модернізації і власною самобутністю культур, між співвідношенням їх диференціації і інтеграції [4].

Я погоджуюсь з думкою, що неможливо однозначно визначити вплив соціальних мереж на молодь, але безперечно проблема Інтернет-залежності існує. І саме її потрібно вирішувати в першу чергу. Для того, щоб зменшити години проведення у соціальних мережах, я пропоную насамперед проаналізувати і зрозуміти, чому людина вибирає онлайн-світ замість реального? Це можуть бути проблеми в сім'ї, на роботі чи навчанні, нещасливе кохання або нестача уваги, невпевненість у собі чи відсутність друзів. Якщо буде знайдене слабке місце, то необхідно зробити все, щоб його усунути. Також потрібно навчитись контролювати час роботи за комп'ютером чи в телефоні. Потрібно робити перерви на їжу, сім'ю, прогулянки чи принаймні зарядку і відпочинок. І звичайно потрібно заповнити свій вільний час чимось цікавим і корисним.

Висновки і пропозиції. Ми живемо у ХХІ столітті. Столітті, коли вже є все, здавалось би, для ідеального життя. Однак дуже багато свого час ми витрачаємо на соціальні мережі. Вибираємо онлайн-світ, замість реального. Таким чином, конструюється новий тип соціального індивіда — *Homo virtualis* — людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури [6].

Дійсно, сучасне життя — інше. Часи змінюються і змінюються стандарти. Хоча цінності, які проникають через мережу, нас також вчать взаємодопомозі та патріотизму; вмінно ставити мету і цілі, мріяти про прекрасне, кохати і бути коханими; прагнути до миру та перемоги; прагнути до власного добробуту та створення родини. Усі важливі цінності залишилися майже незмінними. Отже, від того, як ми вміємо акцентувати на потрібній інформації, критично її аналізувати, розставляти пріоритети і залежить формування цінностей. Шлях до прагнень здійснення бажань сучасною молоддю, завдяки Інтернет ресурсам є потрібною, але ненайважливішою частиною реального життя. Метою для нашого покоління має бути потреба переключитись і захопитись чимось іншим, крім інтернету, і тоді нове хобі допоможе впоратись з проблемою. Молоді потрібно зрозуміти, що реальне життя у сотні разів краще, ніж віртуальне, що важливіше проводити час з рідними, ніж постійно (без потреби) гортати стрічку соціальних мереж.

Література:

1. UKRINFORM: долідження «До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж», 2020. Електронне джерело [веб-сайт] URL: <https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitu-bude-koristuvacami-socmerez.html>
2. Бурова (Лоскутова) В.А. Інтернет-зависимость — патология ХХІ века / В.А.Бурова (Лоскутова) // Вопр. ментал. медицины и экологии. Москва — журнал: «Вопросы ментальной медицины и Экологии» — № 1. — С.11–13.
3. Мартынова О.С. Критерии оценки Интернет-зависимости / О.С.Мартынова // Психотерапия и консультирование. Генезис — М., №3. — С. 27–30.
4. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: РІЗНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ, 2017. Електронне джерело: https://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it_law_berkiy_Social_networks_and_there_involves/
5. В.Л. Скуратівський. Культурні цінності, 2016 // Енциклопедія Сучасної України: електронна версія [веб-сайт] URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=51489
6. Городецька.О. Вплив соціальних мереж на розвиток та соціалізацію особистості. [Електронний ресурс]

ПЛАТФОРМА 3
ПРАВОРОЗУМІННЯ, ПРАВОТВОРЧІСТЬ ТА ПРАВОРЕАЛІЗАЦІЯ
В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Гаряча А.О.
«Міжнародна економіка», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент, доцент кафедри
теорії та історії права Шаркова І.М.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТРУДОВОГО ПРАВА: ЕЛЕКТРОННА ТРУДОВА КНИЖКА

Трудова книжка є одним із найважливіших особистих документів у нашій країні. Цей документ показує трудову діяльність працівника: засвідчує час роботи на тій чи тій посаді та підтверджує загальний стаж для пенсійного забезпечення згідно зі ст. 48 Кодексу законів про працю України [1]. Актуальність досліджуваної теми полягає в необхідності вивчення проблемних питань впровадження електронних трудових книжок, початкових етапів користування та обігу цифрової документації, виходячи з реалій сьогодення. Більшість документації в Україні? та в світі загалом, переходить на цифровий формат, і зовсім не дивно що дійшла черга і трудових книжок. Таке нововведення неабияк полегшить життя громадянам, але чи це дійсно так? Постають багато суперечних запитань, і тому думки фахівців розходяться. І тому, метою цієї роботи є аналіз усіх «за» та «проти». Ведення, зберігання та обробки цифрових даних.

Для досягнення мети та виконання поставлених у роботі завдань застосовано такі методи дослідження — метод індукції та дедукції, методи аналізу та синтезу, методи порівняння, узагальнення та систематизації.

Серед науковців, фахівців з трудового права, які розглядали питання трудової книжки, актуальність ведення та обігу трудових книжок слід виділити Войналович А.П., Дмитренко Ю.П., Репецьку І.П., Наньєву М.І.

Ще дуже мало фахівців досліджували проблеми введення електронних трудових книжок, однак можна зазначити Саморукова О.В., Шапошнікова І.В.

Трудова книжка — це документ установленого зразка, в якому записані відомості про стаж роботи, нагороди, заохочення кожного працівника. Заповнення трудових книжок, вкладок до них, видача трудової книжки в разі звільнення, видача дубліката трудової книжки, розрахунки, умови зберігання та обліку трудових книжок регламентує Інструкція про порядок ведення трудових книжок на підприємствах, в установах і організаціях, затверджена наказом Мінпраці, Мінюсту, Мінсоцзахисту від 29.07.1993. року № 58 зі змінами від 26.03.1996 року № 29 [2]. Майже в усіх західних країнах діє електронне ведення трудової книжки, яке набуло чинності десятки років тому. Однак в Україні таке нововведення набуде чинності лише за кілька місяців. І тому представлення Законом нової форми обліку трудової діяльності у формі електронних трудових книжок викликає чимало запитань і суперечностей. На думку Владислава Волинця, «ідея скасування трудових книжок в тому вигляді, в якому вони є зараз, не нова і обговорюється давно. Ця ідея відмінно вписується в загальний тренд дерегуляції та сучасні способи зберігання інформації та отримання доступу до такої інформації. Така відміна повинна дозволити бізнесу і державі не витратити додатковий час і ресурси на адміністрування трудових книжок, в тому числі не наймати відповідних фахівців» [3].

Отже, почати слід із того, що відомості до електронної трудової книжки будуть вноситися у реєстрі застрахованих осіб Державного реєстру загальнообов'язкового державного соціального страхування. І тому варто буде лише внести дані паперової книжки до відповідного інтернет-ресурсу [4]. Протягом п'ятирічного терміну Пенсійний фонд України вноситиме відомості до Реєстру про трудову діяльність працівників. Однак, можуть виникати й проблеми. Наприклад, якщо виявлена помилка у записі ПІБ чи даті народження. Такий бланк трудової книжки вважають зіпсованим, складають акт на його списання та оформляють трудову на іншому бланку. Якщо помилився попередній роботодавець — працівнику необхідно звернутись до нього для виправлення помилки. В разі ліквідації попереднього місця роботи, виправити ситуацію необхідно в судовому порядку. Хотілося б зауважити, що виправляє помилку роботодавець, який її припустився. Роботодавець за новим місцем роботи зобов'язаний надати працівнику в цьому необхідну допомогу. Якщо підприємство, яке зробило неправильний чи неточний запис, ліквідоване, відповідний запис робиться правонаступником, а в разі його відсутності — архівом.

Так як у нашій країні практики використання цифрових засобів для ведення трудових книжок ще не було, то можна лише проаналізувати зручність і безпечність зберігання даних на електронних платформах. І тому, з приводу захищеності даних виникає дуже багато запитань, які є досить актуальними. Але, на жаль, на даний час держава не може дати таких гарантій. Однак, у лютому 2021 року уряд ухвалив рішення про створення Національного центру резервування державних інформаційних ресурсів (постанова № 94). Створення захищеності та безпеки є основним у впровадженні електронних трудових книжок [5].

Хотілося б зазначити деякі недоліки впровадження електронних трудових книжок. А саме:

- відсутність єдиної, уніфікованої, захищеної бази;
- брак коштів для створення сучасних потужних «інформаційних реєстрів»;
- низька залученість роботодавців до електронного формату співпраці;
- неповна / слабка захищеність персональних даних працівника в базі;
- електронний реєстр не показує, за якими статтями здобувач звільнявся;
- перехід від солідарної до накопичувальної пенсійної системи з юридичної точки зору;

На думку деяких експертів, через кілька років після впровадження електронних трудових книжок Пенсійний фонд повинен вимагати від роботодавців оцифровування всіх паперових трудових книжок. Тобто всіх трудових книжок до 2000 року та внесення всіх даних до реєстру, завіривши електронним підписом кадровика. Це відбудеться з метою захисту від шахрайства, бо, як ми знаємо, купівля трудових книжок зараз є загальнодоступною і внесення до них запису з печаткою до 2000 року не є проблемою.

Підсумувавши сказане можна виокремити і позитивні наслідки електронних трудових книжок. Насамперед:

1) зміни допоможуть усунути можливі ризики та негативні наслідки втрати трудової книжки, її фізичного пошкодження;

2) зникнуть судові спори щодо невручення трудової книжки в момент звільнення. Оскільки після введення електронної книжки у роботодавця має зникнути обов'язок вручати її звільненому працівнику;

3) спрощення ведення. Створюється зручніший механізм ведення документації в електронному вигляді, що буде спрощувати заповнення та зберігання цих документів;

4) неможливими мають стати судові позови у разі, коли несумлінний працівник сам ухилювався від отримання документу;

5) стане простішим процес прийняття на роботу та звільнення.

