



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 1

Журнал

березень 2024



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**Молодіжний економічний вісник
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

№ 1
березень 2024
Журнал

Виходить щоквартально

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету
Протокол № 3 від 22.03.2024 р.

Ідентифікатор медіа: R30-02756
(рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
№ 685, протокол № 9 від 7 березня 2024 року).

Періодичність – щоквартально.
Мова видання – українська, англійська, французька, німецька.

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради.

Редакційна колегія

Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ імені Семена Кузнеця (головний редактор)

Бриль М. С. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Власенко Т. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Вовк В. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Гриневич Л. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Журавльова І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Яценко Р. М. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Тищенко В. Ф. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Чернишов В. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, просп. Науки, 9а, Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Конт. телефон: (057)702-03-04

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення
або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2024



ЗМІСТ

Андрейчіков О. О. Бінарний оптимум фізичного й інтелектуального капіталу ІТ-компаній.....	5
Бараннік І. О., Бударін О. С. Роль машинобудування у відновленні економіки України	9
Барановський Д. В. Проблеми управління персоналом органів публічної влади в умовах цифровізації	12
Bliznyuk O. Influence of national culture on the leader's profile	14
Блиндарук А. О., Шаповалова О. О. Досягнення та виклики у сфері відстеження рухомих об'єктів та аналізу їхньої поведінки	17
Бойцова А. Р., Воронюк Є. В. Програма SADC-EU – шлях до розвитку в умовах глобальної невизначеності	21
Bronko A., Brynza П. Development of a model for cluster analysis of macroeconomic indices.....	24
Велика О. Ю. Особливості адміністративного менеджменту підприємства в кризових умовах.....	28
Віжунюв А. О., Устименко А. В. Корпоративна безпека організаційного розвитку на засадах положень концепції «соціальної відповідальності»	31
Havrylchenko O. Economic growth potential of an enterprise in the contours of the innovative and investment development model.....	34
Гайдук О. О. Обґрунтування напрямів формування конкурентного потенціалу ІТ-компанії	36
Грицай Я. Г. Шляхи розвитку цифрового освітнього середовища в закладі загальної середньої освіти	39
Дементьева Т. І. Педагогічний артистизм як особлива риса професійної компетентності викладача вищої школи.....	42
Дуга С. Ю. Інвестиції в людський капітал в умовах невизначеності: український кейс.....	44
Єнгалічев С. О., Леуненко О. В. Імітаційне моделювання та дослідження алгоритмів планування пакетних потоків даних із різними пріоритетами.....	46
Квашина Ю. А., Логвиненко Д. В. Бізнес-процеси як джерело конкурентних переваг підприємства.....	50
Кончик Д. В. Атрактивність підприємств як важлива складова їх розвитку	53
Костін І. Д. Сутність соціально-економічної ефективності диджитал-інноваційних проєктів та інструменти її оцінювання	55
Леуненко О. В., Єнгалічев С. О. Моделювання та захист передачі даних ресурсоємних задач у гетерогенних хмарних системах	59
Лиска П. О. Політика корпоративної соціальної відповідальності як механізм протидії багатоаспектній «невизначеності»	64
Лола Ю. Ю., Несміян Д. М. Дослідження готовності молоді до використання інструментів партисипаторної демократії.....	67



Ляшенко Б. Ю., Беляєва Н. Є. Проблемогенний соціум як чинник трансформації цінностей	70
Мажник Л. О. Особливості інноваційного розвитку підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності цифрової економіки.....	72
Маммедов А. О., Руденко А. В. Особливості впровадження технологій електронного врядування в галузі відновлюваної енергетики.....	75
Небилиця О. А. Синергія онлайн- та офлайн-каналів просування – ключовий чинник розвитку бізнесу.....	77
Нікулін Д. Ю. Податкове стимулювання як перспективний напрямок економічного розвитку країни	80
Обриньба Я. Ю., Горбачов А. В. Синофобія як проблема міжнародних відносин в Азійсько-Тихоокеанському регіоні.....	83
Онищенко М. В. Ухвалення інвестиційних рішень в умовах ризику.....	86
Подорожна М. Р., Войтенко О. В. Національний бренд як чинник конкурентоспроможності міжнародного бізнесу.....	90
Purei Ye. Activation of business activities through digital marketing tools	93
Райко Д. В., Масалаб О. В. Роль маркетингових стратегій у розвитку підприємств: аналіз основних підходів і їх вплив на конкурентоспроможність	96
Сиромолот Е. А. Відновлення розвитку територій в умовах європейської інтеграції	99
Скляр Т. П. Система базисних понять оцінки інноваційного розвитку експортно-імпорتنної діяльності суб'єктів господарювання	103
Смотровва Д. В., Гриневич Л. В. Рівень організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібною торгівлі	106
Ушкальов В. В., Мартіянова М. П. Технології пошуку за відкритими джерелами в підготовці економістів	109
Wang Honghai. Socio-communication technologies concept and types.....	112
Yang Honghao. The current situation of calligraphy education in chinese universities.....	114
Чала Д. М., Воронюк Є. В. Реалізація угод PROSUR та USMCA як напрям південноамериканського розвитку	116
Cherkaskyy O. Tools of marketing management of the enterprise's intellectual resources	119
Zhang Lei. Modernization of the educational process in higher education institutions in the context of the implementation of network learning technology	122
Шевченко Н. В. Забезпечення якості освіти в закладах загальної середньої освіти в умовах подолання освітніх втрат	123
Шевченко С. О. Виклики та можливості управління кар'єрним зростанням в епоху цифрових трансформацій	127
Шумейко С. О. Застосування технології електронного врядування щодо забезпечення добробуту територіальних громад	129
Єрьомка Д. В., Кожуріна А. Д. Основні форми та напрями взаємодії	



БІНАРНИЙ ОПТИМУМ ФІЗИЧНОГО Й ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ІТ-КОМПАНІЙ

УДК 004

Андрейчиков О. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра кібербезпеки та інформаційних технологій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження принципів взаємодії фізичного та інтелектуального капіталів ІТ компаній. На основі системології встановлено діалектичний характер цієї взаємодії, запропоновано модель та інтерпретації при визначенні бінарного оптимуму цих видів капіталу в рамках ІТ компаній.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, ІТ компанії, бінарний оптимум.



Annotation. The article investigates the principles governing the interaction between the physical and intellectual capital of IT companies. Drawing upon Systemology, it establishes the dialectical nature of this interaction and proposes a model along with interpretations for determining the optimal balance of these capital types within IT companies.

Keywords: intellectual capital, IT companies, binary optimum.



Постановка проблеми. У контексті розвитку цифрового суспільства роль ІТ компаній, завдяки яким створюються, впроваджуються та розвиваються інформаційні технології, зростає щодня. Однак для ефективного управління ІТ компаніями в умовах, коли зростає роль нематеріальних активів відносно матеріальних, все гостріше постає питання пошуку оптимуму цих двох важливих складових у роботі не лише ІТ компанії, а й усіх сучасних суб'єктів економічної діяльності. Адже нерозуміння об'єкта управління, його складових і принципів їхньої взаємодії призведе лише до казуальних (випадкових) і несистемних результатів їхнього використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інтелектуального капіталу (ІК) ІТ компаній, які сьогодні стали центрами створення інноваційних цифрових технологій та їх постачальниками, на цей час присвячено невелику кількість робіт, зокрема, таких авторів, як: Sreedhar Madhavaram, Radha Appan, K. T. Manis, Glenn J. Browne [1], які досліджували роль ІК у підвищенні конкурентоздатності ІТ компаній; авторів Daniel Kipkirong Tarus & Emmanuel Kiptanui Sitienei [2], які досліджували вплив ІК на інноваційність ІТ компаній в Кенії; Alexandru Capatinaa, Gianita Bleojua, Florinda Matosb, Valter Vairinhosb [3], які розробляли фреймворк для стратегічного управління ІК на основі теорії силового поля Курта Левіна (нім. Kurt Zadek Lewin) на прикладі 74 румунських ІТ компаній; Sumathy Mohan [4], яка досліджувала вплив інтелектуального капіталу на ефективність роботи індійських ІТ компаній.

Однак для всебічного системного дослідження інтелектуального капіталу необхідно розуміти як його структуру, так і принципи його взаємодії з фізичним капіталом. Адже ці два види капіталу постійно взаємодіють і окремо один від одного не можуть повноцінно функціонувати та приносити ті переваги, які можуть приносити під час взаємодії. Очевидно, що наявність у ІТ компанії комп'ютерів окремо від програмістів, як носіїв людського капіталу, та навпаки не створює цінність, яку можна отримати при їх поєднанні. Це означає, що результат їхнього складання (об'єднання) більший за їх суму, що є проявом синергії або, згідно з теорією систем, – властивістю емерджентності.

Саме тому, щоб повною мірою забезпечити ефективне управління ІТ компаніями на засадах сталого розвитку, потрібні більш глибокі та фундаментальні системні дослідження принципів взаємодії фізичного та інтелектуального капіталу, що є актуальним питанням як в теоретичній, так і у практичній площині.

Мета дослідження – дослідити бінарне значення оптимуму фізичного та інтелектуального капіталу для ІТ компаній.



Виклад основного матеріалу. Про роль науки як системоутворюючого елемента ХХІ сторіччя та зростання ролі інтелекту писав ще видатний український вчений, один із засновників Української академії наук та вчення про ноосферу В. І. Вернадський (1863–1945 рр.). Пізніше на зростаючу роль науки, освіти, сфери послуг і знань як таких в економіці звернули увагу в 1960-х роках, коли поступово почали переважати промисловість і сільське господарство, де також активно почали використовуватись наукові знання. Саме це й обумовлювало появу та формування таких понять та концепцій, як «постіндустріальне суспільство», вперше описане у 1958 р. в роботах професора соціальних наук Чиказького університету Д. Рісмана (англ. David Riesman) та згодом у 1973 р. найбільш повно та всебічно обґрунтоване видатним американським професором соціології Гарвардського університету Д. Беллом (англ. Daniel Bell), «індустрія знань», яку першим у 1962 р. описав австрійсько-американський економіст Ф. Махлуп (нім. Fritz Machlup) та «інтелектуальний капітал», про роль якого вперше у 1969 р. написав відомий американський економіст кейнсіанської течії та автор теорії технічного детермінізму і конвергенції Дж. Гелбрейт (англ. John Kenneth Galbraith).

У наш час зростання ролі інтелектуального капіталу вже змістило фокус з фізичних активів на активи, засновані на знаннях, які стають рушійною силою економічного зростання та інновацій, що й досліджено автором у роботі [5] на прикладі компанії Apple та 100 найбільших підприємств України.

Крім того, за даними провідної компанії з вивчення та оцінки інтелектуального капіталу Attainix Consulting [6], на початок квітня 2024 р. інтелектуальний капітал Microsoft оцінюється більш ніж у 1,38 трлн дол. США, або 46 % від загальної капіталізації у 3 трлн дол. США, ІК Apple – більше ніж 1,31 трлн дол. США, або 48 % від загальної капіталізації у більше ніж 2,7 трлн дол. США, а ІК Nvidia – більше ніж у 380 млрд дол. США, або 25 % при загальній капіталізації у більше ніж 1,5 трлн дол. США.

Дані приклади підтверджують, що інтелектуальний капітал є важливою складовою технологічних компаній, а його застосування дає можливість створювати інноваційну продукцію з більш високою додатковою вартістю, наприклад, програмне забезпечення, розробка якого приносить значні надходження як приватним ІТ компаніям, так і бюджетам багатьох країн у вигляді податків та інвестицій. Зокрема, в Україні згідно з роботою [7] у 2023 р. частка ІТ у ВВП країни складає 4,9 %, внесок ІТ галузі до валової доданої вартості (ВДВ) – 5,5 млрд дол. США, обсяг експорту ІТ послуг – 6,7 млрд дол. США (скорочення на 8,4 % порівняно з 2022 р.), а обсяг залучених інвестиції становив 111 млн дол. США (у 2022 р. – 631,5 млн дол. США).

Усвідомлюючи важливість людського капіталу, ІТ компанії активно створюють власні навчальні центри: 8 із 10 українських ІТ компаній фінансують освітні проекти. Зокрема, під час щорічної конференції з ІТ освіти «Synergy. ІТ Business & ІТ Education» у грудні 2023 р. за участі провідних ІТ компаній України та представників влади вищого рівня, було зазначено [8], що освіта – це перший глобальний напрям, який матиме довгостроковий вплив на розвиток держави, а без розвитку науки неможливі інновації та розвиток новітніх технологій. Тобто інвестування в розвиток інтелектуального капіталу ІТ галузі призводить, власне, до збільшення прибутку (самозростання) капіталу як такого, що свідчить про наслідування інтелектуальним капіталом функції самозростання капіталу.

Викладене доводить, що для ІТ компаній інтелектуальний капітал є дуже важливим видом капіталу, а управління ним – пріоритетною задачею, бо інтелектуальний капітал зараз сприймається як певна внутрішня сила сучасного бізнесу, що підтримує необхідний рівень компетенцій та дає поштовх до інновацій.

І хоча для ІТ компаній значення інтелектуального капіталу відносно фізичного постійно зростає (зокрема, сьогодні вже зрозуміло, що можна працювати віддалено, не маючи фізичного офісу та супутніх витрат на нього взагалі), і це, звісно, викликає у ІТ компаній бажання збільшити частку ІК в структурі свого капіталу. Однак очевидно, що це небезкінечний процес і, врешті-решт, буде досягнута межа, коли частка ІК стане надлишковою. Саме тому треба визначити ці межі, в рамках яких використання ІК буде ефективним, бо, як вже було зазначено, матеріальні активи окремо від нематеріальних не можуть забезпечити ефективне та якісне функціонування економічного суб'єкта, зокрема, ІТ компанії.