6) від так, не можливим буде фальсифікації та внесення недостовірних відомостей до цього документа

7) для отримання пенсії не потрібно буде збирати пакет документів — всі відомості вже будуть у реєстрі [6].

Отже, приводом до введення електронних трудових книжок було багато чинників, які пов'язані з цифровізацією нашої держави. Основні з них це перспектива автоматичного призначення пенсії та ряд інших переваг, таких як зменшення витрат роботодавців на ведення паперового документообігу та спрощення доступу до інформації про набутий стаж працівників для призначення виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням, насамперед у випадку тимчасової втрати працездатності. Порівнявши всі «за» та «проти», можна дійти висновку, що в наш час дане впровадження є досить розумним рішенням. Серед переваг такої реформи — економія коштів, заощадження часу, спрощення ведення, швидке вирішення проблеми втрати трудової книжки. Також це полегшить процес прийняття на роботу та звільнення. Однак, існує і ряд недопрацювань. Ось наприклад, недоліками скасування традиційних трудових книжок є відсутність єдиної, уніфікованої, захищеної бази, низька залученість роботодавців до електронного формату праці, незавершеність законопроекту.

На нашу думку, такі незручності будуть врегульовані за кілька років. Для повного налагодження процесу цифровізації нам слід перейняти досвід розвинених країн, які вже десятки років використовують електронні трудові книжки.

Література:

1. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 р. №322-VIII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>.

2. Войналович А.П. Трудова книжка — паспорт працівника / В.Г. Сірук., А.П. Войналович. К. : Алерта, 2011. С. 211.

3. Іщенко А.О. Електронна трудова книжка замість паперової: головні плюси і мінуси нововведення. Коментар Владислава Волинця. URL : <https://buhgalter.com.ua/news/kadrova-sprava/elektronna-trudova-knizhka-zamist-paperovoyi-golovni-plyusi-i-minusi>.

4. Реєстр застрахованих осіб Державного реєстру загальнообов'язкового державного соціального страхування. URL : <https://www.pfu.gov.ua/poslugi/gotuyus-do-pensiyi-zastrahovanyim-osobam/reystri-zastrahovanih-osib/>.

5. Про реалізацію експериментального проекту щодо функціонування Національного центру резервування державних інформаційних ресурсів : Постанова Кабінету Міністрів України від 08.02.2021 р. № 94. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94-2021-%D0%BF#Text>.

6. *Кудиба З.К.* Електронна трудова книжка: плюси та підводні камені новації. URL : <https://thepage.ua/ua/experts/elektronna-trudova-knizhka-plyusi-ta-pidvodni-kameni>.

Макєєва Є.Ю.

«Маркетинг», 2 курс

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри теорії та історії права Власенко В. В.

ЕЛЕКТРОННА ТРУДОВА КНИЖКА ЯК ОБ'ЄКТ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ПРАВОВІ ПИТАННЯ

Впродовж останніх років ми спостерігаємо потужне зростання технологічного прогресу, проте саме з 2020 року цифровізація почала неймовірно стрімко зростати. Однією з причин стала пандемія коронавірусної хвороби 2019 (COVID-19), оскільки весь світ, бажав він того, чи ні, був змушений негайно перейти на дистанційну (онлайн) комунікацію, заради безпеки життя кожної людини. Не оминула цифровізація і трудове законодавство. Тривалий час обговорювалися питання щодо заміни паперового документообігу на електронний. Деякі підприємства та установи почали впроваджувати такі ідеї в свою роботу.

10 березня 2021 року Президентом України Володимиром Зеленським підписано Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі» [1], який ухвалений Верховною Радою України 5 лютого цього ж року. Положення цього Закону набудуть чинності з 10 червня 2021 р.

Упродовж багатьох років в Україні намагались ввести електронну трудову книжку, проте спроби виявлялись невдалими, хоча частково на порталі Пенсійного фонду України (далі — ПФУ) така інформація присутня. Наразі, ми можемо спостерігати впровадження положень Закону України, який через деякий час має зробити якомога зручнішим процес користування трудовими книжками. Виходячи з цього постають такі питання: «Що зміниться із набранням чинності даного закону? Чи є електронна книжка більше ефективною та зручною за звичайну паперову? Як швидко втілять даний закон у реальність? Які переваги та недоліки у введенні електронної трудової книжки?». Саме ці питання сформуливали мету нашого дослідження. Крім того, як показує досвід, користування інформацією в електронному форматі стає все детальніше зручнішим і електронна трудова книжка є не менш важливим об'єктом вивчення у сфері цифровізації.

Методами нашого дослідження є: метод спостереження — щодо процесу переходу трудової книжки з паперової на електронну; метод порівняння та аналізу — щодо можливих переваг, недоліків та суперечностей паперової та електронної трудової книжки; метод узагальнення — щодо фіксування загальних ознак і властивостей трудової книжки як об'єкту цифровізації та висвітлення основного в цьому питанні.

В юридичній літературі питання застосування трудових книжок висвітлювалися у наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених, зокрема: Н.Б. Болотіної, С.В. Дрижчана, С.М. Прилипко, А.А. Хохлова, Н.І. Ядевич та інших. Проте комплексних досліджень електронної трудової книжки немає.

Електронна трудова книжка — це цифровий аналог паперових трудових книжок, у якій відображатиметься повна інформація про стаж, яка наявна в паперовій книжці.

У процесі дослідження цієї теми виявлено, що Україна разом із Російською Федерацією залишаються єдиними державами пострадянського простору, де система обліку трудової діяльності працівника досі базується на все тих же паперових трудових книжках. Водночас у Латвії, Литві, Естонії, Болгарії трудові книжки на паперових носіях уже тривалий час як замінені обліком в електронному форматі в реєстрах страхового стажу. Наприклад, в Австрії, Італії та Франції використовується електронна система страхових полісів. В інших країнах, зокрема, США, вже близько двадцяти років діє електронна пенсійна система. Практика свідчить, що жодна з цих країн не повернулася до трудових книжок, тому доволі чітко вбачається, що Україні також варто поступово відмовитися від документу в паперовій формі та врахувати сучасні тенденції обліку трудової діяльності [2].

Прийняття Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі» передбачає п'ятирічний перехідний період для повного переведення трудових книжок в електронний формат. Упродовж цього часу можна використовувати як паперову, так і електронну трудову книжку. Усі відомості про працівника будуть внесені до Державного реєстру загальнообов'язкового державного соціального страхування. Крім того, запроваджується можливість автоматичного призначення пенсій на підставі електронних даних з електронної трудової книжки. Проте введення електронної трудової книжки не забороняє внесення до паперової книжки відомостей про прийняття на роботу, переведення та звільнення.

Ще одним важливим напрямом є запровадження з 1 листопада 2021 р. функціонування Національного центру резервування державних інформаційних ресурсів [3], який займатиметься забезпеченням безперервності роботи державних інформаційних ресурсів, резервним копіюванням інформації, забезпеченням надійного функціонування серверів, системи зберігання даних та контролю за ними.

Проблемним залишається питання захисту електронних даних, адже система електронних трудових книжок ще не почала працювати на повну потужність і немає можливості оцінити усі ризики, які можуть виникнути. На думку провідного експерта соціальних програм Центру Разумкова О. Пищуліної, підстав для хвилювання щодо того, що електронні дані будуть не належним чином захищені — немає. Експерт обґрунтовує таку позицію тим, що сьогодні діють електронні паспорти та електронні гаманці, дані яких зберігаються в захищених реєстрах і власник може постійно перевіряти й контролювати їх. Таким же способом буде захищено інформацію електронної цифрової книжки [4].

Позитивним аспектом саме такого способу переходу до електронного обліку трудової діяльності вважається й те, що від роботодавця не вимагається значної підготовки — потрібно забезпечити уповноважену особу кваліфікованим електронним підписом для внесення потрібних скан-копій до Державного реєстру. Значні переваги матиме запровадження електронного обліку трудової діяльності і для працівників. Завдяки автоматизації такого процесу як нарахування пенсії, їм не доведеться зайві рази звертатися до ПФУ чи інших державних органів. Крім того, автоматизація передбачає зменшення кількості документів, необхідних для надання в різні держструктури при оформленні виплат. Крім того, працівник завжди зможе переглянути свої електронні документи.

Також є переваги і для державних органів. Зокрема, ведення обліку трудової діяльності в електронному вигляді спростить доступ до інформації про набутий стаж працівників для призначення виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням, наприклад, у випадку тимчасової втрати працездатності. Окрім того, врахування даних стосовно освіти та кваліфікації, яку має працююче населення та отримують молоді люди, сприятиме забезпеченню узгодження пропозицій, що існують на ринку праці, та плануванню підготовки (перепідготовки) фахівців за актуальними напрямками.

Проаналізувавши проблематику цієї теми, можна зазначити, що недоліків в електронній трудовій книжці майже немає. Адже вони дійсно спрощують та роблять комфортнішим користування певною інформацією та вберігають від шахрайства. Приводом для введення електронних трудових книжок стали кілька чинників, які пов'язані з цифровізацією нашої держави. До них відносимо: перспективу автоматичного призначення пенсії; зменшення витрат роботодавців на ведення паперового документообігу; спрощення доступу до інформації про набутий стаж працівників для призначення виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням. З точки зору техногенного процесу в Україні — електронні трудові книжки роблять свій певний чималий внесок у цифровий світ — тим самим полегшують життя їх користувачам.

На нашу думку, потрібно завчасно знайти проблеми, які можуть виникнути під час користування електронною трудовою книжкою та усунути їх задля максимально якісного використання. Адже, як згадано вище, недоліків у застосуванні майже немає, а навпаки дана інновація усуне всі проблеми, які виникали та могли виникнути під час користування паперовою трудовою книжкою.

Література:

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі : Закон України від 05.02.2021 р. № 1217-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1217-20#Text> (дата звернення: 05.05.2021 р.).
2. Савчук В., Пеньковська С. Електронні трудові книжки: надія є? *Юридична газета*. №21 (727). URL : <https://yur-gazeta.com/publications/practice/trudove-pravo/elektronni-trudovi-knizhki-nadiya-e.html>.

3. Про реалізацію експериментального проекту щодо функціонування Національного центру резервування державних інформаційних ресурсів : Постанова Кабінету Міністрів України від 08.02.2021 р. № 94. URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-realizaciyu-eksperimentalnogo-proektu-shchodo-funkcionuvannya-nacionalnogo-centru-rezervuvannya-t80221>.

4. Електронна трудова книжка: що це означає для працівників і працевластувачів. URL : <https://www.dw.com/uk/elektronna-trudova-knyzhka-shcho-tse-oznachaie-dlia-pratsivnykiv-i-pratsedavtsiv/a-56787375>.

Мороз А.Ю.,
«Право», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач
кафедри теорії та історії права Маркарян М.В.

ПРАВОТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМІТЕТУ З ПИТАНЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА МІНІСТЕРСТВА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Діджиталізація — це не просто динамічний процес цифрових змін, а й новий виклик для органів державної влади та законодавства, яке має врегульовувати даний бік державної політики та суспільних відносин.

Наразі з цим викликом інновацій передусім має справу Міністерство цифрової трансформації України та Комітет з питань цифрової трансформації Верховної Ради України. Існування зазначених державних органів пов'язане зокрема зі стрімким процесом діджиталізації.

Метою цієї роботи є з'ясування особливостей формування Міністерства цифрової трансформації та Комітету з питань цифрової трансформації, їхніх повноважень, та зміст правотворчої діяльності в контексті діджиталізації.

Методологічну основу дослідження становлять прийняті в юридичній науці методи наукового дослідження, зокрема такі: логічний метод, абстрагування й узагальнення, аналізу і синтезу, формально-юридичний, системний, структурно-функціональний.

У процесі написання цієї роботи передусім було здійснено аналіз вітчизняного законодавства та огляд офіційних веб-сайтів досліджуваних органів державної влади. Серед доктринальних джерел було опрацьовано праці Ганни Жосан і Віктора Щербака.

Передусім зауважимо, що Міністерство цифрової трансформації України є доволі «молодим». Зокрема, Міністерство було створено 2 вересня 2019 року шляхом реорганізації Державного агентства з питань електронного урядування з подальшим перетворенням. Це перетворення відбулося на основі Постанови Кабінету Міністрів України від 02 вересня 2019 р. № 829. Положення про Міністерство цифрової трансформації було затверджено Постановою Кабінету Міністрів від 18 вересня 2019 року № 856 [1].

А Комітет з питань цифрової трансформації був створений 29 серпня 2019 року на підставі Постанови Верховної Ради України від 29 серпня 2019 р. № 19-IX [2].

Щодо правотворчої діяльності Комітету з питань цифрової трансформації, то відповідно до ст. 12 та 13 Закону України «Про комітети Верховної Ради України» він виконує законопроектну та організаційну функції, які полягають в:

- розробці проектів законів, інших актів Верховної Ради України;
- попередньому розгляді та підготовці висновків і пропозицій щодо законопроектів, внесених суб'єктами законодавчої ініціативи на розгляд Верховної Ради України;
- доопрацюванні за дорученням Верховної Ради України окремих законопроектів за наслідками розгляду їх у першому та наступних читаннях (за винятком прийнятих Верховною Радою України актів у цілому);
- попередньому розгляді та підготовці висновків і пропозицій щодо проектів загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального, національно-культурного розвитку, охорони довкілля, а також наданні згоди на обов'язковість чи денонсацію міжнародних договорів України;
- прийнятті рішень, наданні висновків, рекомендацій, роз'яснень [3].

Найбільше правотворчість Комітету з питань цифрової трансформації відображається в законопроектності, яка є складовою частиною правотворчості. Станом на 08.05.2021 р. налічується

14 законопроектів, з підготовки яких комітет визначено головним, а також 241 законопроект, до яких комітет має подати пропозиції [2].

Міністерство ж, у свою чергу, в межах повноважень, які зазначені в ст. 15 Закону України «Про центральні органи виконавчої влади», видає накази, які є підзаконними нормативно-правовими актами, а відтак і результатом підзаконної правотворчості. Повертаючись до наказів, про які зазначено раніше, можна навести деякі приклади, а саме: Наказ «Про затвердження плану роботи Міністерства цифрової трансформації України на 2021 рік» від 09.04.2021 р. № 49. У цьому плані наявні такі заходи у сфері діджиталізації:

- 1) розвиток кабінету громадянина на Єдиному державному веб-порталі електронних послуг «Портал Дія»;
- 2) розвиток електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів;
- 3) проведення форумів цифровізації регіонів;
- 4) підключення 100 інформаційно-телекомунікаційних систем до інтегрованої системи електронної ідентифікації тощо [1].

Крім того, вартими уваги у межах сфери діджиталізації є й такі накази Міністерства:

– «Про затвердження Порядку роботи із запитами на інформацію, розпорядником якої є Міністерство цифрової трансформації України, та Форми для подання запиту на отримання інформації» від 30.04.2020 р. № 66;

– «Про затвердження примірного договору про приєднання до інтегрованої системи електронної ідентифікації» від 29.12.2020 р. № 217;

– «Про затвердження Порядку електронної інформаційної взаємодії Міністерства цифрової трансформації України та Міністерства внутрішніх справ України» від 19.12.2019 р. № 26/1057 [1].

Саме ці підзаконні нормативно-правові акти якнайкраще відображають правотворчу діяльність Міністерства в умовах діджиталізації та її проникнення в усе більшу кількість сфер суспільного життя.

Відвідавши офіційний сайт Міністерства та Комітету цифрової трансформації [1], відразу виникає розбіжність думок. З одного боку виникає деякий дисонанс, оскільки на сайті ці два органи поєднані, мають спільні цілі, хоча Міністерство — це центральний орган виконавчої влади, а Комітет — орган Верховної Ради України. З іншого боку, можливо, таке поєднання є раціональним в тому сенсі, що створення норм права та їхнє виконання мають бути тісно пов'язані, а відповідальні за це органи — співпрацювати.

Щодо впливу саме діджиталізації, то він помітний в цілях Міністерства та Комітету цифрової трансформації, адже визначено, що до 2024 року потрібно законодавчо забезпечити такі напрями:

- 100 % публічних послуг доступні громадянам та бізнесу онлайн;
- 95 % транспортної інфраструктури, населених пунктів та їхні соціальні об'єкти мають доступ до високошвидкісного Інтернету;
- 6 млн українців залучені до програми розвитку цифрових навичок;
- 10 % доля ІТ у ВВП країни [1].

Активна та дієва правотворча діяльність Комітету з питань цифрової трансформації та Міністерства цифрової трансформації проявляється в кількості реалізованих та запланованих проєктів: SmartID, онлайн підписання документів, Дія, цифровий студентський тощо. Зокрема, Мінцифра підтримує цифрову трансформацію регіонів у 7 сферах: телекомунікаційній та інформаційній інфраструктурі; цифровізації публічних послуг; інструментах е-демократії та їх впровадженні в соціальні сфери; організаційному та ресурсному забезпеченні розвитку цифровізації; інформаційній безпеці [4].

Під час дослідження було виявлено і кілька проблем, а саме: низький рівень цифрової обізнаності населення, неможливість використання деяких сервісів за відсутності інтернету, що обмежує права певної групи осіб та зростання кіберзлочинності в умовах збільшення кількості інформаційних систем, які використовують персональні дані. Загалом, можна стверджувати, що в Україні є достатнє матеріально технічне забезпечення та умови для здійснення цифрового стрибка.

Література:

1. Офіційний сайт Міністерства та Комітету цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua>.
3. Про комітети Верховної Ради України: Закон України від 04.04.1995 № 116/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/116/95-%E2%F0#Text> (дата звернення: 05.05.2021 р.)
4. Портал «Децентралізація». URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13289>.

ЗМІСТОВНІ КОЛІЗІЇ В ЗАКОНОДАВСТВІ: СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні людство досить швидко крокує до масової цифровізації та створює електронні копії різних сфер суспільного життя. Не виключенням є і законодавча сфера, наприклад, створення сайту Верховної Ради України. Актуальність теми полягає в тому, що українське законодавство має певні особливості, однією з них є неузгодженість, протиріччя чинних нормативно-правових актів, що мають однаковий предмет правового регулювання. У теорії права такі протиріччя називаються — колізіями. Саме вони зменшують ефективність правового регулювання, що є досить суттєвою проблемою, яка, можливо, буде вирішена шляхом цифровізації законодавчої сфери. Метою нашого дослідження є визначення сутності колізій у законодавстві та пошук шляхів їх подолання.

Дане питання досліджували: Д. Агашєва, І. Альоніна, Н. Власенко, В. Єрьоменко, М. Заніна, Д. Керімов та інші.

По-перше, потрібно розібратися що таке колізії в законодавстві. Колізії в законодавстві (далі — колізії) — це суперечності між нормами права, що закріплені в різних нормативно-правових актах (далі — НПА) і регулюють однакові суспільні відносини по-різному.