Для того щоб знайти ці межі, треба поглянути на капітал як систему. Враховуючи, що він складається з двох типів капіталу – фізичного та інтелектуального, можна казати про його бінарний устрій, а з огляду на те, що фізичний та інтелектуальний капітали за своєю природою є протилежними (матеріальним та нематеріальним), можна казати про їх діалектичну природу, яка також є бінарною.



Завдяки системології [9], як методології новітнього етапу розвитку системного аналізу в аспекті ноосферної парадигми інформації та теорії відкритих систем, при більш детальному дослідженні природи взаємодії фізичного та інтелектуального капіталів було встановлено діалектичний характер їхньої взаємодії, який повністю відповідає всім основним діалектичним законам:

- закон єдності та боротьби протилежностей: лише у єдності фізичного та інтелектуального капіталів з'являється цінність, хоча вони є протилежними та, як видно із викладеного вище, конкурентними видами капіталу за своєю суттю;

- закон переходу кількості в якість: завдяки фізичному капіталу (комп'ютери, станки, конвеєри, тощо) бізнес може створювати більшу кількість товарів і послуг, а завдяки інтелектуальному – покращувати їхню якість як внутрішньої характеристики. Так, при появі певної інноваційної розробки / послуги вона починає копіюватись, що призводить до збільшення її кількості на ринку, що далі змушує виробників в умовах конкуренції покращувати характеристики (якість) цієї розробки / послуги, що і призводить до появи нових більш якісних зразків цього товару чи послуги, а далі процес повторюється знову. При цьому якість і кількість неспроможні існувати окремо, оскільки будь-яка річ чи явище визначається і якісною характеристикою, і кількісними показниками;

- закон заперечення, який полягає в тому, що в процесі розвитку предмета на певному етапі він починає змінюватись і заперечувати своє ество (його попередній стан заперечується новим станом), що пов'язано з попереднім пунктом. Тобто при вдосконаленні характеристик товару чи послуги щорічно з'являються нові моделі, наприклад, телефонів Apple або версій програмного забезпечення, які в кожній наступній ітерації набувають нових якісних характеристик, тобто набувають нового якісного стану, який і заперечує попередній.

Таким чином, діалектична система (капітал) може бути як у стані рівноваги (оптимуму), що визначається рівністю або оптимальним співвідношенням її протилежностей (фізичного та інтелектуального капіталів), так і виходити зі стану рівноваги (при надлишку однієї з компонент), коли під дією зовнішніх або внутрішніх процесів протилежності перестають врівноважувати одна одну.

Отже, враховуючи викладене, встановлення оптимуму фізичного та інтелектуального капіталів доцільно проводити на основі принципу стійкості бінарних систем.

Як зазначено в роботі [10], подібну задачу в рамках тектології (загальної організаційної науки) ставив перед собою один з її засновників, випускник Харківського університету (1899 р.), економіст та професор політичної економії О.О. Богданов, який вперше на прикладі систем «організація-дезорганізація» сформулював основні положення теорії самоорганізації систем та системного підходу, які згодом були доповнені та математично обґрунтовані на прикладах «централізація-децентралізація» та «хаос-порядок» професором Г. К. Сьомінім. Зокрема, останній чисельно встановив, що бінарні системи стійкі лише усередині діапазону від $\frac{1}{3}$ до $\frac{2}{3}$, бо інакше різко зростає їхня нестійкість, губиться керування, та без примусового втручання система приречена на розпад. Встановлено, що при значеннях оптимуму W , близьких до 0 або 1, відбувається катастрофічне (на порядки) зменшення стійкості соціально-економічних систем (СЕС), до яких належать й ІТ компанії. Своєю чергою, в інтервалі $\frac{1}{3} < W < \frac{2}{3}$ існує область стійкості, всередині якої і слід проводити вибір конкретного значення W для даної СЕС залежно від умов її існування і ряду інших параметрів. Теоретичними передумовами в цьому дослідженні були теорія складності, теорія самоорганізації, теорія фракталів та інші.

Для ІТ компаній з метою покращення показників ефективності їхньої діяльності цей принцип можна використовувати для вибору оптимальної бінарної пропорції фізичного та інтелектуального капіталів. Так, діапазони та їх інтерпретація для визначення оптимальної бінарної пропорції в цій системі можуть бути такими:

$[0 - \frac{1}{3}]$ – існує надлишок фізичного капіталу (комп'ютерів, устаткування, обладнання, приладів, тощо), інтелектуального капіталу недостатньо, слабкий потенціал для створення інновацій або виконання проєктів (в команді недостатньо досвідчених розробників). Наприклад, у ІТ компанії є значний надлишок комп'ютерів та нестача ІТ спеціалістів;

$[\frac{1}{3} - \frac{2}{3}]$ – оптимальний діапазон пропорцій для роботи ІТ компанії, фізичний та інтелектуальний капітал збалансовані, у ІТ компанії є потенціал до виконання замовлень і створення інновацій, який постійно реалізується, компанія розвивається;



[$\frac{2}{3} - 1$] – потенціал інтелектуального капіталу не може бути реалізовано повністю, бо існує його надлишок, відбувається його «простій», що в реальних умовах може означати надлишок ІТ спеціалістів при нестачі комп'ютерної техніки або проектів для них тощо.

Висновки. Погляди та уявлення про капітал як найважливішої економічної категорії в процесі свого розвитку, проходячи так звану діалектичну тріаду (теза, антитеза, синтез), вже пройшли шлях від промислового капіталу Генрі Форда (англ. Henry Ford) з його конвеєром (теза) до капіталу знань Стіва Джобса (англ. Steven Paul Jobs) та Біла Гейтса (англ. William Henry Gates III) (антитеза). Однак, як встановлено в проведеному дослідженні, окремо один від одного фізичний та інтелектуальний капітали не створюють тієї цінності, яку можна отримати при їх поєднанні. Це означає, що подальші дослідження потрібно проводити у напрямку формування та формалізації нової парадигми фізично інтелектуального капіталу, заснованого на моделях бінарного оптимуму як діалектичного синтезу тези та антитези.

Перспективи подальших досліджень. Отримані результати самостійно проведеного дослідження автора мають як практичне, так і теоретичне значення для подальшого вивчення фізичного й інтелектуального капіталу ІТ компаній, а також дослідження принципів їх взаємодії та пошуку оптимальних пропорцій.

Науковий керівник – д-р техн. наук, професор Старкова О. В.

Література: 1. Madhavaram S., Appan R., Manis K. T., Browne G. J. Building capabilities for software development firm competitiveness: The role of intellectual capital and intra-firm relational capital. *Information and Management*. 2023. Vol. 60 (2). Article 103744. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103744>. 2. Tarus D. K., Sitienei E. K. Intellectual capital and innovativeness in software development firms: the moderating role of firm size. *Journal of African Business*. 2015. Vol.16:1-2. P. 48–65. DOI: <https://doi.org/10.1080/15228916.2015.1061284>. 3. Capatinaa A., Bleojua G., Matosb F., Vairinhosb V. Leveraging intellectual capital through Lewin's Force Field Analysis: The case of software development companies. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.07.001>. 4. Sumathy D. M. Impact of Intellectual Capital on Firm Performance in Indian IT Companies. *The journal of contemporary issues in business and government*. 2021. Vol. 27 (2). P. 4335–4340. URL: https://www.researchgate.net/publication/354598569_Impact_of_intellectual_capital_on_firm_performance_in_Indian_it_companies. 5. Старкова О. В., Андрейчиков О. О. Роль інтелектуального капіталу в контексті розвитку ІТ-компаній // Інформаційні технології та інженерія : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів (31 січ. – 2 лют. 2024 р., м. Миколаїв). Миколаїв, 2024. С. 20–22. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1661>. 6. icTracker Valuation of stocks with Industry 'Software Infrastructure' in United States. URL: <https://www.attainix.com/ICTrackerSummary.aspx?indcode=Software%20Infrastructure.US>. 7. Обсяг експорту ІТ-послуг з України у 2023 році скоротився на 8,4% і склав \$6,7 млрд. URL: <https://ain.ua/2024/01/31/ukrayinskyj-it-eksport-u-2023-roczj-skorotyvsya-na-84>. 8. Синергія освіти та інновацій: як розвиватиметься ІТ освіта в Україні. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/sinerhiya-osviti-ta-innovacij-uk-rozvivatimetsya-it-osvita-v-ukrayini>. 9. Бондаренко М. Ф., Соловійова Є. А., Маторін С. І. Основи системології. Харків : ХНУРЕ, 1998. 118 с. 10. Коваль З. В. Підходи до державного управління стійкістю соціально-економічних бінарних систем в умовах деструктивного інформаційно-психологічного впливу на Україну. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017. Вип. 1 (69). С. 64–69.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





РОЛЬ МАШИНОБУДУВАННЯ У ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 338.1, 338.2

Бараннік І. О.

Здобувач наукового ступеня доктора наук,
кафедра менеджменту та бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Бударін О. С.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра вищої математики та економіко-математичних методів ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У тезах викладено узагальнення ролі та значення галузі машинобудування у відновленні економіки України. Наведено проблеми машинобудування в сучасних умовах економіки. На практичному прикладі продемонстровано, що роль машинобудування у ВВП України поступається країнам східної Європи. Представлено свідчення, що виробництво продукції машинобудування починаючи з 2010-х рр. значно відстає від обсягів споживання і зростає імпортозалежність. Наведено принципи сучасної політики стимулювання розвитку машинобудування.

Ключові слова: розвиток машинобудування, ключові виклики, відновлення економіки, принципи політики стимулювання розвитку.



Annotation. The article summarizes the role and importance of the mechanical engineering industry in the recovery of the economy of Ukraine. The problems of mechanical engineering in modern economic conditions are presented. A practical example demonstrates that the role of mechanical engineering in the GDP of Ukraine is inferior to the countries of Eastern Europe. The evidence is presented that since the 2010s, the production of machine-building products has significantly lagged behind consumption and import dependence is increasing. The principles of the modern policy of stimulating the development of mechanical engineering are presented.

Keywords: development of mechanical engineering, key challenges, recovery of the economy, principles of development stimulation policy.



У сучасних складних соціально-економічних умовах Урядом здійснюються структурні реформи у державному секторі, проводяться низки економічних реформ, що спрямовані на розвиток бізнес-клімату та підприємництва, а також кроки для розвитку пріоритетних секторів, що можуть забезпечити швидке економічне зростання.

Стратегічна мета державної промислової політики на середньострокову перспективу (до 2030 року) полягає у селективному формуванні і підвищенні конкурентоспроможності обраних видів промислової діяльності і продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках на основі переходу до інноваційної моделі розвитку промисловості, освоєння нових ринків та ефективної участі в інтеграційних процесах, утвердження України як сталої високотехнологічної держави [1; 2].

Розвиток машинобудування, особливо важкого енергомашинобудування – це також одна із складових повоєнної промислової політики, спрямованих на збереження і розвиток високотехнологічних видів промислової діяльності як з високим ступенем доданої вартості, так і для забезпечення енергетичної безпеки країни, що включає розширення локалізації відповідних виробництв у енергетиці, машинобудуванні й взаємопов'язаних з ними видів діяльності з посиленням мультиплікативним ефектом для всієї економіки.

У сучасних умовах економіки проблемами у машинобудуванні є:

- тривала стагнація галузі машинобудування і переробної промисловості в цілому;
- імпортозалежність: торговий баланс машинобудування -9 % ВВП;



- брак ніші на ринку ЄС;
- державна стратегія та систематизована промислова політика;
- необхідність підготовки галузі до інтеграції в ЄС.

Причини невідкладності вирішення проблем у машинобудуванні:

- загострення кризи галузі через війну: - 30 %;
- потреба значних інвестицій в обладнання в рамках відбудови та модернізації – сотні \$ млрд;
- можливість отримати фінансування для реформування галузі через Ukraine Facility Plan;
- увага до України світових виробників – можливість партнерства та інвестицій;
- ризик втратити шанс прискореного відновлення і зростання [1].

Машинобудування у галузевій структурі економіки України є ключовим, але недооціненим елементом [2].

Роль машинобудування у ВВП України поступається країнам Східної Європи і мала би бути у 3–5 разів вищою для такого розміру економіки, і про це свідчить зміст рис. 1.

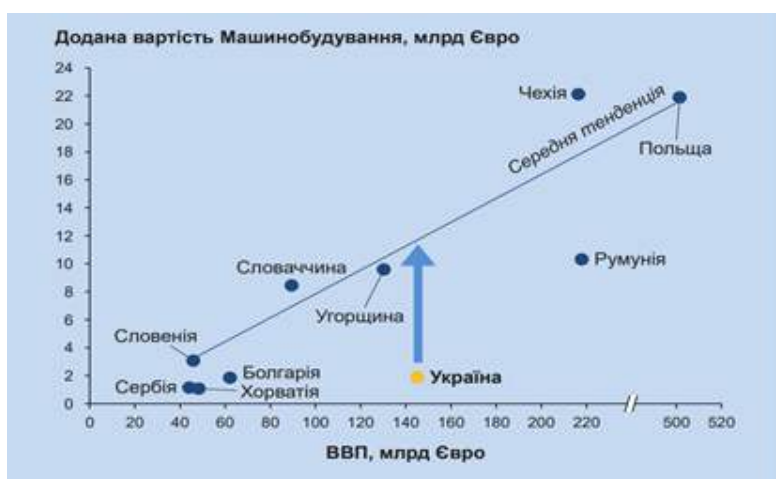


Рис. 1. Додана вартість у машинобудуванні порівняно з ВВП Східної Європи у 2021 р.