Що стосується видів колізій, то існують темпоральні, ієрархічні, змістовні та деякі вчені виділяють змішані колізії.

Тепер, коли ми з'ясували що таке колізія та її види, варто перейти до причин виникнення колізій. Перш за все, це проблеми, що пов'язані з розробкою та прийняттям законопроектів. Зазвичай розробкою законопроектів займаються спеціалісти тієї галузі, на правове регулювання якої направлений законопроект, і вони можуть не володіти юридичною технікою написання проектів законів, що погіршує якість українського законодавства.

Наступною причиною можна назвати поспішність розробки та прийняття законів. У даному випадку в законодавців просто не вистачає часу детальніше та конкретніше розписати норми та узгодити їх з іншими нормативно-правовими актами, що також є однією з головних причин великої кількості колізій в українському законодавстві.

Немало колізій у законодавстві створюються спеціально, з метою забезпечення власних інтересів, інтересів інших людей чи груп осіб. Але дане питання стосується проблеми зловживання права, тому не будемо на ньому зупинятися.

Досить часто колізії виникають через: судові помилки; недосконалість законів; політичні кризи; відсутність в окремих сферах законодавчої практики планування видання нормативних актів та їх систематизації; вихід органів держави за межі своїх повноважень і втручання в компетенцію один одного; девальвація суспільних інститутів; порушення принципу поділу влади і системи "стримувань і противаг"; довільне тлумачення Конституції та інших нормативно-правових актів, недотримання вимог юридичної техніки при написанні НПА тощо.

Існують відповідно і способи подолання, усунення та попередження колізій. До першого відносять колізійні норми, колізійні правила та тлумачення. Усунути колізії можна за допомогою кодифікації нормативно-правових актів, визнання цих актів неконституційними чи під час звичайної правотворчості (внесення змін). Щодо попереджень, то також можна додати підвищення кваліфікації юристів, електронний облік НПА, наукове дослідження проблеми та інші.

Усунення колізій є бажанішою дією ніж подолання колізій, адже при останній вони залишаються і в майбутньому їх знову доведеться долати.

Щодо колізійних правил, то для кожного виду існує свій спосіб подолання. Щоб подолати темпоральні колізії, використовують акт, що виданий пізніше, адже суспільні відносини постійно змінюються і попередній акт може бути просто не актуальним. Для ієрархічних — використовують акт, що має більшу юридичну силу. Для змістовних — використовують спеціальний акт, за умови, що він не скасований пізніше виданим загальним актом. Що ж стосується подолання змішаних колізій, то використовують таке правило: спеціальна норма має перевагу перед загальною, якщо остання введена в дію після неї.

Також законодавці можуть видавати колізійні норми або норми-арбітри. Вони визначають нормами якого НПА треба керуватися в різних ситуаціях.

Ще одним способом подолання колізій є тлумачення норм права, яке поділяється на: нормативне, казуальне, неофіційне. Але лише нормативне тлумачення використовується для подолання колізій. Нормативне поділяється на: аутентичне (міністерство видає наказ на пояснення попереднього наказу), відомче (видають державні установи в межах своїх повноважень) та легальне (здійснюється спеціальним органом, наприклад, Конституційним Судом України). Щодо останнього, то треба зазначити, що відповідно до пункту 2 частини першої статті 150 Конституції України [1] та статті 7 Закону України «Про Конституційний Суд України» [2] Конституційний Суд України може тлумачити лише норми Конституції України.

Спочатку пропонуємо розглянути кодифікацію норм права, як спосіб усунення колізій у законодавстві. Кодифікація, по суті, це створення нового НПА і під час створення якого легше усувати колізії, ніж спочатку шукати колізії в різноманітних НПА та вносити до них зміни. Проте даний процес займає досить багато часу, тому законодавцям вирішувати яким способом користуватися, хоча, на нашу думку, кодифікація є кращим варіантом, адже робить пошук відповідних норм комфортнішим.

Останній спосіб усунення колізій — визнання НПА, в якому вона знаходиться, неконституційним або ж нечинним. Щодо неконституційності, то в Україні такі рішення може приймати лише Конституційний Суд України відповідно до пункту 1 частини першої статті 150 Конституції України [1] та пункту 1 частини першої статті 7 Закону України «Про Конституційний Суд України» [2]. Що ж стосується нечинності, то виникає цікава ситуація з тим, що колізія може виникнути з формально нечинним актом, який насправді має переживаючу дію у часі. У даному випадку залишається тільки чекати.

Навіть з урахуванням всіх цих інструментів, законодавці фізично не встигають усувати колізії та писати нові нормативно-правові акти. Досить часто закони приймаються пакетом, через це створюється ще більше колізій і прогалин, адже норми в даних пакетах стосуються абсолютно різних суспільних відносин.

Треба також зазначити, що колізії закладаються на етапі розробки законопроекту, адже законодавець фізично не в силах перевірити законопроект на відповідність до всіх чинних НПА, тому ми пропонуємо створити цифрову програму на базі Міністерства юстиції України, яка дала б змогу перевіряти проект закону на колізії щодо інших НПА ще на стадії розробки. Це в свою чергу покращить законодавчу техніку, недосконалість якої призводить до колізій у законодавстві.

Для того, щоб допомогти законодавцям впоратися з уже існуючими колізіями, на нашу думку, варто створити сайт або опцію на вже існуючому сайті, наприклад Верховної Ради України, за допомогою якого(ї) можна позначати норми, які суперечать один одному, тим самим позначаючи законодавцям проблеми, що варто виправити. До речі, дана ініціатива збільшить можливості для участі народу в управлінні державою. Але зазначені заходи не збережуть нас від колізій, а лише дадуть можливість їх ефективно знаходити та знешкоджувати. Проте такі заходи збільшать контроль народу за законодавцями, що зменшить вірогідність навмисного залишення колізій у законодавстві України. Що ж стосується процесу правотворчості то, на нашу думку, сутнісних змін не відбудеться, можливо, лише пришвидшиться сам процес, а це так само зменшить кількість колізій і прогалин в українському законодавстві, особливо змістовних.

Отже, колізії дійсно велика проблема українського законодавства, хоча не тільки його. В теорії права дане питання досліджували неодноразово, і завдяки цьому вдалося виробити певні механізми захисту від колізійних норм. Проте на практиці цих механізмів не вистачає, з чого можна зробити висновок, що потрібно створити ще інструменти подолання та передбачення колізій, які допоможуть законодавцям в цьому процесі. І, на нашу думку, дані інструменти мають залучати широкі маси до цього процесу, адже народ і держава зацікавлені в ефективному правовому регулюванні суспільних відносин, тому чому б нам не співпрацювати?

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (зі змін. та допов.) // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Про Конституційний Суд України: Закон України від 13 липня 2017 року № 2136-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-19#Text> (дата звернення 07.05.2021).

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУДОВОГО ПРОВАДЖЕННЯ

Людство розвивається, і наприкінці другої половини ХХ століття увійшло у епоху, що нині називають інформаційною. В останні роки набирає популярності галузь поєднання напрямів юриспруденції та інформаційних технологій під назвою «Лігал тек». Наслідком прогресу є створення систем, що мають на меті автоматизацію, спрощення, підвищення ефективності та якості виконання юридичних задач.

Саме в рамках прогресу і розвитку цифрових технологій, варто акцентувати на тому, що наразі професія юриста потребує особливих якостей, пов'язаних з глибоким аналізом документів, тому навряд-чи робот зможе замінити юриста-людину. Але знання і використання новітніх технологій являє собою гармонійне доповнення, що допоможе юристу оптимізувати свою роботу.

Судовий процес не знаходиться на узбіччі технічного розвитку, особливо під час коронавірусної пандемії (COVID-19). Однією з викликів судової реформи була спроба покращення доступу до правосуддя, реалізуючи право на доступ до судового захисту.

При дослідженні нашої теми було використано такі наукові методи, як абстрактний і діалектичний, а також порівняльно-правовий.

Концепція побудови Єдиної судової інформаційно-телекомунікаційної системи та наказ Державної судової адміністрації України від 01 червня 2020 року № 247 Про запровадження в дослідну експлуатацію підсистем «Електронний суд» та «Електронний кабінет», а також затверджений Порядок роботи з технічними засобами відеоконференцв'язку під час судового засідання в адміністративному, цивільному та господарському процесі за участі сторін поза межами приміщення суду ДСА [1].

Спроба інтеграції інформаційних технологій у судочинство була зроблена у 2010 році. Рішення Ради суддів України №30 щодо провадження документообігу у судах загальної юрисдикції встановлювало функціонування автоматизованої системи документообігу. Врешті, у 2017 році, після доопрацювання нових редакцій процесуальних кодексів, була створена організаційно-технічна система ЄСІТС — Єдина судова інформаційно-телекомунікаційна система.

Звісно, одразу інтегрувати та реалізувати потенціал системи не вдалось, через рік система була впроваджена та діяла у 18 судах України, а 28 лютого 2019 Прес-центр судової влади України, повідомив про відкликання, Державною судовою адміністрацією у відповідь на рішення Вищої ради правосуддя, офіційного оголошення початку роботи ЄСІТС.

Новий етап розвитку система отримала у 2020 році наказом ДСА Про запровадження в дослідну експлуатацію підсистем «Електронний суд» та «Електронний кабінет». Тепер ЄСІТС — масштабна система, що оптимізує роботу абсолютно усіх учасників судового провадження, адже за функціональними можливостями дозволяє зберігати усі документи та інформацію в єдиній базі, здійснювати електронне діловодство. А ще — внесення інформації до Єдиного державного реєстру судових рішень, що є важливим фактом для розуміння концепції ЄСІТС [2].