Слід зазначити, що виробництво продукції машинобудування починаючи з 2010-х рр. значно відстає від обсягів споживання, зростає імпортозалежність, і про це свідчить рис. 2.

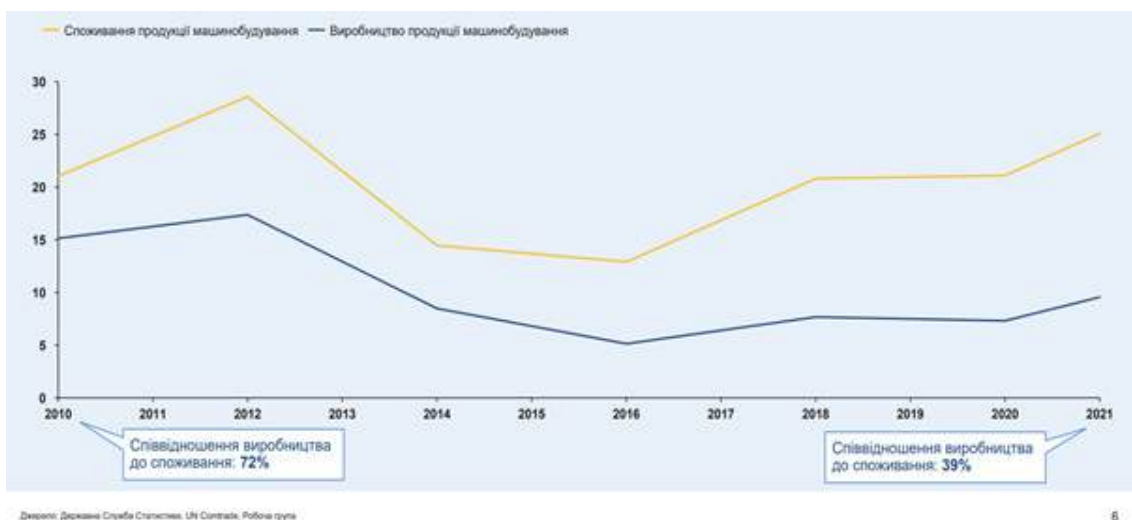


Рис. 2. Динаміка споживання і виробництва продукції машинобудування в Україні 2010–2021 рр., млрд дол.



Війна створила ще більший виклик для відродження машинобудування як в аспектах попиту і збуту, так і у розрізі виробничих можливостей [3; 4]. Ключові виклики такі:

- падіння споживання;
- втрата ринків збуту;
- втрата виробничих потужностей;
- втрата робочої сили;
- порушення виробничих і логістичних ланцюжків.

Для розвитку галузі машинобудування на основі світової практики розроблені принципи сучасної політики стимулювання цієї галузі, а саме:

- максимізація доданої вартості за рахунок пріоритету виробництв з вищим ступенем переробки;
- ринкові механізми, які б сприяли зростанню галузі у конкретних умовах, уникнення точкових обмежень чи преференцій, вирівнювання конкурентних умов між регіонами;
- практичність втілення на основі економічного обґрунтування, виходячи з наявних можливостей, вартість втілення, співвідношення витрат і вигід;
- прозорливість і послідовність державних пріоритетів, що відображається в урядових стратегіях, які визначають довгострокову поведінку держави у відповідних галузях.

Для формування стратегії розвитку машинобудування необхідна об'єктивна оцінка цієї галузі [5]. Тому подальші дослідження пов'язані з розробленням теоретичного та методичного підґрунтя оцінки розвитку машинобудування.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Малярець Л. М.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Отенко В. І.

Література: 1. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a1554595-5306-44ac-90a7-943745ba06f0&title=UkraineRozvivatime>. 2. Геєць В. М. До питання теорії і практики політики соціальної якості в повоєнній Україні. *Економіка України*. 2023. № 4 (737). С. 3–22. URL http://economyukr.org.ua/?page_id=723&lang=uk&aid=615. 3. Занора В. Розвиток підприємства: сутність, форми, види. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6 (61). С. 69–78. 4. Іванчук К. О. Теоретичні підходи до визначення сутності категорії «розвиток підприємства». *Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку*. 2012. 2012. С. 231–239. 5. Малярець Л. М., Міненкова О. В., Сабадаш Л. О. Моделювання в оцінці та аналізі діяльності підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 202 с.

Тези надійшли до редакції 15.04.2024 р.





ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

УДК 35.08:005.95

Барановський Д. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра державного управління, публічного адміністрування
та економічної політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі окреслено основні проблеми в управлінні персоналом органів публічної влади в умовах стрімкої цифровізації. Розглянуто новітні інформаційні системи для ефективного кадрового забезпечення. Визначено основні напрямки розвитку управління персоналом в умовах цифровізації.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, проблеми, публічна влада, управління персоналом, цифровізація.



Annotation. The work outlines the main problems in personnel management of public authorities in conditions of rapid digitalization. The latest information systems for effective staffing are considered. The main directions of the development of personnel management in the conditions of digitalization have been determined.

Keywords: information and communication technologies, problems, public power, personnel management, digitalization.



Процес цифрової трансформації досить стрімко розвивається. На сьогодні він зачепив не тільки економіку, але й публічну владу. Останнім часом постійний розвиток, а отже, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) здійснюють значний вплив у багатьох процесах управління в публічному і непублічному секторі. Використання цифрових ресурсів спрощує і покращує безліч процесів, що обумовлює зайнятість переважної більшості громадян у інформаційному полі для задоволення власних потреб.

Поступовий перехід до цифрової держави показав, що набір компетенцій публічних службовців, який використовується для виконання функціональних обов'язків, є застарілим та малодієвим. У такому випадку підвищення ефективності та результативності майстерності посадовців покладається на служби управління персоналом. На сьогодні перед інформаційним суспільством постає багато викликів, головним із них є якісне формування інноваційного підходу до управління персоналом в органах публічної влади. Своєю чергою, новітні технології сприятимуть умовам для здійснення відкритого та ефективного публічного управління із застосуванням ІКТ.

Питанню розвитку особливостей цифровізації в Україні приділяли увагу О. Ю. Амосов, Л. Ю. Гордієнко, Г. М. Шумська, Н. В. Ющенко [1; 2] та інші. Проблемам управління персоналом органів публічної влади присвячені роботи О. Копішинової, О. Крутись, І. В. Матвеєнко, Х. С. Матківської, Н. І. Обушної, Г. О. Панченка, Л. Сметаніної, І. М. Сопілка, С. О. Теплової [5–7] й інших. Водночас все ще недостатньо уваги приділяється проблемам управління персоналом органів публічної влади в умовах цифровізації.

Метою цієї роботи є розгляд основних проблем та аналіз сучасного стану управління персоналом органів публічної влади в умовах цифровізації.

1 грудня 2017 року Розпорядженням КМУ № 844-р «Про схвалення Концепції впровадження інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах та затвердження плану заходів щодо їх реалізації» [3] було окреслено ряд проблем, які стосуються кадрового забезпечення на державній службі. Відповідно до Розпорядження головними проблемами є:

- відсутність автоматизації процесів управління людськими ресурсами в більшості державних органів;
- недостатність функцій моніторингу результативності діяльності державних органів;



- відсутність відкритості та прозорості інформації про людські ресурси в державних органах;
- відсутність достатньої електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів і недостатній рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури;
- відсутність єдиних стандартів ідентифікації користувачів інформаційної системи;
- низький рівень готовності державних службовців та інших працівників державних органів до впровадження інформаційної системи;
- недостатній рівень знань і навичок у державних службовців та інших працівників державних органів щодо використання інформаційної системи;
- низький рівень організації навчання державних службовців, інших працівників державних органів з питань використання інформаційної системи [3].

Останнім часом проблеми в державних органах, які пов'язані з відсутністю автоматизації процесів управління людськими ресурсами, відсутністю прозорості та відкритості інформації, а також недостатності функцій моніторингу результативності діяльності публічних організацій частково вирішуються. Поштовхом до цього стало прийняття Стратегії реформування державного управління на 2022–2025 роки, основною метою якої є побудова сучасної, цифрової та сервісно-орієнтованої держави. Реформа передбачає створення ефективної системи державного управління, що здатна здійснювати цілісну державну політику, спрямовану на задоволення потреб громадян, сталий суспільний розвиток та адекватне реагування на різні виклики [4].

На думку І. В. Матвеєнко та Г. О. Панченко, саме Стратегія пролонгувала процес впровадження інноваційної інформаційної системи управління персоналом в організаціях публічної влади – «HRMIS», яка була започаткована Національним агентством з питань державної служби України (далі – НАДС). Таким чином, було розпочато автоматизацію систем управління кадровим забезпеченням на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [5, с. 162].

Своєю чергою, І. М. Сопілко також зазначає переваги інформаційної системи «HRMIS». На думку дослідника, це зможе допомогти в узагальненні інформації в державних органах про людські ресурси, значно підвищить продуктивність робочого часу завдяки швидкій обробці даних, підвищить продуктивність держслужбовців, покращить результативність та ефективність на державній службі, удосконалив робочі процеси, тим самим з'явиться час на реалізацію стратегічних завдань аналізу та планування [6, с. 89].

О. Капішинова та Л. Сметаніна у праці [7, с. 205] з позитивної сторони характеризує «HRMIS», але наголошує, що впровадження такої системи окреслить додаткові проблеми, які будуть пов'язані з роз'яснювальними роботами. Освоєння системи потребує окремого навчання держслужбовців стосовно користування програмами, опанування вміннями та навичками для відзначення усіх можливостей та переваг.

Окрім цього, поява нових ресурсів для управління персоналом органів публічної влади зможе викликати нові ризики. Головною з них, як стверджується в [7], є витік інформації, що є небезпечно, адже кадрові питання – це одна із пріоритетних проблем будь-якої публічної установи. Слід погодитися з думкою О. Капішинової та Л. Сметаніної [7, с. 205], відповідно до якої при впровадженні різних цифрових систем завжди є ризик втрати інформації, особливо тієї, яка відноситься до персональних даних або до категорії «конфіденційно». Таким чином, використання будь-яких ІКТ має супроводжуватися високим рівнем безпеки.

Неоднозначним залишається питання повної цифровізації служб управління персоналом органів публічної влади. Як підкреслюють О. Капішинова та Л. Сметаніна в [7, с. 205], людина, яка повністю позбавляється людського спілкування, стає менше задоволеною, а залучення до роботи різко знижується. Не можна не погодитися, що HR-спеціалісти в процесі своєї роботи знаходять індивідуальний підхід до кожного працівника, надають поради, допомагають у вирішенні кадрових питань, проявляють емпатію в особистих проблемах, а також проводять відповідні навчальні заходи щодо підвищення кваліфікації. Якщо цей спектр робіт виконуватимуть інформаційні системи, результативність не буде високою. Важливим аспектом є те, що, незважаючи на військовий стан та безпекові проблеми у регіонах, більшість компаній час від часу намагаються проводити навчання з персоналом в офлайн режимі. Такий підхід допомагає підвищити комунікаційну діяльність працівників, максимально згуртувати команду, провести ефективну дискусію та багато іншого.

Таким чином, в Україні в умовах стрімкого розвитку цифровізації є ряд проблем, пов'язаних з діяльністю служб управління персоналом органів публічної влади. Для їх вирішення необхідно якісно освоювати інфор-



маційну систему «HRMIS», яка започаткована НАДС, проводити додаткові навчальні заходи щодо роз'яснення основних можливостей та переваг цифрових ресурсів, забезпечувати надійну безпеку по зберіганню інформації публічних установ.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бріль М. С.

Література: 1. Шумська Г. М. Теоретико-методичні аспекти забезпечення дієвого публічного управління для здійснення ефективної державної й регіональної економічної політики в умовах цифрового розвитку України // Трансформація суспільних відносин в умовах цивілізаційних змін : кол. моногр. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2023. С. 307–329. 2. Амосов О. Ю., Гордієнко Л. Ю., Ющенко Н. В. Сучасні рейтингові оцінки розвитку електронного урядування та інформаційного суспільства. *Ефективність державного управління*. 2020. Вип. 1 (62). Ч. 1. С. 13–27. 3. Про схвалення Концепції впровадження інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.12.2017 № 844-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/844-2017-%D1%80#Text>. 4. Стратегія реформування державного управління України на 2022-2025 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/reforms/pars-2022-2025-ukr.pdf>. 5. Матвеєнко І. В., Панченко Г. О. Управління персоналом в системі державної служби України в умовах цифровізації. Наукові перспективи. 2022. Вип. 9 (27). С. 157–170. 6. Сопілко І. М., Крутась В. О. Автоматизація і цифровізація процесів з питань управління персоналом на державній службі. *Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія : Юридичний вісник «Повітряне і космічне право»*. 2022. Вип. 1 (62). С. 85–90. 7. Копішинова О., Сметаніна Л. Цифровізація управління персоналом в органах публічної влади. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. Т. 3. № 84. С. 202–205.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.



INFLUENCE OF NATIONAL CULTURE ON THE LEADER'S PROFILE

UDC 005.95:316.46

Bliznyuk O.

Ph.D. student of Management and Business department
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. Managers of companies in different countries of the world now acutely feel the influence of the cultural context of the country in which they work. Understanding and taking into account the cultural characteristics of various countries with representatives of which a particular company interacts has a positive effect on the company's management process, creating a synergistic effect in increasing the efficiency of its activities. The influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the leader in such a company was analyzed, based on the 6D-model. Because of the analysis, it was determined that five of the six cultural dimensions of the 6D-model directly affect the cross-cultural profile of the leader.

Keywords: national culture, leader's profile, «power distance», «individualism versus collectivism», «masculinity versus femininity», «avoidance of uncertainty», «time orientation».