Усі документи, що подаються до суду, обов'язково реєструються у системі. Фактично, ЄСІТС підвищила рівень мобільності суду, і наблизила право на доступ до судового провадження на європейському рівні. Досягнення реформ у впровадженні цифрових технологій досудового провадження неможливо переоцінити. Це кропітка праця, на яку було витрачено роки. Проте чи все так однозначно?

У більшості судових засідань, що проходять у он-лайн форматі, використовується відомий застосунок «ZOOM». Недоліки застосування цього програмного забезпечення стали відомі ще на початку дії карантинних обмежень усім, хто бере участь в освітньому процесі. Серед цих недоліків, у першу чергу, розглядаються проблеми з безпекою. Програму було заборонено у ряді країн (ФРН, Сінгапур, Тайвань) і деякими великими компаніями (SpaseX, та ін.).

Тобто, наразі актуальним є завдання у вигляді створення власного, вітчизняного програмного забезпечення телекомунікаційного зв'язку. Основними принципами мають бути: централізація (обіг усіх документів у рамках однієї системи), верифікація (обов'язкова верифікація через сучасні методи як BankID, MobileID, ЕЦП тощо), надійність і безпечність (організаційне створення умов щодо безпечного зберігання персональної, конфіденційної інформації та виключення можливостей зовнішнього втручання), доступності (інтегрувати спільно з проектом «Дія: Цифрова.освіта» та впровадити технічно-організаційної можливості використання для громадян, інтерфейс і системи повинні бути інтуїтивно зрозумілі).

Питання діджиталізації судового процесу тісно пов'язано з упровадженням галузі «Лігал тек». У ході проведення дослідження не можна не відзначити незначну кількість наукових публікацій, що предметно присвячені суто долі цифрового судового провадження станом на сьогоднішній день. Тобто, не зважаючи на високу зацікавленість громадян у питанні розвитку судового провадження в рамках інформаційної епохи, наукового підґрунтя недостатньо.

Реформуючи судову систему, законодавцями були інтегровані правові засади розвитку судового провадження у режимі роботи «он-лайн» (тобто з застосуванням спеціального програмного забезпечення), проте необхідне доопрацювання організаційно-технічної бази, яка б дала змогу функціонувати такому режиму роботи на постійній основі. Вважаю, що для якісної реалізації цього проекту, доцільним рішенням було б залучення Міністерства цифрової трансформації як партнера та органу, що реалізує державну політику у сфері цифровізації, цифрових інновацій та розвитку інформаційного суспільства, а також органу, що впроваджує «цифрову доступність».

Література:

1. Наказ Державної судової адміністрації України від 01 червня 2020 року №247 Про запровадження в дослідну експлуатацію підсистем «Електронний суд» та «Електронний кабінет» [Електронний ресурс] // Державна судова адміністрація України. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://dsa.court.gov.ua/userfiles/media/media/2020/4/N_247_20.pdf.

2. До питання діджиталізації інституту апеляційного провадження. // Прикарпатський юридичний вісник. — 2019. — №4. — С. 112–115.

Ходаківська А. С.
«Менеджмент», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри
теорії та історії права Мачуський В.В.

ЕЛЕКТРОННЕ ПРАВОСУДДЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Інформаційні технології — ключовий інструмент для поліпшення доступу до правосуддя, підвищення ефективності судів та управління судовими справами. Зусилля щодо впровадження можливостей електронного правосуддя необхідно спрямувати на вдосконалення внутрішніх (системи управління судовими справами) і зовнішніх (сайтах) інформаційних систем (ІС) судів. Також ці зусилля мають бути націлені на підвищення взаємодії з ІС інших органів у сфері юстиції. Більш інтенсивне використання електронного правосуддя дасть користувачам можливість звертатися до суду, оплачувати послуги, брати участь у провадженнях та отримувати всю відповідну документацію електронними засобами [4, с. 24].

Проте в Україні досі невелика кількість інформації про стан і можливі перспективи розвитку електронного правосуддя, тому таке дослідження є актуальним. Метою роботи є аналіз сучасного стану законодавчого забезпечення та ефективності електронного суду в Україні, узагальнення основних напрямків і перспектив розвитку.

В Україні існують широкі горизонти для розвитку електронного суду. 6 грудня Верховна Рада України підтримала ініціативу ДСА України щодо поетапного запровадження Єдиної судової інформаційно-телекомунікаційної системи (ЄСІТС) [1]. Це відкрило можливості для якнайшвидшого введення в промислову експлуатацію значної кількості підсистем ЄСІТС, що вже розроблені.

Ще в 2018 році в тестовому режимі почала працювати система «Електронний суд» — унікальний сервіс, який дозволяє подавати учасникам судового процесу документи в електронному вигляді. З 2020 року система переведена в дослідну експлуатацію практично в усіх судах, а користувачів «Електронного суду» — понад 43 тисячі. За останні місяці введено в дію ряд нових елементів цієї підсистеми, в тому числі Електронний кабінет судді. Впроваджується інструмент обміну даними з корпоративними управлінськими системами банків і великих компаній. Найближчим часом запрацює Електронний кабінет адвоката [2].

Аналіз результатів цілей Стратегії розвитку судової системи в Україні на 2015-2020 роки дає змогу зробити висновок про те, що вже зроблені кроки для вдосконалення електронного правосуддя [4]. Серед них:

1. Повний перехід на електронну систему управління справами, електронні комунікації, довірливий розподіл справ між суддями, аудіо- та відеозапис засідань.

2. Перехід на хмарні програмні рішення, аналіз масивів великих даних та оптимізація пошукової системи.
3. Створення внутрішньої мережі (сервер інтрамережі для внутрішнього та зовнішнього зв'язку з судовими системами).
4. Створення зручних для користування судів з інструментами пошуку, що дозволяють знаходити зв'язок між певними нормами права та відповідною практикою Конституційного Суду України, Верховного Суду України та інших судів.
5. Взаємодія між судовою інформаційною системою та іншими національними установами (державними та недержавними), автоматизований доступ суддів до всіх державних реєстрів.
6. Застосування хмарних технологій (віддалене зберігання даних).
7. Взаємодія між судовою інформаційною системою та інституціями ЄС, а також іншими міжнародними установами з метою посилення міжнародної судової співпраці [3].

Таке розширення свідчить про розвиток впровадження ІТ-технологій у сфері судочинства в Україні, зокрема про наявність досвіду в його адмініструванні та використанні потенційними споживачами, такими як будь-який суддя чи інші суб'єкти процесуальних правовідносин.

Тепер можна окреслити певні перспективи електронного правосуддя в Україні. Досить поширеними є випадки невиконання вимог чинного законодавства суб'єктами владних повноважень щодо реєстрації в ній, оскільки трапляються випадки відмови від реєстрації, мотивовані відсутністю адреси електронної пошти або факсу. Було б доречно розповсюдити серед громадян приклади електронних заяв для уникнення таких проблем, шляхом розробки файлів та публікації на відповідних законодавчих сайтах.

Також одним із наслідків віртуалізації судового процесу стає доступність судової інформації для широкого кола юридичної спільноти та інших користувачів. Така доступність дасть змогу підвищити довіру громадян до бенефіціарів.

Свою ефективність показала і система участі в судових засіданнях в режимі відеозв'язку. Нині щотижня проводяться тисячі судових засідань у режимі відеоконференції. Активне використання такої практики у подальшому забезпечить не тільки економію коштів, а і прискорить розгляд судових справ.

На нашу думку, незважаючи на вже вжиті заходи щодо вдосконалення системи електронного правосуддя в Україні, залишаються питання розробки та введення в експлуатацію відповідного програмного забезпечення; необхідне технічне оснащення судів; недоступність певних категорій громадян через вікові чи майнові особливості тощо. Впровадження Єдиної судової інформаційно-телекомунікаційної системи в Україні пояснюється необхідністю оперативності, передбачуваності та зручності взаємодії між судом та учасниками судового процесу, що дозволить вдосконалити систему юстиції в Україні за рахунок підвищення ефективності роботи, проведеної в цьому напрямку.

Отже, впровадження такого нового вдосконаленого продукту, як електронне правосуддя, було важливою вимогою до інформатизації судової влади багатьох європейських країн, зокрема України. Нові технології можуть підвищити продуктивність і зменшити трансакційні витрати в системі, що вимагає великої інформації; скоротити тривалість процедур, заощаджуючи тим самим час і гроші; забезпечити найкращу доступну інформацію та краще розуміння як роботи судів, так і правових інструментів. Як наслідок, електронне правосуддя також підвищує довіру бенефіціарів та забезпечує більшу легітимність судової влади. Можна констатувати, що сьогодні система електронного суду є одним із інструментів розвитку інформаційного суспільства, оскільки вона забезпечує механізм здійснення громадянським суспільством її права та захист законних інтересів. Незважаючи на вже наявний досвід української держави у функціонуванні системи електронного правосуддя, необхідність вдосконалення законодавчої бази регулювання цього питання з метою приведення його у відповідність до європейських стандартів залишається нагальною [5].

Література:

1. Верховна Рада України / Стенограма судового засідання 22. [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. — Режим доступу: <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/7585.html>.
2. Державна судова адміністрація України. [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. — Режим доступу: <https://dsa.court.gov.ua/dsa/pres-centr/general/1043351/>.
3. Законодавство України / Про стратегію розвитку судової системи в Україні на 2015–2019 роки. [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0011415-14>.
4. Рада Суддів України / Стратегія розвитку судової системи в Україні на 2015–2019 роки. [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. — Режим доступу: <http://nsj.gov.ua/files/1467884108%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D1%81%D1%83%D0%B407.pdf>.
5. European Union Law / Strategy on e-Justice 2019-2023. [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. — Режим доступу: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019XG0313\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019XG0313(02)).

Кичинська А.О.
081 «Право», 4 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри фінансового права
Богдан Б. В.

ДИСКУСІЙНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ОБ'ЄКТА ОПОДАТКУВАННЯ ТРАНСПОРТНИМ ПОДАТКОМ

Постановка проблеми. Забезпечення соціальної справедливості серед населення є однією з найважливіших функцій держави. Задля реалізації даної функції у державах світу встановлюються «податки на розкіш». Одним з таких податків прийнято вважати транспортний податок, особливістю якого є неоднозначний підхід до визначення об'єкту оподаткування в різних країнах.

Мета дослідження полягає в аналізі підходів до визначення об'єкта оподаткування транспортним податком у вітчизняній і європейській моделях податкових систем.

Актуальність результатів проектного дослідження зумовлена неоднозначним визначенням об'єкта оподаткування транспортним податком у правовій доктрині.

Методи дослідження: Методологічну основу дослідження склали загальнонаукові та спеціально юридичні методи, серед яких варто виділити метод аналізу, порівняння, формальнологічний.

Огляд фахової літератури. При написанні даної роботи були опрацьовані нормативно-правові акти та праці вітчизняних науковців.

Результати дослідження. В Україні транспортний податок стягується на місцевому рівні з власників легкових автомобілів, середньоринкова вартість яких оцінюється залежно від розміру мінімальної заробітної плати та станом на 1 січня 2021 року становить мінімум 2 250 000 грн і з року випуску яких минуло менше 5 років [1].

Дещо інша ситуація прослідковується в іноземних державах.

У Німеччині об'єктом оподаткування є також легкові автомобілі, проте величина податку залежить від певних показників. Першим показником є об'єм двигуна — величина податку прямо пропорційно збільшується від величини об'єму двигуна та його типу. Другим показником є об'єм викиду вуглекислого газу в повітря. За умови викидів менших за 120 грамів за кілометр пройденого шляху податок за цим показником не сплачується [3, с. 113].

У Франції оподатковуються легкові автомобілі та службові автомобілі залежно від року першої реєстрації та типу палива, який використовується. База ж оподаткування залежить від потужності їх двигуна та об'єму викиду вуглекислого газу [4, с. 7].

Цікавим є підхід Італії до визначення об'єкта оподаткування. Транспортний податок поділяється на провінційний реєстраційний податок і регіональний транспортний податок. У першому випадку розмір податку залежить від потужності двигуна, а в другому не тільки від потужності двигуна, а й від регіону проживання власника та рівня викиду вуглекислого газу у повітря [5, с. 15].

У Сполучених Штатах Америки немає окремо виділеного транспортного податку, натомість податок з власників авто включений у вартість палива. Тобто, найбільше платить той, хто багато їздить. Об'єктом оподаткування є законодавчо визначений легковий автомобіль і службовий автомобіль [3, с. 81].

Політика Данії спрямована на підтримку екології і саме тому оподаткування транспорту в даній країні характеризується доволі великими сумами сплати. Об'єктом оподаткування даного податку є легковий автомобіль, за який сплачується податок у розмірі 105 % від його загальної вартості при реєстрації. При вартості автомобіля понад 18 тисяч доларів власник буде вимушений сплатити податок у розмірі 180 % від вартості автомобіля [5, с. 17].

В Австралії виділяють два об'єкти оподаткування — автомобілі (для легкових авто встановлений податок у розмірі 10 % від їх вартості; для вантажівок — 5 %) та дорогі автомобілі, вартість яких становить понад 57 тисяч доларів (власники додатково сплачують ще 33 % від вартості автомобіля).

В Ізраїлі оподаткування нових автомобілів залежить від того, до якої екологічної групи належить такий транспортний засіб. Так, розмір податку варіюється від 10 % до 92 % від вартості придбаного авто [5, с. 18].

Висновки і пропозиції. Отже, проаналізувавши зарубіжний досвід визначення об'єкту та бази оподаткування транспортним податком, можемо зробити висновок, що при визначенні об'єкта оподаткування враховується вид автомобіля, його технічні характеристики (зокрема об'єм і потужність двигуна), його вартість і кількість шкідливих викидів у повітря. Тобто, такі характеристики поєднують в собі не тільки якості автомобіля як предмету розкоші, а й його вплив на екологію [2, с. 27].

Порівнюючи положення Податкового кодексу України з відповідними положеннями податкового законодавства досліджуваних іноземних держав, вважаємо виділити такі недосконалості у визначенні об'єкта оподаткування: в українській системі місцевих податків об'єктом транспортного податку є лише легкові автомобілі, тобто вантажівки таким податком не оподатковуються. Також, негативним у вітчизняній системі оподаткування транспортних засобів є те, що не оподатковуються яхти та літаки, які безперечно вважаються транспортними засобами та належать предметами розкоші. Загалом, сучасна система оподаткування легкових авто в Україні є не зовсім дієвою. Враховуючи недосконалості вітчизняної системи оподаткування автомобілів у частині визначення об'єкту вважаємо, що мають бути внесені зміни до податкового законодавства з урахуванням іноземного досвіду. Характеристики автомобіля мають бути розширені — відповідно має враховуватись не тільки вартість автівки, а також кількість шкідливих викидів в повітря.

Література:

1. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. // Законодавство України. — Офіційний сайт Верховної Ради України. — URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
2. Бобошко Л. І. Транспортний податок в Україні: стан та перспективи. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2017. № 1. С. 25–36.
3. Карлін М.І. Фінанси зарубіжних країн : навч. посіб. / М.І. Карлін. К. : Кондор, 2004. 384 с.
4. Проскура К.П. Зарубіжний досвід організації податкового адміністрування. Економічний часопис-XXI. 2012. № 7–8. С. 7.
5. Хрімлі К. Аналіз законодавства про транспортний податок. Юридична Україна. 2016. № 7-8. С. 13–18.

Решетняк Н. В.

081 «Право», 5 курс,

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — старший викладач кафедри фінансового права

Богдан Б. В.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

Постановка проблеми. Нормативно-правове регулювання програмної продукції має певні особливості. Серед них — пільговий режим оподаткування: до 01.01.2023 не сплачується податок на додану вартість (надалі — ПДВ) за постачання програмної продукції. Ураховуючи, що причиною податкових спорів між платниками податків і контролюючими органами часто є неоднозначне тлумачення податкового законодавства, важливим є вирішення питання щодо необхідності сплати ПДВ, зокрема, у випадку постачання програмного забезпечення (надалі — ПЗ).

Мета дослідження полягає в уточненні особливостей і ключових тенденцій оподаткування ПДВ постачання ПЗ.

Актуальність результатів проектного дослідження зумовлена неоднозначним тлумаченням на практиці норм Податкового кодексу України (надалі — ПК України) щодо необхідності сплати ПДВ у випадку постачання ПЗ, та необхідністю з'ясування особливостей і шляхів вирішення цього питання.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження склали загальнонаукові спеціальні юридичні методи: формально-логічний, матеріально-правовий і порівняльний, а також метод аналізу і синтезу.

Огляд фахової літератури. Під час дослідження були опрацьовані нормативно-правові акти України, а також відповідні податкові консультації.

Водночас хочемо зазначити, що досліджень науковців з питання щодо оподаткування ПДВ постачання ПЗ небагато.

Результати дослідження. Згідно з чинним законодавством, комп'ютерна програма або ж програмне забезпечення є об'єктом авторського права та охороняється як літературний твір [1].

Тому придбанням комп'ютерної програми (тобто фактично ПЗ) фактично є отримання певного обсягу прав щодо такої програми, визначеного ліцензійною угодою. Законодавство про інтелектуальну власність розділяє поняття авторських прав на твір (у даному випадку, ПЗ) і прав на використання твору за його функціональним призначенням кінцевим користувачем.

Відповідно до пп. (в) п. 186.3 ст. 186 ПК України операція з постачання ПЗ при оподаткуванні ПДВ розглядається як послуга. Так, місцем постачання послуг з розроблення, постачання та тестування ПЗ, з оброблення даних і надання консультацій з питань інформатизації, надання інформації та інших послуг у сфері інформатизації, у тому числі з використанням комп'ютерних систем, є місце, в якому отримувач послуг зареєстрований як суб'єкт господарювання [1]. Отже, така операція є об'єктом оподаткування ПДВ, оскільки місце постачання таких послуг (місце реєстрації) розташоване на митній території України [1].

у той же час, чинним законодавством встановлено, що до 01.01.2023 звільняються від оподаткування ПДВ операції з постачання програмної продукції, а також операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті. До програмної продукції, зокрема, відносяться примірники (копії, екземпляри) комп'ютерних програм, їх частин, компонентів у матеріальній та/або електронній формі, у тому числі у формі коду (кодів) та/або посилок для завантаження комп'ютерної програми та/або їх частин, компонентів у формі коду (кодів) для активації комп'ютерної програми чи в іншій формі згідно із п. 26¹ підрозділу 2 Перехідних положень ПК України [1].

Не вважаються роялті платежі, отримані як винагорода за використання комп'ютерної програми, якщо умови використання обмежені функціональним призначенням такої програми та її відтворення обмежене кількістю копій, необхідних для такого використання (використання «кінцевим споживачем») [1].

Якщо використовувати ПЗ як окремі примірники комп'ютерної програми, плата за використання яких не вважається роялті, то операції з постачання такого ПЗ підпадають під ознаки, передбачені п. 26¹ підрозділу 2 Перехідних положень ПК України, а тому вони вважаються звільненими від оподаткування ПДВ. Такої ж позиції дотримуються і контролюючі органи [3].

Відтак, ні податкові зобов'язання, ні податковий кредит з ПДВ за операціями щодо постачання клієнту прав на використання ПЗ не виникають.