Анотація. Менеджери компаній в різних країнах світу зараз гостро відчують вплив культурного контексту країни, в якій вони працюють. Розуміння та врахування культурних особливостей різних країн, з представниками яких конкретна компанія взаємодіє, позитивно позначається на процесі управління компанією, створюючи синергетичний ефект у підвищення ефективності її діяльності. Було проаналізовано вплив національної культури країни, в якій функціонує компанія, на крос-культурний профіль лідера в такій компанії, на основі 6D-моделі. В результаті аналізу біло визначено, що п'ять з шості культурних вимірів 6D-моделі безпосередньо впливають на крос-культурний профіль лідера.

Ключові слова: національна культура, профіль лідера, «дистанція влади», «співвідношення індивідуалізму і колективізму», «співвідношення мужності і жіночності», «уникнення невизначеності», «часова орієнтація».



Formulation of the problem. National culture directly affects people's value system, mentality, and dominant management style. The culture of any organization is strongly influenced by the national factor, which is extremely important to consider when conducting business with partners, as numerous studies show that due to differences in attitudes and common values in the same situations, representatives of different cultures behave completely differently.

Analysis of the latest research and publications. As determined by a group of scientists in the cross-cultural study [4], it is a national culture that explains 50% of the differences in the relations and behavior of representatives of different national cultures, which indicates a significant influence of national culture on the behavior of company employees and, accordingly, in on the leadership style in such a company. Another cross-cultural study [5] on the influence of culture on management characteristics in the three most economically developed countries, such as the USA, Germany, and Japan, determined that "cultural rules do not just 'influence' people's behavior, they determine meaning and identity of individuals and patterns of relevant economic, political, and cultural activity in which these individuals are involved." In the cross-cultural study [1] devoted to the analysis of the influence of national culture on personnel management, it was proved that the most comprehensive assessment of the influence of national culture on personnel management of an organization is a methodical approach based on the 6D-model [3].

Task statement. The purpose of this study is to analyze the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the leader in a company, based on the 6D-model.

Summary of the main research material. The basis of the 6D-model is the analysis of the influence of six cultural dimensions, according to which a group of scientists led by G. Hofstede analyzed the national cultures of different countries of the world several times (1979, 1986, 2002, 2010, 2016, October 2023) [2].

Let us consider each of these dimensions and determine the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the leader in a company according to each of these dimensions.

The first cultural dimension, which determines the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company's leader, is «power distance». Thus, in cultures with a large power distance, employees of the organization are inclined to accept the power and authority of a superior official only on the basis that this official occupies a higher position in the hierarchical management system. In cultures with a small distance of power, employees of the organization attach much less importance to the position of this or that official in the hierarchical management system, which, in their opinion, exists to solve problems and organize the performance of tasks within the framework of this or that organization.

The second cultural dimension, which determines the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company's leader, is "individualism versus collectivism." Thus, the main values of a culture with a significant influence of individualism are a developed sense of self-worth and independence of actions and judgments. Representatives of this culture in many cases put their careers above the interests of their company. In a culture with a significant influence of collectivism, a value system dominates in which an individual is, first of all, a part of a group, and only then – an individual, while there is a clear social structure, which includes large families, clans, and labor groups of companies. Also, in a culture with signs of individualism, the manager expects effective work from his subordinates. Work should be organized so that the interests of subordinates and the organization coincide since such employees profess the philosophy of the so-called «economic man», which is based on individual needs. In the culture of collectivism, the manager never hires an employee as an autonomous individual, he always acts as a representative of a specific collective, and the suppression of personal interests is normal.



The third cultural dimension of national cultures, according to which the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company's leader was determined, is «masculinity versus femininity». This cultural dimension was named «motivation for achievement and success» in October 2023 [2]. However, in most studies, the previous name remains. Thus, in cultures with signs of masculinity, traditional masculine values are dominant, such as success, money, material values, ambition, career, competition, and persistence in achieving goals. In cultures with signs of femininity, harmony, and a tendency to compromise prevail, relationships with other members of society, quality of life and care for others are of the greatest value.

The fourth cultural dimension of national cultures, according to which the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company leader was determined, is «uncertainty avoidance». Therefore, if the culture has a high degree of uncertainty avoidance, then in society everything that is not allowed is prohibited and illegal, but together with what is characteristic, widespread violation of laws and general legal nihilism. If the culture has a low degree of uncertainty avoidance, then everything that is not forbidden is considered permissible in society, and nothing in life can be predicted. Moreover, representatives of this culture are more prone to risk, innovations, changes, autonomy, and independence.

The fifth cultural dimension of national cultures, according to which the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company leader was determined, is "time orientation". If there is a long-term orientation in the national culture, it manifests in a view of the future and in persistence in achieving goals. In such cultures, loyalty, hard work, persistence, and savings are valued. If there is a short-term orientation in the national culture, it is the presence of significant attention to the past and the present, placing a significant emphasis on respect for traditions and the fulfillment of social obligations. The short-term orientation of the culture is manifested in the desire for quick results of members of society and a high tendency to consume rather than accumulate.

The sixth cultural dimension of national cultures, according to which the influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the company leader was determined, is «Indulgence versus restraint». This dimension shows the level of solving the problems of children's socialization and the attitude to controlling desires and impulses because of upbringing and socialization. Indulgent cultures are cultures where there is a relatively free indulgence of basic and natural human urges related to life and entertainment. Restrained cultures are cultures that are characterized by suppressing the satisfaction of needs and regulating them with the help of strict social norms.

Conclusion. The influence of the national culture of the country in which the company operates on the cross-cultural profile of the leader in such a company was analyzed, based on the 6D-model. Because of the analysis, it was determined that five of the six cultural dimensions of the 6D-model directly affect the cross-cultural profile of the leader. These are such dimensions as «power distance», «individualism versus collectivism», «masculinity versus femininity», «avoidance of uncertainty» and «time orientation». Further research directions will be to analyze the cross-cultural profile of the leader and compare it with the cross-cultural profile of subordinates to determine the most effective leadership style.

*Supervisor – Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Management and Business Chmutova I. M.*

Literature: 1. Близнюк Т. П. Методологія управління персоналом у мультинаціональній компанії : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Харків, 2019. 678 с. 2. Culture factor group. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool>. 3. Geert Hofstede. 6D-model of national culture. URL: <https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/>. 4. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software for the Mind. New York : McGraw-Hill, 2010. 560 p. 5. Locke R. The collapse of the American management mystique. Oxford : Oxford University Press, 1996. 351 p.

Тези надійшли до редакції 29.03.2024 р.





ДОСЯГНЕННЯ ТА ВИКЛИКИ У СФЕРІ ВІДСТЕЖЕННЯ РУХОМИХ ОБ'ЄКТІВ ТА АНАЛІЗУ ЇХНЬОЇ ПОВЕДІНКИ

УДК 004.93

Блиндарук А. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра кібербезпеки та інформаційних технологій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Шаповалова О. О.

Кандидат технічних наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сучасні досягнення та визначено основні виклики у сфері відстеження рухомих об'єктів та аналізу їхньої поведінки за допомогою інноваційних технологій, таких як графові нейронні мережі (GNN). Основну увагу приділено виявленню аномальної поведінки, класифікації зображень, а також трекінгу об'єктів у складних умовах. Виявлені проблеми включають оклюзії, обмеження у кількості маркованих даних і виклики у застосуванні GNN. Подальші дослідження спрямовані на розвиток методів оптимізації GNN для специфічних задач, включаючи трекінг у реальному часі та використання Non-Uniform Rational B-Splines (NURBS) для моделювання траєкторій.

Ключові слова: відстеження рухомих об'єктів, аналіз поведінки, графові нейронні мережі, аномальна поведінка, оклюзії, трекінг, класифікація зображень, глибоке навчання, GNN, NURBS.



Annotation. This article examines contemporary achievements and identifies the primary challenges in the field of tracking moving objects and analyzing their behavior using innovative technologies such as Graph Neural Networks (GNNs). Special emphasis is placed on detecting anomalous behavior, classifying images, and tracking objects under complex conditions. Identified issues include occlusions, limitations in the availability of labeled data, and challenges associated with the application of GNNs. Future research is directed towards the development of GNN optimization methods for specific tasks, including real-time tracking and the use of Non-Uniform Rational B-Splines (NURBS) for trajectory modeling.

Keywords: moving object tracking, behavior analysis, graph neural networks, anomalous behavior, occlusions, tracking, image classification, deep learning, GNN, NURBS.



Постановка проблеми. Сучасний світ переживає стрімке зростання застосування автоматизованих систем і технологій, особливо у сферах, де необхідна висока точність та ефективність обробки великих обсягів даних в реальному часі. Однією з ключових галузей, де ці вимоги є найбільш критичними, є ідентифікація та відстеження рухомих об'єктів, що має широкий спектр застосувань – від безпілотного транспорту, сфер анімації та віртуальної реальності до систем безпеки та автономних навігаційних систем.

У тезах поставлено за мету розглянути сучасні досягнення та виклики у сфері відстеження рухомих об'єктів, класифікації зображень, аналізу поведінки в індустріальних умовах, ідентифікації аномальної поведінки об'єктів, дослідженні різних середовищ спостереження за об'єктами, а також у питаннях трекінгу і реідентифікації в контексті використання новітніх технологій та сформулювати постановку задачі для подальшого дослідження.

Проблематика, яка охоплюється аналізованими дослідженнями, лежить на перетині важливих наукових і практичних завдань, а саме: підвищення точності та ефективності відстеження рухомих об'єктів в складних умовах, покращення класифікації зображень для точнішої ідентифікації об'єктів, ідентифікація аномальної поведінки у різноманітних контекстах, аналіз змін в різних середовищах за допомогою глибокого навчання, а також розв'язання проблем оклюзії і трекінгу в умовах високої непередбачуваності.



Основною проблемою, яка виникає у контексті цих досліджень, є розробка та оптимізація методів, що дозволяють з високою точністю ідентифікувати та відстежувати об'єкти в динамічних сценах, класифікувати великі об'єми даних з високою точністю при обмеженій кількості маркованих даних, а також розробка універсальних моделей, що здатні адаптуватися до різноманітних умов спостереження та аналізу даних.

Зв'язок з науковими та практичними завданнями полягає в необхідності розвитку технологій машинного зору, штучного інтелекту та обробки великих даних для вирішення актуальних проблем суспільства, промисловості, екології та безпеки. Ці дослідження спрямовані на покращення якості життя, оптимізацію виробничих процесів, підвищення безпеки та ефективного використання ресурсів через застосування інноваційних технологій аналізу даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження [1] присвячено сфері відстеження багатьох об'єктів (Multiple Object Tracking, MOT) і зосереджене на викликах, пов'язаних із груповим рухом об'єктів і їх взаємними приховуваннями.

Пропонований метод використовує просторово-часову кореляцію та нейронні мережі графів GNN для підвищення точності та ефективності відстеження. Однак у дослідженні можна виокремити декілька моментів, що потребують додаткового аналізу або уточнення для забезпечення математичної точності при ідентифікації рухомих об'єктів.

Автори дослідження [2] спрямували свої зусилля на покращенні класифікації гіперспектральних зображень (HSI) за допомогою графових нейронних мереж. В ньому висвітлюється проблема побудови високоточної моделі у разі недостатньої кількості маркованих даних, а також зосереджено увагу на обмеженнях методів GNN, які покладаються лише на один тип графового фільтру, що призводить до надлишкового згладжування даних і зниження точності класифікації.

Для вирішення цих проблем автори [2] пропонують новий підхід, названий SAM-GNN, який використовує два різних графових фільтри для видалення характеристик та придушення спотворень графу. Вони демонструють, що SAM-GNN перевершує існуючі методи за кількістю метрик, зокрема за загальною точністю та точністю в класах, коефіцієнтом Капша на даних Pavia University та Cuprite. Показано, що метод може бути ефективно реалізований на апаратному забезпеченні FPGA, що відкриває шлях до його застосування у реальних умовах.

Дослідження [3] спрямоване на вивчення та інтерпретацію людської поведінки з перспективи в індустріальних умовах з застосуванням камер спостереження.

За результатами низки спостережень сформовано набір даних, який містить відео з мультимодальними даними (відео RGB, глибинні карти, сигнали погляду) для вивчення взаємодії людини з об'єктами. Розроблено механізм для оцінювання алгоритмів розпізнавання дій, детекції (виявлення) активних об'єктів, визначення характеру взаємодій людини з об'єктами, оцінювання погляду, передбачення дій та виявлення наступних активних об'єктів.

Використання мультимодальних даних дозволило покращити розуміння людської поведінки та взаємодії з об'єктами в комплексних індустріальних сценаріях.

Роботу [4] присвячено розробці методу для виявлення та класифікації аномальної поведінки суден за допомогою даних Автоматичної Ідентифікаційної Системи (AIS).

Метод базується на аналізі траєкторій руху суден з використанням алгоритму для виявлення аномалій, а також на описі аномальної поведінки через набір характеристик руху. Для групування подібних аномальних поведінок застосовується алгоритм кластеризації на основі щільності, а для класифікації – метод випадкових лісів.

Метод тестується на історичних даних траєкторій суден, демонструючи ефективність у ідентифікації та класифікації різних типів аномальних поведінок у траєкторіях суден.

Автори дослідження [5] пропонують застосувати інтегрований підхід з залученням синтезу глибокого навчання та геопросторових даних до аналізу фізичних змін в урбанізованих середовищах. Вони доводять доцільність використання глибоких згорткових нейронних мереж для обробки зображень з Google Street View для ідентифікації змін в міській забудові з урахуванням реконструкції та реновації зовнішнього вигляду будівель.

Особлива увага приділяється мінімізації впливу небажаних візуальних змін (наприклад, наявність тимчасових об'єктів на кшталт автомобілів) на точність виявлення змін в урбанізованому середовищі.