Щодо операцій з придбання послуг «хмарного» сховища слід зазначити таке. Як уже зазначено вище, операції з постачання послуг, у тому числі у сфері інформатизації (на нашу думку «хмарне» сховище є саме такою послугою) оподатковуються ПДВ на загальних підставах, так як отримувач послуг зареєстрований на території України.

Втім, послуги «хмарного» сховища не підпадають під визначення програмної продукції, операції з якою звільнені від оподаткування ПДВ. Дійсно, п. 26¹ підрозділу 2 Перехідних положень ПК України передбачено такі різновиди як інтернет-сайт, онлайн-сервіс та доступ до них, втім програмною продукцією вони можуть вважатися лише у випадку, якщо у такому вигляді представлено результат комп'ютерного програмування. До того ж, податківці дотримуються думки про те, що якщо внаслідок постачання програмної продукції з нею не відбувається жодних змін (у т. ч. встановлення, налаштування, тестування, виявлення та усунення недоліків, інформаційно-консультаційна підтримка), то операції з постачання таких послуг оподатковуються ПДВ у загальноновстановленому порядку за ставкою 20 відсотків [4].

Висновки і пропозиції. Отже, можна стверджувати, що операції з постачання ПЗ і послуг «хмарного» сховища є об'єктом оподаткування ПДВ. У той же час, операції з постачання ПЗ (Office 365) звільнені від оподаткування ПДВ до 01.01.2023, тоді як операції з постачання послуг доступу до «хмарного» сховища підлягають оподаткуванню ПДВ у загальному порядку за ставкою 20 %.

Врахування зазначених особливостей забезпечить дотримання вимог законодавства щодо оподаткування ПДВ постачання ПЗ та дозволить уникнути податкових спорів між платниками податків і контролюючими органами.

Література:

1. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02 грудня 2010 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права» № 3792-XII від 23 грудня 1993 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>.
3. Індивідуальна податкова консультація № 871/6/99-99-1503-02-15/ІПК від 29 червня 2017 року. URL: <https://www.profiwins.com.ua/uk/letters-and-orders/gna/10247-871.html>.
4. Індивідуальна податкова консультація № 2665/6/99-99-1503-02-15/ІПК від 18 червня 2018 року. URL: <https://www.profiwins.com.ua/uk/letters-and-orders/ink/13396-2665-18.html>.

Луценко І.О.
Юридичний інститут, 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., ст. викладач кафедри цивільного
та трудового права Назарчук О.М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФІКСАЦІЇ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКАЗІВ У ЦИВІЛЬНОМУ СУДОЧИНСТВІ УКРАЇНИ

Вступ. За останні 5 років докази в електронній формі отримали статус незалежного доказу у Цивільному процесуальному кодексі України, що є позитивним зрушенням у правовому регулюванні та захисті відносин, пов'язаних із використанням електронних засобів зв'язку і вдосконаленням захисту прав, свобод та інтересів.

Актуальність теми полягає в тому, що надзвичайно високий рівень розвитку інформаційних технологій спонукав надання електронним доказам статусу самостійного засобу доказування порівняно з такими засобами, як: письмові та речові докази, показання свідків і висновками експертів.

Огляд фахової літератури. Електронні докази, питання їх застосування та фіксації в судовому процесі України залишаються суперечливими й досі. Питанню дослідження електронних доказів були присвячені праці І.В. Атаманчук [4], Н.М. Товстун [4], К.О. Дрогозюк [5], Н. Мисник [6], Д.О. Московчук [7], Ю.С. Павлова [8], В.С. Петренко [9], М. А. Пушкар [10] та ін. Однак, ґрунтовних спеціалізованих досліджень проблеми фіксації електронних доказів науковцями проведено ще не було.

Метою нашого дослідження є способи фіксації та вилучення електронних доказів і розроблення відповідних пропозицій щодо вдосконалення законодавства у сфері цивільного судочинства.

Методи дослідження. Під час дослідження використовувалися методи такі як: порівняльно-правовий, метод спостереження, порівняння, аналізу та узагальнення.

Результати дослідження. Згідно із ст. 100 Цивільного Кодексу України, електронними доказами є інформація у цифровій формі, що містить дані про обставини у справі: електронні документи, веб-сайти, текстові, мультимедійні та голосові повідомлення, метадані, бази даних та інші дані в електронній формі [1].

Відповідно до визначення постає важливе питання: як справедливо вилучити та зафіксувати таку публікацію з метою її використання як доказу в суді?

Основною метою фіксації електронних доказів є отримання відповідних та прийнятних показників, які можна використовувати в судах [6]. Зокрема, цивільне процесуальне законодавство не встановлює чіткого переліку можливих способів фіксації змін електронних доказів, а також не встановлює допустимої можливості альтернативних способів фіксації електронних доказів, оскільки їх початковий зміст визначається, поки він існує. Враховуючи це, існує необхідність аналізу як законодавчо визначених, так і альтернативних способів фіксації електронних доказів.

Серед способів фіксації електронних доказів, встановлених у законодавстві України, можна виокремити, зокрема: [5, с. 77]:

- 1) огляд доказів судом за їх місцезнаходженням (огляд акаунту у соціальних мережах, або інших місць збереження даних у Інтернеті);
- 2) залучення спеціаліста з метою фіксування електронних доказів;
- 3) проведення експертного дослідження відповідними судовими експертами за експертизою 10.17 «дослідження телекомунікаційних систем (обладнання) та засобів» [10, с. 121];
- 4) проведення протоколу огляду вебсайту адвокатом мережі зі збереженням їх виду на електронних носіях;
- 5) подання паперової копії електронного доказу або роздруківки вебсторінки (скріншот), посвідченої у порядку, передбаченому законом;
- 6) фіксація контенту, що міститься на вебсайті, шляхом його збереження на відповідних носіях (CD, DVD, магнітні диски тощо).

Науковці І.В. Атаманчук і Н.М. Товстун вважають, що основною проблемою при здійсненні фіксації електронних доказів у встановлених законом способах є обов'язок суду повідомити

учасників справи про дату, час і місце перевірки веб-сайту [4, с. 149]. Погоджуємося з думкою К. Дрогозюк, яка зазначає, що позовна заява, а тим більше повідомлення сторони про перегляд або експертизу акаунту чи публікації в соціальній мережі можуть свідчити про високу ймовірність втручання недобросовісного опонента в зміст таких електронних доказів або дії щодо знищення їх. Адже внаслідок чого позивач порушив права та інтереси або відшкодував шкоду, заподіяну розміщенням інформації в соціальній мережі [5, с. 78].

Задля нівелювання зазначеної проблеми, доцільним буде використати додаткові заходи фіксації.

По-перше, замовити на сервісі InternetArchive фіксацію змісту потрібних вебсторінок. Цей захід є додатковим і дозволяє, за необхідності, отримати підтвердження інформації, розміщеної на веб-сайті. Зокрема, дані з цього ресурсу успішно використовують як докази суди США [7]. Зазвичай суди приймають такі відомості, як належний і допустимий доказ (Рішення Апеляційного суду м. Києва від 15.01.2017 р. у справі № 22-ц/796/669/17). Однак інколи суди відмовляють у задоволенні клопотання про долучення їх до матеріалів справи на підставі, що сторона «не надала суду докази достовірності доказів» (Рішення Апеляційного суду м. Києва від 23.10.2018 р. у справі № 23-ц/796/955/18) [8].

По-друге, важливим аспектом є те, що наразі в Україні нотаріуси не можуть посвідчувати наявність і зміст інформації на вебсайтах. Однак закордоном це поширена практика. Наприклад, у Німеччині та Франції нотаріус залучається, щоб засвідчити вебсайт [7]. Тому доцільним буде запровадити до українського законодавства можливість посвідчення таких копій. Так, 17 квітня 2018 р. у Верховній Раді України був зареєстрований законопроект № 8281 «Про внесення змін до статті 100 Цивільного процесуального кодексу України (щодо засвідчення копій електронних доказів)», відповідно до якого запропоновано запровадити можливість посвідчення таких копій у нотаріальному порядку українськими нотаріусами [3].

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи викладене зазначимо, що перед наданням до суду відповідних електронних доказів слід зафіксувати їх належним чином. Обрання будь-якого способу фіксації електронних доказів має відбуватись з урахуванням властивостей таких доказів, зокрема з огляду на вразливість електронних доказів до можливої зміни їхнього змісту.

Зокрема, на нашу думку, існує необхідність уточнення правового статусу інформації з веб-архівів та архівних копій повідомлень, можливості використання як доказ відео огляду сайту або сторінки, допустимості знімків екрану як доказів у разі неможливості відновлення видалених повідомлень, дійсні докази для встановлення змісту інформації, розміщеної на веб-сайтах. А саме внести зміни до статті 100 Цивільного Процесуального Кодексу, якими слід запровадити можливість посвідчення нотаріусами України електронних доказів у нотаріальному порядку.

Оскільки прогрес інформаційних технологій не стоїть на місці, існує велика ймовірність того, що найближчим часом цивільний процес буде повністю переведений на електронні докази, що передбачає абсолютну відмову від особистого спілкування між сторонами та між суддею та судом, що, в свою чергу, призведе до перегляду сутності та змісту багатьох принципів цивільного судочинства, а насамперед принципу безпосередності судового розгляду.