Ключовою перевагою запропонованої моделі є її гнучкість та адаптивність, що дозволяє їй бути застосованою для аналізу фізичних змін в різних урбанізованих середовищах, а також можливість інтеграції з іншими даними та моделями для поліпшення точності й глибини аналізу.

В [6] досліджується метод трекінгу рухомих об'єктів в умовах, де часто зустрічаються оклюзії (перекриття об'єктів) та хибне розпізнавання. В основі методу лежить оцінювання, в ході якого асоціація даних інтегрується з чисельною оптимізацією на основі Байєсовського оцінювання стану.

Метод використовує потенційну функцію, що складається з суперпозиції гаусіан, центрованих на кожній спостережуваній ознаці, щоб впоратися з оклюзіями та помилками в ідентифікації.

Переваги методу були експериментально підтверджені в умовах великої кількості об'єктів, де відбуваються оклюзії та часті помилки розпізнавання.

Сутність дослідження [7] полягає в розробці новаторського методу онлайн-відстеження множинних об'єктів у візуальних послідовностях з використанням фільтра Гауссової суміші ймовірності гіпотезної щільності (GM-PHD) у поєднанні з глибоко навченими характеристиками конволюційних нейронних мереж для реідентифікації об'єктів. Це адресує проблему втрати сліду об'єктів через оклюзію (закриття одних об'єктів іншими) і покращує точність відстеження та ідентифікації об'єктів у відео. Для цього автори [7] інтегрують візуально-просторово-часову інформацію з даними про обмежувальні рамки об'єктів і глибоко навчені візуальні репрезентації для асоціації даних про оцінки та треки.

Цей підхід також включає додаткові прогнози для неасоційованих після етапу асоціації треків, щоб подолати вразливість фільтра GM-PHD до пропущених детекцій, спричинених оклюзією.

Дослідження [7] показує високу ефективність цього методу на наборах даних MOT16, MOT17 і HiEve, значно перевершуючи інші сучасні методи відстеження точності ідентифікації.

Після проведеного аналізу вищенаведених досліджень було сформульовано такі цілі.

1) Провести глибокий аналіз існуючих технологій та методик, спрямованих на відстеження рухомих об'єктів, в тому числі в умовах групового руху, оклюзії та швидких змін у групових структурах. Розглянути підходи на базі просторово-часової кореляції та використання нейронних мереж графів.

2) Вивчити та проаналізувати ефективність сучасних методів класифікації з особливим фокусом на виклики, пов'язані з обмеженою кількістю маркованих даних і проблемою перегладжування в GNN.

3) Проаналізувати методи виявлення та класифікації аномальних поведінок об'єктів на основі даних із застосуванням статистичних методів та кластеризації.

4) Розглянути інтеграцію глибокого навчання та геопросторових даних для ідентифікації фізичних змін об'єктів в різних середовищах.

5) Вивчити методи трекінгу, що дозволяють ефективно вирішувати проблему оклюзій та помилок ідентифікації.

6) Визначити можливості для інтеграції та взаємодії між різними технологічними підходами для покращення точності відстеження, класифікації та аналізу поведінки.

Щоб досягти поставлених цілей, має бути розв'язана низка завдань:

1) Зібрати, систематизувати та порівняти існуючі методики та алгоритми відстеження рухомих об'єктів, зокрема, на основі просторово-часових кореляцій та GNN, з акцентом на їхні переваги, недоліки та сфери застосування.

2) Провести оцінки ефективності підходів класифікації і порівняти результати з іншими методами.

3) Аналізувати існуючі алгоритми ідентифікації аномалій на основі даних з метою виявлення їхніх обмежень та потенціалу покращення.

4) Провести дослідження з метою оцінки ефективності застосування глибоких згорткових нейронних мереж до аналізу зображень для ідентифікації змін.

5) Розробити концептуальну модель для інтеграції різних підходів та технологій з метою створення універсальної, адаптивної системи для аналізу та відстеження.

Висновки. У тезах проведено аналіз сучасних досягнень і виявлено ключові виклики в досліджуваних областях. Перспективним напрямком удосконалення запропонованих авторами [1–7] підходів є підвищення



точності відстеження рухомих об'єктів, класифікації зображень і розуміння людської поведінки за допомогою інноваційних підходів, таких як графові нейронні мережі.

Огляд останніх досягнень в цій галузі виявив виклики, пов'язані з оклюзіями, обмеженнями у кількості та якості навчальних даних, а також потребу в моделях провадження технології GNN у відстеженні та класифікації. Графові нейронні мережі виявилися потужним інструментом для аналізу складних залежностей між об'єктами та їхніми атрибутами.

Подальші дослідження можуть зосередитися на розробці та оптимізації GNN для специфічних задач відстеження, де важливим є розуміння структури та динаміки об'єктів.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження планується спрямувати на розробку та оптимізацію GNN для специфічних задач відстеження, де важливим є розуміння структури та динаміки об'єктів.

Використання NURBS для моделювання геометрії об'єктів та їхніх траєкторій може значно покращити точність і гнучкість відстеження та класифікації. Комбінація GNN для аналізу зв'язків і NURBS для геометричного моделювання відкриває нові перспективи для створення більш точних та адаптивних систем відстеження.

Розробка методів для неперервного опису змін частин об'єктів та об'єктів в цілому за допомогою поєднання GNN та NURBS може значно покращити розуміння динаміки руху та взаємодій між об'єктами в реальному часі.

Подальші дослідження повинні зосередитися на розробці адаптивних моделей, здатних швидко реагувати на зміни у середовищі спостереження, зокрема, за допомогою автоматичного налаштування параметрів моделі у відповідь на зміни у поведінці об'єктів.

Необхідно створити та використовувати розширені бази даних з різноманітними сценаріями взаємодії об'єктів для поліпшення якості та універсальності навчання моделей.

Література: 1. Yajuan Zhang, Yongquan Liang, Jiayu Leng, Zhihui Wang. SCGTracker: Spatio-temporal correlation and graph neural networks for multiple object tracking. *Pattern Recognition*. 2024. Vol. 149. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0031320323009469>. 2. Chellaswamy C., Muthu Manjula M., Ramasubramanian B., Sriram A. FPGA-based remote target classification in hyperspectral imaging using multi-graph neural network. *Microprocessors and Microsystems*. 2024. Vol. 105. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0141933124000036>. 3. Ragusa F., Furnari A., Farinella G. M. MECCANO: A multimodal egocentric dataset for humans behavior understanding in the industrial-like domain. *Computer Vision and Image Understanding*. 2023. Vol. 235. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1077314223001443>. 4. Rong H., Teixeira A. P., Soares C. G. A framework for ship abnormal behaviour detection and classification using AIS data. *Reliability Engineering & System Safety*. 2024. Vol. 247. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0951832024001790>. 5. Cheng Liu, Weixuan Song. Mapping property redevelopment via GeoAI: Integrating computer vision and socioenvironmental patterns and processes. *Cities*. 2024. Vol. 144. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275123004560>. 6. Ryoya Abe, Tomoya Kikuchi, Kenichiro Nonaka, Kazuma Sekiguchi. Robust Object Tracking with Continuous Data Association based on Artificial Potential Moving Horizon Estimation. *IFAC-PapersOnLine*. 2020. Vol. 53. Issue 2. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405896320331165>. 7. Baisa N. L. Occlusion-robust online multi-object visual tracking using a GM-PHD filter with CNN-based re-identification. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 2021. Vol. 80. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1047320321001814>.

Тези надійшли до редакції 12.04.2024 р.





ПРОГРАМА SADC-EU – ШЛЯХ ДО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

УДК 339.92:327

Бойцова А. Р.

Студентка 3 року навчання, факультет МЕР, ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Воронюк Є. В.

Викладач кафедри міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено питання розвитку діяльності регіональної міжнародної організації «Південноафриканське співтовариство розвитку» (SADC) при реалізації Комплексної програми із Європейським Союзом (EU).

Ключові слова: Південноафриканське співтовариство розвитку, САДК, ЄС, Африканський регіон.



Annotation. The issues of development of the activities of the regional international organization «Southern African Development Community» (SADC) in the implementation of the Comprehensive Program with the European Union (EU) are investigated.

Keywords: Southern African Development Community, SADC, EU, African region.



Актуальність проблеми. Африканський регіон привертає все більше уваги, поступово перетворюючись на перспективний ринок. Зокрема, цікавим постає питання співпраці країн Африки із Європейським Союзом. Крім того, значною мірою не відкритою залишається галузь наукових досліджень у сфері національної політики Африканського регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Європейський Союз та Південна Африка мають унікальні стратегічні та преференційні економічні відносини, які закріплені в Угоді про економічне партнерство між SADC та EU, але включають в себе співробітництво в більш широкому спектрі соціальних, екологічних, промислових та безпекових питань. Сила і вплив цих економічних і політичних відносин відображається в глибоких зв'язках між компаніями і галузями в EU і Південній Африці [1].

SADC, як і багато інших регіонів, що розвиваються, та периферійних регіонів, отримує фінансову підтримку від різних міжнародних організацій та фінансових партнерів, таких як: Європейський Союз, Африканський банк розвитку для підтримки розвитку, програм та операцій. Цей цикл залежності продовжується, оскільки периферія залишається залежною від центрів через нездатність налагодити систематичне зростання [2].

Метою тез є дослідження основних аспектів реалізації програми SADC-EU.

Виклад основних результатів дослідження. Програма сприяння торгівлі між Південноафриканським співтовариством з розвитку та Європейським Союзом має на меті подальше поглиблення регіональної економічної інтеграції; зосередження уваги на Протоколі про торгівлю SADC та підтримку реалізації Угод про економічне партнерство між ЄС та державами-членами SADC. Програма покликана вирішувати питання імплементації на регіональному рівні за трьома основними напрямками, а саме

1. Нетарифні бар'єри в торгівлі, технічні бар'єри в торгівлі та санітарні і фітосанітарні заходи.
2. Підтримка технічної допомоги для митниці.
3. Угода про економічне партнерство між EU та SADC [3].

Фінансування відбувається за рахунок EU протягом п'ятирічної програми (2019–2024 роки) з бюджетом 15 мільйонів євро (16,45 млн дол. США) відповідно до Угоди про внесок між EU та SADC, підписаної в серпні



2019 року. Ця модальність дозволяє Секретаріату SADC використовувати власні правила та процедури в управлінні та адмініструванні програми.

Комплексна програма SADC зі сприяння торгівлі була розроблена і затверджена в березні 2016 року Міністерською робочою групою з питань регіональної економічної інтеграції і складається з чотирьох основних напрямів, які включають 28 ключових сфер, побудованих відповідно до тематичних ініціатив і пріоритетів SADC.

Основні аспекти Програми [3]:

- Відповідність – буде відповідати програмі економічної інтеграції SADC, ЗВТ COT та іншим інструментам зі сприяння торгівлі;
- Специфічність – дозволить зосередитися на проблемах регіону SADC та його держав-членів;
- Доповнення – доповнюватиме інші міжнародні, регіональні та національні програми зі сприяння торгівлі;
- Інтеграція – повністю інтегруватиметься в Порядок денний регіональної інтеграції SADC;
- Врахування – має розумітися як така, що враховує будь-які поточні або майбутні тристоронні розробки;
- Моніторинг – підлягатиме моніторингу та імплементації державами – членами SADC;
- Стратегія – має бути чимось більшим, ніж «інвентарний список» проєктів, і бути узгодженим з пріоритетними стратегічними ініціативами;
- Координація - підтримуватиме координацію та залучення партнерів по міжнародному співробітництву;
- Орієнтир – слугуватиме орієнтиром для держав-членів, Секретаріату SADC та інших зацікавлених сторін;
- Гнучкість – бути досить гнучкою, щоб враховувати отриманий досвід і застосовувати найкращі міжнародні та регіональні практики.

Конкретною метою є збільшення внутрішньорегіональних торговельних потоків шляхом підтримки спрощення процедур торгівлі та імплементації ЄС-SADC.

Очікується, що реалізація програми дасть три окремі результати:

Результат 1. Протоколи SADC про торгівлю товарами та торгівлю послугами (та додатки до них) будуть ефективно впроваджені.

Для цього було визначено низку заходів, які повинні мати вимірний позитивний ефект і сприяти ефективній імплементації протоколів:

- Нетарифні бар'єри – підтримка розробки національних стратегій щодо усунення нетарифних бар'єрів та надання спеціальної допомоги для створення необхідних функціональних структур, національних моніторингових комітетів і координаційних центрів, у державах-членах, розташованих уздовж коридору Північ-Південь, які не мають таких структур (а саме: Лесото та Есватіні), та підтримка національних інституцій в цій сфері;
- Технічні бар'єри в торгівлі, санітарні та фітосанітарні заходи – приведення національних регламентів торгівлі у відповідність із регіональними та міжнародними стандартами для збільшення торговельних потоків. Посилення ролі органів з оцінки відповідності та сприяння укладанню спільних угод про визнання сертифікації, особливо у сфері усунення технічних бар'єрів і забезпечення безпеки харчових продуктів, фітосанітарії та здоров'я тварин. Сприяння діалогу між державами-членами, особливо у випадках суперечок щодо торговельних бар'єрів.

Результат 2. Збільшення торговельних потоків в регіоні SADC та із зовнішнім світом вздовж коридору Північ-Південь.

Щоб забезпечити сприяння торгівлі всередині SADC, прикордонна служба надає розбудову потенціалу та технічну допомогу чотирьом обраним прикордонним постам на коридорі Північ-Південь (які є найбільш завантаженими в регіоні SADC), які ще не перебувають у процесі перетворення на прикордонні пости «Єдиного вікна». Крім того, Програма підтримує впровадження таких інструментів сприяння торгівлі, як:

- транскордонне визнання регіональної системи уповноважених економічних операторів;
- електронний сертифікат походження для прискорення обробки з більшою кількістю оцифрованих послуг;



- регіональна гарантія митного транзиту, яка дозволяє швидке переміщення товарів під митними печатками через регіон.

Результат 3. Реалізовано регіональні аспекти Угоди про економічне партнерство між ЄС та SADC.

Угода про економічне партнерство між ЄС та SADC є всеосяжною основою для співпраці між ЄС та країнами – членами SADC [3].

Шість південноафриканських країн, включаючи п'ять держав – членів (Ботсвана, Есватіні, Лесото, Намібія та Південна Африка) Митного союзу Південної Африки та Мозамбік, підписали Угоду про економічне партнерство з ЄС (28 членів) у 2016 році, відому як Угода про економічне партнерство ЄС-SADC. Угода набула чинності тимчасово 10 жовтня 2016 року, а остаточно – у лютому 2018 року. Угода є всеосяжним механізмом торгівлі та розвитку, спрямованим на зміцнення економічних відносин між ЄС та країнами – членами СЕПС SADC з двосторонньої точки зору та відповідно до положень Світової організації торгівлі (СОТ) та ЄС-SADC.

Заходи, визначені в рамках цієї області результатів, включатимуть таке:

- моніторинг та оцінка впливу ЄС на зацікавлені сторони SADC (виробників, експортерів, імпортерів, фермерів, вразливі групи, такі як жінки та молодь тощо) з використанням Механізму моніторингу та оцінки, розробленого в рамках програми;

- реалізація Стратегії ЄС-SADC з підвищення обізнаності та комунікації;

- розбудова потенціалу, навчання та наставництво на регіональному рівні для держав – учасниць SADC та недержавних суб'єктів щодо відповідних положень Угоди;

- створення структур імплементації EU-SADC на регіональному та національному рівнях [4].

Висновки. Південноафриканське співтовариство розвитку (SADC) демонструє стійку динаміку у прагненні до покращення економічної ситуації в регіоні. Розвиток інфраструктури, співпраця з EU та реалізація Програми SADC-EU є ключовими факторами успіху на шляху до зміцнення економічної інтеграції, підвищення добробуту та процвітання в Південній Африці. Реалізація Програми SADC-EU створює умови для розвитку не тільки бізнесу, але і державних, і недержавних суб'єктів, що має призвести до систематичного зростання не тільки економічних центрів регіону, але і периферії.

Література: 1. Cameron M. The SADC-EU Economic Partnership Agreement–Potential Export Opportunities for South Africa Joint research study. URL: https://www.euchamber.co.za/wp-content/uploads/2022/06/SA_to_EU_EPA-Opportunities-Final-2021.pdf. 2. Africa's Macroeconomic Performance and Outlook. URL: <https://www.afdb.org/en/news-and-events/press-releases/africa-dominates-list-worlds-20-fastest-growing-economies-2024-african-development-bank-says-macroeconomic-report-68751>. 3. van Aswegen M., Drewes J. E. A regional policy approach for the SADC. Regional Policy in the Southern African Development Community. URL: https://www.researchgate.net/publication/378788208_Regional_Policy_in_the_Southern_African_Development_Community. 4. EPA SADC – Southern African Development Community // European Community. URL: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/epa-sadc-southern-african-development-community>.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





DEVELOPMENT OF A MODEL FOR CLUSTER ANALYSIS OF MACROECONOMIC INDICES

UDC 338

Brovko A.

4th year student, specialty 124 «System Analysis»,
Faculty of Information Technology, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Brynza N.

Associate Professor of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. The problem addressed in this study revolves around unraveling the intricate relationships among key variables and their collective impact on a country's happiness index. The contemporary significance of measuring happiness extends beyond conventional economic indicators, prompting an exploration into the nuanced factors that contribute to the overall well-being of nations. Understanding the determinants of happiness becomes imperative for effective policymaking and societal well-being.

Keywords: model, analysis of economic systems, system analysis, cluster.



Анотація. Проблема, що розглядається в цьому дослідженні, полягає в тому, щоб розплутати складні взаємозв'язки між ключовими змінними та їхній сукупний вплив на індекс щастя країни. Сучасне значення вимірювання щастя виходить за рамки традиційних економічних показників, спонукаючи до вивчення нюансів, які впливають на загальний добробут націй. Розуміння детермінант щастя стає необхідним для ефективного формування політики та суспільного добробуту.

Ключові слова: модель, аналіз економічних систем, системний аналіз, кластер.



The pursuit of understanding the factors influencing a country's happiness index necessitates a meticulous exploration of the complex interplay between socio-economic variables.

Factor Analysis is a pivotal statistical technique employed to distill meaningful dimensions or factors from a set of observed variables [1]. In the context of this study, Factor Analysis is utilized to reduce the dimensionality of the selected variables while retaining the essential information they collectively convey. By identifying latent factors, the analysis aims to uncover the underlying structures that contribute significantly to the observed variations in the happiness index. The mathematical relationships derived through Factor Analysis provide a condensed representation of the key influencers on happiness, offering a clearer and more interpretable model.

Cluster Analysis categorizes countries based on shared characteristics. K-means clustering allocates countries into clusters by minimizing intra-cluster variability. Distance metrics, like Euclidean distance, determine similarity between countries and placement within clusters (Euclidean Distance, The Silhouette Method, Silhouette Score for Data Point, Updating Cluster Centroids) [2; 3].

The Silhouette Method systematically determines the optimal number of clusters. Silhouette scores quantify cluster cohesion and separation, aiding in identifying the appropriate cluster count.

The construction of model began with a Python implementation, leveraging powerful libraries such as pandas, scikit-learn, and seaborn. These tools enabled efficient data handling, statistical analysis, and compelling visualization, ensuring a robust and flexible framework for our study.

The first step involved loading the dataset, which contained a myriad of variables related to country happiness. From this dataset, key variables were selected for analysis – «Logged GDP per capita», «Social support», and [4] «Healthy life expectancy» [5]. These variables were deemed crucial as they encapsulate economic, social, and health dimensions, representing comprehensive aspects of well-being.



To ensure comparability across variables, normalization was performed. This step is crucial for creating a standardized scale, allowing for a fair assessment of the influence each factor has on the happiness index. Normalization enhances the robustness of the subsequent analyses and contributes to the accuracy of the model.

Factor Analysis was applied to reduce dimensionality and identify the most influential factors. The three selected variables – «Logged GDP per capita», «Social support», and «Healthy life expectancy» – were subjected to this statistical technique. Factor loadings and communalities were examined to determine the relevance and impact of each factor.

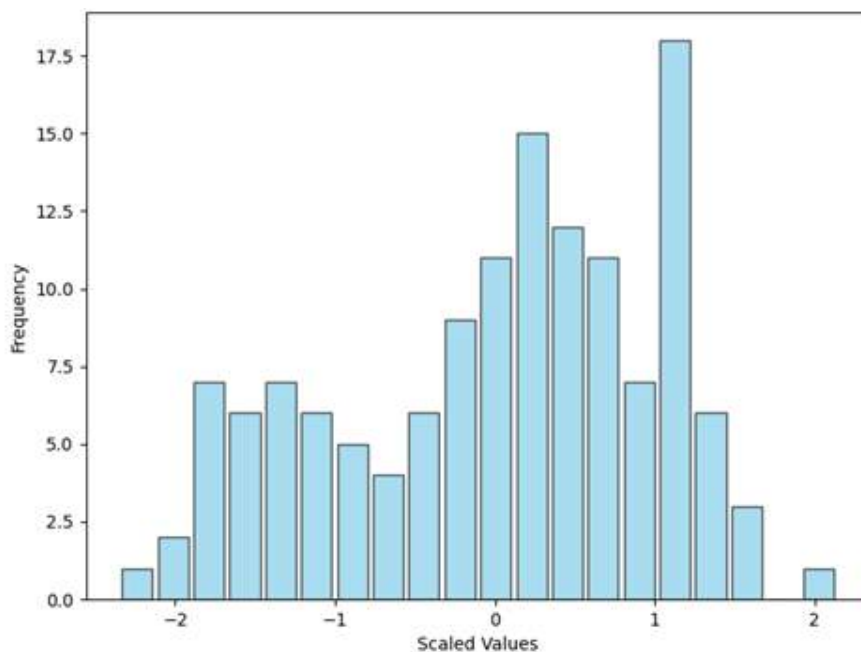


Fig. 1. Scaled histogram for healthy life expectancy

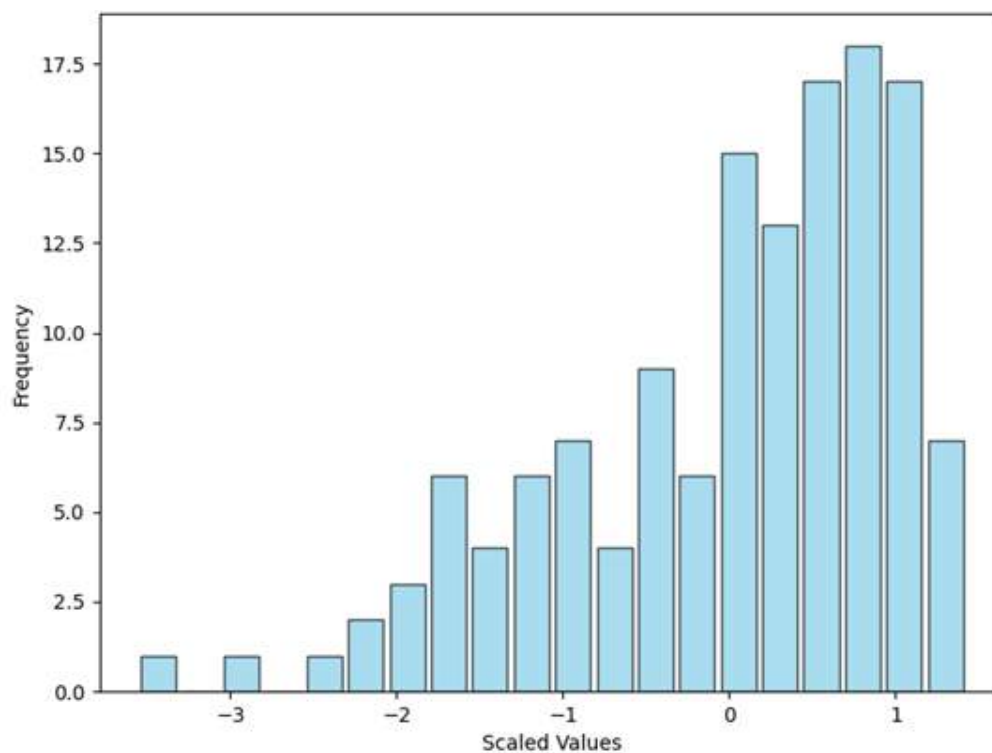


Fig. 2. Scaled histogram for social support

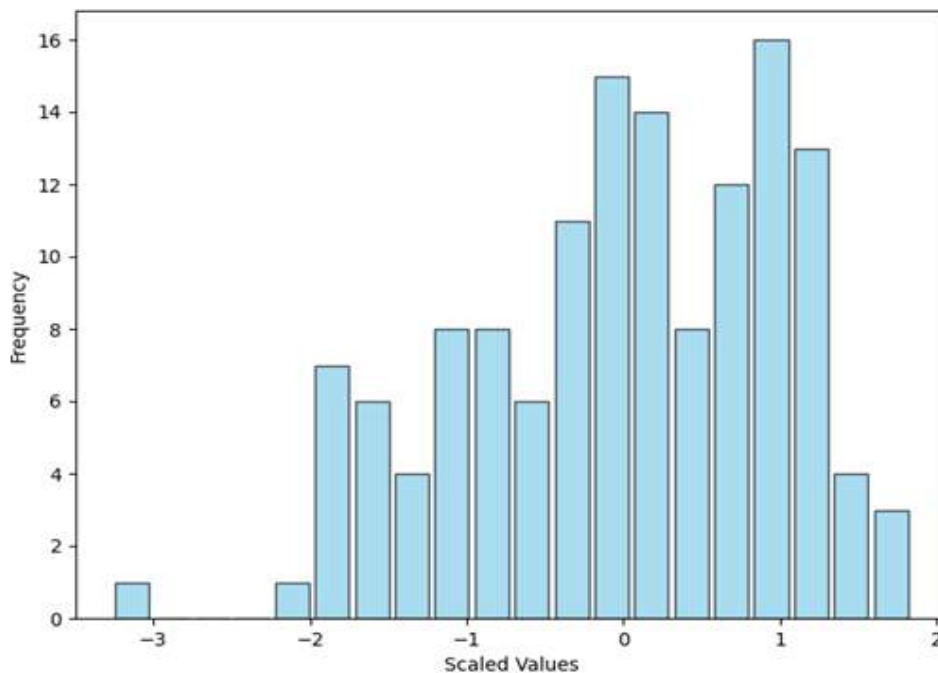


Fig. 3. Scaled histogram for Logged GDP per capita

The Silhouette Method was employed to determine the optimal number of clusters. This technique involves assessing the cohesion and separation of clusters, helping to identify the most natural grouping of countries. The method was applied iteratively, considering different cluster numbers, until the maximum silhouette coefficient was achieved.

With the optimal number of clusters identified, K-means clustering was executed. This algorithm grouped countries based on their values for the identified factors. Each country was assigned to a cluster, forming distinct groups that highlight variations in the selected variables.

K-means clustering is utilized with the Silhouette Method to determine the optimal number of clusters.