Література:

1. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16 січня 2003 року. Законодавство України. Офіційний сайт ВРУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (Дата звернення: 02.05.2021)
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» № 851-IV від 22.05.2003. Законодавство України. Офіційний сайт ВРУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (Дата звернення: 02.05.2021)
3. Законопроект «Про внесення змін до статті 100 Цивільного процесуального кодексу України (щодо засвідчення копій електронних доказів)» № 8281 від 17 квітня 2018 року. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?id=&pf3511=63876 (Дата звернення: 02.05.2021)
4. Атаманчук І.В. Товстун Н.М. Електронні докази як окремий вид засобів доказування в цивільному процесі. Вісник студентського наукового товариства. 2021 р. С. 147.
5. Дрогозюк К.О. Способи фіксації електронних доказів, отриманих із соціальних мереж, у цивільному процесі України. Юридичний вісник. 2020 р. № 4. С. 74–84.
6. Мисник Н. Електронні докази в суді: вирішення проблем доказування чи поле для фальсифікацій. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/sudova-praktika/elektronni-dokazi-v-sudi-virishennya-problem-dokazuvannya-chi-pole-dlya-falsifikaciy.html> (Дата звернення: 02.05.2021)
7. Московчук Д.О. Загальна характеристика електронних доказів США та Німеччини. [Електронний ресурс]: URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/14012/> (Дата звернення: 02.05.2021)
8. Павлова Ю.С. Електронний документ як джерело доказів у цивільному процесі : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Одеса, 2019. 239 с

9. Петренко В.С. Електронні докази як елемент інформаційних технологій у цивільному судочинстві. Молодий вчений. 2018. № 1(1). С. 112–113.

10. Пушкар М.А. Електронні докази як один із способів доказування в цивільному судочинстві. Науково-практичний журнал «Право. Людина. Довкілля». 2019. С. 117

Корпачова С. В.

Юридичний інститут, 3 курс

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник — к.ю.н., старший викладач кафедри цивільного

та трудового права Назарчук О. М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ЦИВІЛЬНОМУ СУДОЧИНСТВІ УКРАЇНИ

Проблеманашого дослідження зумовлюється тим, що здійснення справедливого судочинства, безумовно, є одним з найважливіших елементів права у демократичній і правовій державі [1] і є ключовим правом людини [2]. З осучасненням світового суспільства та запровадженням технологій на основі штучного інтелекту у всі сфери життєдіяльності людей постає питання необхідності запровадження «розумних технологій» у цивільне судочинство України.

Актуальність теми дослідження обумовлюється тим, що з прийняттям «Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні» український законодавець визначив розвиток штучного інтелекту в Україні як одного з пріоритетних напрямів у сфері науково-технологічних досліджень, серед яких провідне місце посідає правосуддя.

Мета нашого дослідження полягає у визначенні проблемта перспектив діяльності штучного інтелекту у цивільному судочинстві України.

Під час дослідженнявикористовувалися **методи**, такі як системно-функціональний, порівняльно-правовий, історико-правовий, а також метод прогнозування.

Науковим підґрунтям для нашого дослідження слугують праці вітчизняних і зарубіжних науковців, як В. Барфілда [3], Н. Греня [4], Б. Елері [5], К. Эшли [6], А. Завадського [7] та Дж. Сартора [8]. Однак, варто зауважити, що майже всі роботи цих учених присвячені тільки технічним та технологічним аспектам використання штучного інтелекту у судах.

З огляду на це, постає питання вивчення саме теоретичних аспектів застосування штучного інтелекту у цивільному судочинстві.

Перш за все, маємо зосередити увагу на той факт, що за допомогою використання системи наукових методів, різноманітних алгоритмів обробки отриманої або самостійно створеної під час роботи інформації штучний інтелект сприяє виконанню складних комплексних завдань у судочинстві, а саме: передбачення рішень суддів, виявлення зв'язків між учасниками судових процесів, передбачення поведінки обвинувачених і засуджених, пошук доказів і багато іншого.

З метою реалізації принципу верховенства права, недискримінації, неупередженості та справедливості, а також забезпечення права особи на справедливий суд ЄС, а також такі передові країни світу, як США, Китай, Японія вже доволі тривалий час використовують алгоритми штучного інтелекту у цивільному, господарському, кримінальному та адміністративному судочинстві [7, с. 233].

Так, у США діє програмний продукт DARE, який може розпізнавати брехню підсудного за його обличчям і голосом. У Нідерландах ще у 2009 році почав роботу електронний суд для альтернативного врегулювання спорів. За допомогою онлайн-арбітражної процедури, яка діє на основі алгоритмів було розглянуто понад двадцять тисяч позовів про стягнення боргу.

Не менш цікавим є досвід Китаю щодо вирішення спорів у сферах авторського права, господарських спорів щодо інтернет-порушень та електронної комерції із застосуванням «розумних» технологій. Так, замінивши суддю на штучний інтелект, а приміщення суду на відео-чат, у Китаї було успішно вирішено понад вісімдесят тисяч справ [7, с. 234].

Японія зі свого боку бореться за першість у розробці цифрового суду на основі блокчейну, завданням якого буде вирішення спорів щодо договірних відносин, а також призначення відповідальності для осіб, які так чи інакше відхиляються від своїх зобов'язань.

Щодо України, то наша держава також спрямовує всі звої зусилля на запровадження алгоритмів у судочинство. Свідченням цього є Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні» від 2 грудня 2020 р. [9], відповідно до якого однією з пріоритетних сфер, у яких реалізуються завдання державної політики розвитку галузі штучного інтелекту, є правосуддя.

У той же час, варто наголосити на тому, що стаття 127 Конституції України [1] містить імперативну норму щодо здійснення судочинства виключно суддями та за певних обставин — присяжними. Тому замінити суддів на штучний розум повноцінно досі неможливо. Щодо вищезначеної Концепції, то у ній йдеться тільки про оптимізацію судочинства шляхом використання «розумного» інтелекту.

Наголошуємо, що передумовою запровадження алгоритмів в Україні є запуск єдиної судової інформаційно-телекомунікаційної системи (ЄСІТС), а також використання програмного забезпечення з елементами штучного інтелекту «Касандра». Крім того, сьогодні у тестовому режимі функціонує підсистема «Електронний суд», яка дозволяє особам здійснювати свої процесуальні права.

Беззаперечним є той факт, що запровадження і застосування штучного інтелекту у цивільному судочинстві України має бути чітко регламентованим, поступовим і зваженим, адже як зазначає засновник «Tesla» Ілон Маск, безконтрольний розвиток цих технологій може нести загрозу для людства. З огляду на це, ми пропонуємо таку організаційно-правову модель запровадження штучного інтелекту у цивільне судочинство України:

- по-перше, необхідно прийняти Закон України «Про використання нейронних мереж у цивільному судочинстві України», у якому розкрити значення поняття штучного інтелекту, сферу функціонування та використання. До того ж варто внести відповідні доповнення й до Цивільного процесуального кодексу України (далі — ЦПК України);

- по-друге, вважаємо за потрібне внести доповнення до Кримінального та Цивільного кодексів України про відповідальність засновників за згубний наслідок діяльності таких технологій. Ми переконані, що варто створити спеціальну установу, підзвітну Міністерству Юстиції України, наприклад, Департамент нейронних мереж України, діяльність якого буде спрямована на захист прав та законних інтересів громадян, щодо використання нейронних мереж.

Висновки. Отже, запровадження та використання штучного інтелекту у цивільному судочинстві України є неминучим процесом. Тому, для того, щоб «розумні» технології були зосереджені саме на забезпечення ефективності правосуддя, держава має спрямовувати всі свої зусилля на регламентацію та контроль цих мереж. Окрім того, ми вважаємо, що Україні варто запровадити досвід Китаю, США, Нідерландів та Японії щодо розробки та впровадження програмного інструменту штучного інтелекту у цивільне судочинство. Більше того, ми переконані, що доповнення та зміни до ЦПК України стануть базисом для розробки моделі законодавства у цій сфері.

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28. 06. 1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод: Конвенція від 04. 11. 1950 р. *Урядовий кур'єр*. 2010. № 215.
3. Liability for autonomous and artificially intelligent robots. URL: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/pjbr-2018-0018/html>
4. Грень Н. М. Право на справедливий суд: проблеми доступності та публічності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2015. №825. С. 132–137.
5. How artificial intelligence will affect the practice of law. URL: [https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/88092/1/Alarie %20Artificial %20Intelligence.pdf](https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/88092/1/Alarie%20Artificial%20Intelligence.pdf)
6. Legal Reasoning and Artificial Intelligence: How Computers «Think» Like Lawyers. URL: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/ucoun8&div=6&id=&page=>
7. Завадський А.А. Використання штучного інтелекту в судових та правоохоронних системах: етичні чинники, світовий досвід. *Порівняльно-аналітичне право*. 2019 № 5. С. 232–235.
8. Judicial applications of artificial intelligence. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=seSoBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sartor+Judicial+applications+of+artificial+intelligence&ots=g7N5N3Yg6e&sig=XZakdo9UGlZU9SAX0kvu20R2XH4&redir_esc=y#v=onepage&q=sartor %20Judicial %20applications %20of %20artificial %20intelligence](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=seSoBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sartor+Judicial+applications+of+artificial+intelligence&ots=g7N5N3Yg6e&sig=XZakdo9UGlZU9SAX0kvu20R2XH4&redir_esc=y#v=onepage&q=sartor%20Judicial%20applications%20of%20artificial%20intelligence)
9. Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2020 р. № 1556-р. *Урядовий кур'єр*. 2020. № 247.

Наукове видання

**Збірник доповідей 88-ї наукової
студентської конференції**

**ІННОВАЦІЙНІ ІДЕЇ ТА КРЕАТИВНІ ПРОЄКТИ
В ЦИФРОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ**

(12–18 травня 2021 р.)

Коректор *Н. Підлужна*
Верстка *С. Лозова*

Підп. до друку 02.08.2021.
Формат 60×84/8. Друк. арк. 23,33. Зам. 21-5688.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)
E-mail: litera_kneu @ukr.net