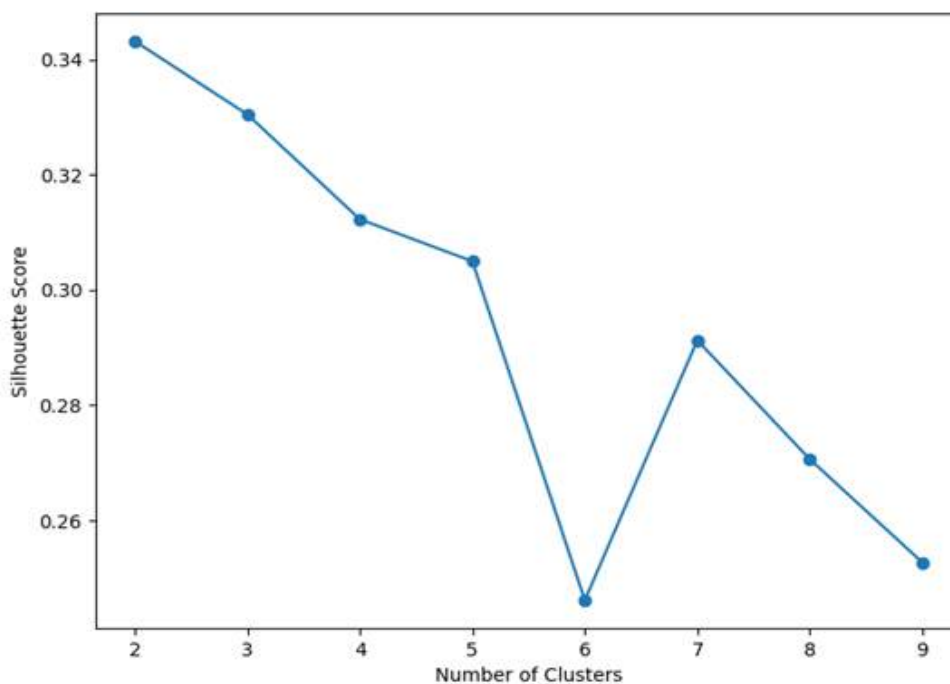


Fig. 4. Silhouette method



The quality of model was rigorously assessed using various statistical measures. Internal validation metrics, such as the silhouette coefficient, were employed to evaluate the cohesion and separation of clusters. Additionally, external validation metrics, like the Davies-Bouldin Index, were considered to gauge the compactness and distinctiveness of clusters [6].

The identified clusters were scrutinized to ensure meaningful segmentation. Cluster profiles, consisting of the average values of «Logged GDP per capita», «Social support», and «Healthy life expectancy», were analyzed. This provided a comprehensive view of the distinguishing features characterizing each cluster.

To affirm the adequacy of model, sensitivity analyses were conducted. Perturbations in the input data and variations in the number of clusters were tested to ensure the stability and robustness of the clustering results. Sensitivity analyses are crucial for validating the reliability of the identified patterns and confirming the consistency of our findings.

Interpretation of Cluster Characteristics

Interpreting cluster characteristics involves understanding the socio-economic and health dynamics defining each group. Cluster 0, with higher values for key factors, reflects countries with strong economic performance, robust social support systems, and favorable health conditions. In contrast, Cluster 1, with lower values, signifies countries facing challenges in these domains.

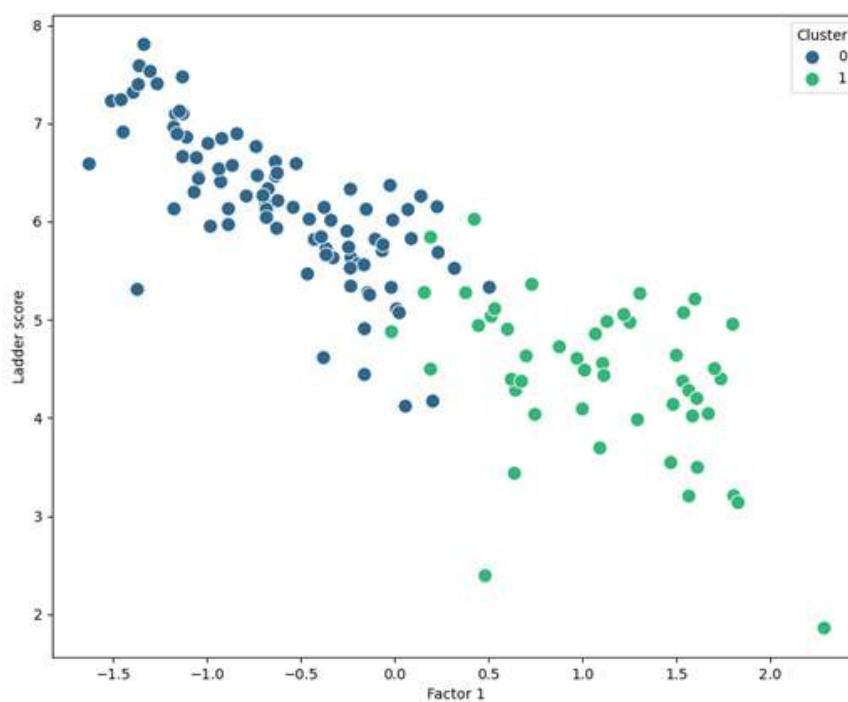


Fig. 5. Clustered Data Visualization in 2D Space

The results of analysis offer valuable insights for policymakers. Tailoring interventions based on the specific needs of each cluster can lead to more effective policies. For Cluster 1, focusing on improving economic conditions, social support structures, and healthcare services could contribute to an increase in the happiness index.

Researchers can leverage model as a foundation for more intricate explorations. Further investigations could delve into the nuanced relationships between additional variables and happiness. The model provides a roadmap for understanding the complexities of global well-being and offers opportunities for refining policies that aim at improving overall happiness.

The dynamic nature of well-being requires adaptive interventions. Continuous monitoring and updating of the model with new data can provide real-time insights into evolving happiness trends. Policymakers can utilize this dynamic approach to respond promptly to emerging challenges and opportunities.

In summary, the construction of model involved a meticulous process of data preparation, normalization, factor analysis, and clustering. The results were rigorously justified through statistical measures, cluster analysis, and sensitivity analyses. The implications of our findings extend to policymaking, future research directions, and adaptive



interventions. This comprehensive approach ensures the robustness and applicability of our model in understanding and improving the happiness index across diverse global contexts.

The observed disparities between Cluster 0 and Cluster 1 open up rich opportunities for future research endeavors. Researchers can embark on a deeper exploration of the intricate relationships between additional variables and happiness within each cluster. Examining the specific socio-cultural, political, and environmental factors that contribute to happiness disparities can provide a more nuanced understanding. This iterative research approach ensures the evolution and refinement of models, offering insights that can further inform policy decisions.

Literature: **1.** Klebanova T., Rudachenko O. Modeling critical factors of social tension in Ukraine by a multiple regression analysis. *Scientific opinion: Economics and Management*. 2019. DOI: 10.32836/2521-666X/2019-2-64-13. **2.** Клебанова Т. С., Гур'янова Л. С., Чаговець Л. О. [та ін.] Бізнес-аналітика багатовимірних процесів : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 271 с. **3.** Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці. Київ : Логос, 2004. 848 с. **4.** World Happiness Report, 2017. URL: <https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2017/HR17.pdf>. **5.** World Happiness Report, 2022. URL: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2022/WHR+22.pdf>. **6.** Tiutiunyk V., Tiutiunyk O., Teslenko O., Brynza N. Peculiar Properties of Creating a System of Support to Make Anti- Crisis Decisions by Experts of the Situational Center at the Cyber Protection Object. ISecIT, 2021.

Тези надійшли до редакції 10.04.2024 р.



ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ

УДК 005.5

Велика О. Ю.

Кандидат економічних наук, доцент,
кафедра менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості діяльності адміністрації підприємств в кризових умовах. Проаналізовано зміни, які сталися в роботі керівників підприємств за останні два роки, та рівень їх задоволеності своєю роботою.

Ключові слова: адміністративний менеджмент, адміністрація підприємства, керівники, кризові умови.



Annotation. The features of the activities of enterprise administrations in crisis conditions are considered. The changes that have occurred in the work of managers over the past two years and their level of satisfaction with their work are analyzed.

Keywords: administrative management, enterprise administration, managers, crisis conditions.



Кризовий стан на підприємстві може бути викликаний як явищами зовнішнього середовища (макроекономічними, галузевими, соціальними, політичними ті ін.), так і факторами внутрішнього середовища (проблеми з виробничими процесами, маркетингом, трудовими ресурсами, погіршення фінансового стану та ін.).



Симптомами кризових ситуацій є скорочення прибутків підприємства, зростання витрат, втрата частки ринку, зниження платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості.

За останні роки керівники вітчизняних підприємств активно стикаються з суворими викликами зовнішнього середовища. Спочатку вони мали пристосовуватися до нових умов функціонування, що виникли внаслідок пандемії коронавірусної інфекції COVID-19. Потім почалися бойові дії, що призвели до кризових явищ у всіх сферах життя країни та безпосередньо торкнулись діяльності підприємств. Багато підприємств на початку 2022 року тимчасово припинили свою роботу. Керівництво деяких підприємств прийняло рішення про перенесення виробництва до більш безпечних регіонів країни. Так, за даними Міністерства економіки України [1], за рік війни було релоковано 800 підприємств, 623 з яких вже відновили роботу.

Краще й швидше пристосовуються до змін зовнішнього середовища ті підприємства, на яких наявна ефективна система менеджменту, а дії адміністрації дозволяють своєчасно виявити ризики, що впливають на діяльність підприємства, та запровадити заходи з їх мінімізації.

В останні роки з'явилися дослідження науковців, які акцентують увагу на проблемах менеджменту підприємства в сучасних кризових умовах. Цими питаннями займаються Копчак Ю. С., Слюсаренко К. В., Чумаков К. І. [2], Лункіна Т. [3], Марчук С. [4] та інші. Однак ці питання потребують подальшого вирішення з урахуванням особливостей функціонування підприємств різних розмірів, організаційно-правових форм і видів діяльності.

Метою цього дослідження є встановлення особливостей адміністративного менеджменту на вітчизняних підприємствах, що функціонують у кризових умовах.

Управління підприємством в кризових умовах має певні особливості. Перш за все, воно має попереджувати появу кризи та нейтралізувати її негативні впливи. Це можливо, коли причинами кризового стану є внутрішні чинники, які знаходяться під безпосереднім управлінням адміністрації підприємства, та стає майже неможливим, якщо підприємство стикається з дією непередбачуваних чинників зовнішнього середовища (пандемія, війна). У цьому випадку ефективне управління буде пов'язано з пошуком і реалізацією конкретних дій для швидкого та адекватного реагування на виклики зовнішнього середовища. За кризових умов функціонування адміністрація підприємства має приймати рішення за суттєвої обмеженості ресурсів і часу на їх реалізацію.

Марчук С. [4] вважає, що менеджмент мирного часу не працює в умовах воєнного стану. Традиційні методи та технології управління стають неефективними, але в адміністрації підприємства не має часу на розробку нових стратегій і технологій. Тому їй доводиться приймати рішення інтуїтивно, що не завжди є оптимальним для тривалої роботи підприємства. Основна різниця адміністративного управління в мирний і воєнний час полягає у відсотку непередбачуваності. Важко передбачити не тільки джерела ризиків, але й їх вплив на бізнес-процеси підприємства.

Цікавим є досвід компанії «Дарниця» з приводу того, як не втратити команду та налагодити бізнес-процеси під час війни [5]. Внаслідок того, що на початку воєнних дій ситуація дуже швидко змінювалася та була непередбачуваною, адміністрація компанії вирішувала проблеми вручну, зустрічаючись онлайн тричі на день. Багато працівників офісу та адміністрації заради безпеки перейшли на дистанційну роботу. Це стало можливим завдяки тому, що компанія вже багато років до цього працювала над автоматизацією процесів. Також активно здійснювалась психологічна підтримка працівників, яким надавалась можливість потурбуватися про безпеку родини, їм надавались юридичні консультації, була можливість отримати запас медикаментів в той час, коли більшість аптек не працювали.

Автори [2] вважають, що для виживання підприємств у кризовий час їм необхідно впроваджувати рішучі дії, у тому числі стосовно системи менеджменту. До таких дій відноситься прискорення прийняття управлінських рішень, застосування гнучкого стилю управління, удосконалення процесів комунікації, забезпечення безпеки працівників, їхнього ментального здоров'я, підтримка продуктивності тощо.

Питання, стосовного того, які зміни сталися в роботі керівників підприємств і наскільки вони задоволені своєю роботою, дослідили аналітики компанії Gradus Research у партнерстві з Upscaling Coaching Agency [6]. Це дослідження вони проводили у кризові роки – 2021 році під час пандемії коронавірусу та у 2023 році під час воєнних дій. Результати за деякими досліджуваними питаннями наведено на рис. 1.

1. Керівники пишаються тим, що вони є частиною своєї компанії
2. Керівники не планують змінювати роботу



3. Керівники задоволені зоною своєї відповідальності
4. Керівники активно застосовують свої сильні навички
5. Керівники вважають свою винагороду неадекватною
6. Керівники не мають можливості дотримуватися балансу робота-життя
7. Керівники задоволені взаємодією із власниками

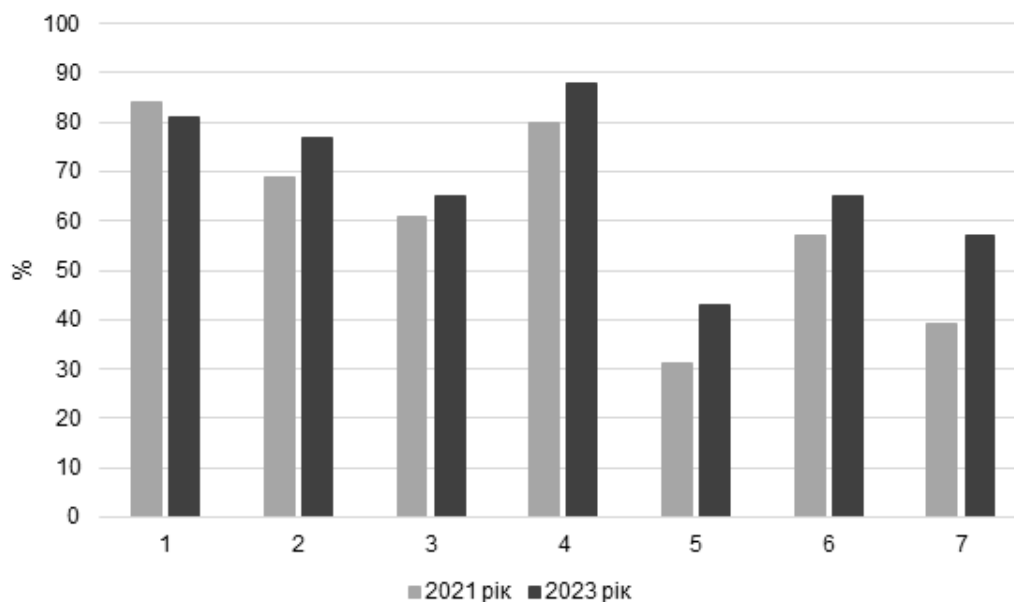


Рис. 1. Результати опитування керівників підприємств

Джерело: складено автором на основі [6]

Можна побачити, що у 2021 році за такими питаннями, які стосуються задоволенням своєю роботою, спілкуванням із власниками та зоною відповідальності, був високий відсоток задоволених керівників. У 2023 році, незважаючи на більш серйозні виклики зовнішнього середовища, відсоток задоволених керівників ще збільшився. Це можна пояснити тим, що для адміністрації підприємства нематеріальна мотивація є більш важливою, ніж матеріальна. Тобто для керівників важливо мати можливість проявити себе, мати можливість до самореалізації, особливо в нестандартних умовах функціонування підприємства, за наявності цікавих завдань. Так, у 2023 році 81 % керівників пишаються тим, що вони є частиною компанії, та 77 % з них не планують змінювати місце роботи. 88 % керівників мають можливість активно застосовувати свої навички та проявити себе у кризових умовах.

Однак можна помітити, що існують проблеми взаємодії адміністрації та власників підприємств. Так, лише 65 % керівників задоволені зоною своєї відповідальності та 57 % задоволені взаємодією із власниками. Хоча ці відсотки зросли порівняно з 2021 р., що свідчить про те, що кризові умови примусили власників підприємств активніше брати участь в управлінні та поточних справах. Але все ж таки цього недостатньо, та керівники підприємств відчують незадоволеність у їх взаємодії із власниками.

У 2021 році кризові умови функціонування підприємств не були такими важкими, як зараз. Кризові умови не мали такої кількості непередбачуваних факторів, які можуть почати діяти будь-якої миті, не вимагали від керівників підприємств таких великих зусиль та часу для управління процесами на підприємстві. Це відобразилось на тому, що керівники все більше свого часу мають присвячувати роботі та все менше його залишається для власних справ. Так, 65 % керівників зараз не мають можливості дотримуватися рівноваги між роботою та особистим життям.



Слід також зазначити, що суттєво зросла незадоволеність керівників оплатою праці. У 2021 році вважали свою винагороду неадекватною 31 % керівників, а у 2023 році – вже 43 %. Це можна пояснити тим, що сфера відповідальності керівників суттєво зросла, а їх заробітна плата майже не зростала.

Таким чином, адміністративне управління підприємством в кризових умовах є набагато складнішим, чим за звичайних умов функціонування. Це пов'язано з тим, що адміністрація підприємства стикається з новими цілями та завданнями, які раніше перед нею не ставились і не вирішувались. Ефективне управління підприємством за таких умов має бути гнучким і швидко пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Література: 1. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>. 2. Копчак Ю., Слюсаренко К., Чумаков К. Сучасні виклики до менеджменту підприємств та організацій в Україні: врахування зарубіжного досвіду у вітчизняній практиці. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-79>. 3. Лункіна Т., Зубрик А. Антикризовий менеджмент підприємств в Україні в умовах воєнного стану // Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: національні, глобалізаційні, євроінтеграційні аспекти : матеріали Міжнарод. наук.-практ. інтернет.-конф. (16–17 листоп. 2022 р., м. Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 36–38. 4. Марчук С. Менеджмент воєнного часу: Головна особливість і тактика дій. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/upravlinnya-pid-chas-viyni-potribno-diyati-u-visim-etapiv-taktika-dlya-biznesu-50391500.html>. 5. Соколова О. Рецепт збереження керованості підприємства під час війни // Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/12/689085>. 6. Як війна вплинула на топ-менеджмент і власників компаній в Україні? URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/how-has-war-affected-top-management-and-owners-companies-ukraine-ua/>.

Тези надійшли до редакції 19.04.2024 р.



КОРПОРАТИВНА БЕЗПЕКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ ПОЛОЖЕНЬ КОНЦЕПЦІЇ «СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

УДК 338.3:664

Віжунов А. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
факультет менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Устименко А. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
факультет міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У тезах проаналізовано еволюційні зміни концепції «соціальної відповідальності» бізнесу, які відображено в концепціях «соціального егоїзму», «корпоративного альтруїзму», «розумного егоїзму». Авторами запропоновано у якості концепції відповідальності бізнесу «інтегральну теорію суспільного договору» (Т. Дональдсон, Т. Данфі). Визначено зв'язок корпоративної безпеки та соціальної відповідальності, яка реалізується шляхом гармонізації інтересів



учасників та поділяється на універсальні гіпернорми (загальні корпоративні інтереси) та специфічні норми (особисті корпоративні інтереси). Згідно з авторським баченням місця безпеки бізнесу у системі корпоративного управління можна визначити, що корпоративна соціальна відповідальність як основа безпеки бізнесу передбачає усвідомлену, ініціативну, послідовну та безперервну діяльність корпорації з виконання таких універсальних гіпернорм, як розвиток компанії, збільшення вартості активів, досягнення якісної ділової репутації, отримання доступу до зовнішніх джерел фінансування, розвиток бізнес-комунікації компанії, досягнення високого рівня КУ компанії та з виконання таких специфічних норм, які відображають особисті корпоративні інтереси стейкхолдерів, а саме захист прав акціонерів, надання менеджменту та членам Наглядової ради винагороди, надання якісної продукції та послуг споживачам, надання відсотків за користування кредитними коштами, продовження стабільної співпраці з партнерами, надання соціальних благ і стабільної заробітної платні працівникам.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, безпека, корпоративне управління, гармонізація інтересів стейкхолдерів, корпорація.



Annotation. The article analyzes the evolutionary changes of the concept of «social responsibility» of business, which are reflected in the concepts of «social egoism», «corporate altruism», «intelligent egoism». The authors proposed the «integral theory of the social contract» (T. Donaldson, T. Dunphy) as a concept of business responsibility. The connection between corporate security and social responsibility is determined, which is realized by harmonizing the interests of participants and is divided into universal hypernorms (general corporate interests) and specific norms (personal corporate interests). According to the author's vision of the place of business security in the corporate management system, it can be determined that corporate social responsibility, as the basis of business security, involves the conscious, proactive, consistent and continuous activity of the corporation to fulfill such universal hypernorms as the development of the company, increasing the value of assets, achieving quality business reputation, gaining access to external sources of financing, developing the company's business communication, achieving a high level of the company's corporate governance and the implementation of such specific norms that reflect the personal corporate interests of stakeholders, namely the protection of shareholders' rights, providing management and members of the Supervisory Board with remuneration, providing quality products and services to consumers, provision of interest for the use of credit funds, continuation of stable cooperation with partners, provision of social benefits and stable wages to employees.

Keywords: social responsibility of business, security, corporate governance, harmonization of stakeholders' interests, corporation.



Корпоративний сектор економіки в Україні функціонує і розвивається в умовах значної кількості дестабілізуючих чинників, що підвищують ризик нехтування інтересами стейкхолдерів і соціального забезпечення працівників підприємств, неспроможністю діючої моделі корпоративного управління (КУ) протидіяти загрозам тощо. В таких умовах ведення бізнес-діяльності, яка погіршується через суспільно-політичну нестабільність, ускладнення функціонування багатьох вітчизняних підприємств в умовах ведення воєнних дій, пошуком нових ринків збуту та іноземних стратегічних партнерів, погіршенням фінансового становища, частина яких зумовлена низьким рівнем відповідальності бізнес-діяльності, відсутністю єдиної концепції безпеки ведення бізнесу. Таким чином, вдосконалення концепції «соціальної відповідальності», як бази безпеки ведення бізнесу та високого рівню корпоративного управління, є актуальною науковою проблемою, що потребує практичного вирішення.

Концепція відповідальності з'явилася в 50-х рр. двадцятого сторіччя, що було обумовлено загостренням соціально-екологічних проблем, які були викликані діяльністю транснаціональних корпорацій. Загальносвітова тенденція гуманізації бізнесу формує наразі позитивне ставлення до відповідального бізнесу, до бачення компанії як суб'єкта соціальної відповідальності, до розуміння соціальної відповідальності як багаторівневої категорії [1]. Еволюція категорії «відповідальність» призвела до виникнення поняття «соціальна відповідальність», яка може мати місце, коли суб'єкт відповідальності є не індивідуальним, а колективним, тоді йдеться про корпоративну соціальну відповідальність, що передбачає виконання корпорацією в особі акціонерів, власників, менеджменту, працівників, членів Наглядової ради виконання певних зобов'язань (політичних, моральних, юридичних, соціальних відповідно до групи стейкхолдерів). Корпоративну соціальну відповідальність можна розуміти як відповідальність корпорації перед соціумом. Таким чином, під час процесу корпоративного управління менеджмент корпорації повинен враховувати інтереси усіх стейкхолдерів [2].



З таких позицій можна говорити про наявність зв'язку між рівнем задоволеності соціуму та досягнення компанією власних бізнес-цілей, тобто корпоративне управління, яке базується на засадах концепції корпоративної соціальної відповідальності, призведе до гармонізації інтересів стейкхолдерів, реалізації стратегічних намірів та досягнення корпоративних цілей. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає насамперед не лише добровільне здійснення соціальних інвестицій, дотримання певних правил і норм ведення бізнесу, але й ініціативу з боку корпорації у вигляді розширення обов'язків перед суспільством та урахування інтересів більшої кількості груп стейкхолдерів [3]. Бізнес як суб'єкт соціальної відповідальності має деякі особливості, які включають у себе максимізацію прибутку при мінімальних витратах, необхідність здійснення вільного економічного вибору щодо сфери діяльності, виду продукції, що виробляється, шляхів збуту продукції та можливостей використання отриманого доходу. Діяльність бізнесу регулюється законодавством та суспільно встановленими нормами, однак навіть дотримання усіх законів, правил та норм буває недостатнім під час зайняття та збереження певної ринкової частки, тоді саме здійснення бізнесу на засадах соціальної відповідальності є конкурентною перевагою для підприємства.

Однак діяльність компанії на засадах корпоративної соціальної відповідальності може призвести до конфлікту інтересів – у разі якщо менеджмент – є найманими працівниками, а власники є аутсайдерами, прийняття рішень стосовно здійснення соціальних інвестицій може призвести до збитків для власників-акціонерів. Тому в 1970 році Мілтон Фрідман виступив з докладом про необхідність враховувати інтереси не лише спільноти, працівників та соціуму, але й інтереси власників, для яких корпоративна соціальна відповідальність розуміється як збільшення та стабільність дивідендів. Згодом Говард Боуен в книзі «Соціальна відповідальність бізнесмена» наголошує на відповідальності, яка передбачає прийняття таких управлінських рішень, що не викликають протиріч з цілями та цінностями суспільства [1].

Отже, з появою різних поглядів на відповідальність бізнесу концепція соціальної відповідальності поділяється на концепцію «соціального егоїзму» (чітке дотримання законодавства: сплата податків і зарплатні, стейкхолдерами виступають лише власники та держава), концепцію «корпоративного альтруїзму» (чітке дотримання законодавства та участь компанії в благодійних програмах, здійснення соціальних інвестицій, групи стейкхолдерів розширюється за рахунок врахування інтересів спільноти), концепцію «розумного егоїзму», яка передбачає соціальну відповідальність бізнесу як частину бізнес-стратегії компанії, скорочення поточних прибутків за рахунок здійснення довгострокових соціальних проєктів для працівників компанії, споживачів, спільноти. У 2003 році Л. Керол та М. Шварц запропонували модель соціальної відповідальності у вигляді діаграми Вена, яка враховує три сфери відповідальності: економічну, правову та етичну. Філантропічна сфера розглядається авторами як необов'язкова частина етичної сфери відповідальності, та, попри поширеність цієї моделі серед вчених-економістів, ця модель не враховує інтереси зацікавлених сторін повною мірою. Наразі у якості концепції «соціальної відповідальності» можна запропонувати розуміння соціальної відповідальності авторами Т. Дональдсоном та Т. Данфі, як «інтегральної теорії суспільного договору», яка розуміє узгодженість бізнес-поведінки компанії та цілей / цінностей суспільства. гармонізація інтересів базується на розподілі інтересів на універсальні гіпернорми (етичні правила, норми бізнес поведінки) та на специфічні норми, які кожна компанія виділяє залежно від власної діяльності [4; 5; 6].

З позицій соціальної відповідальності корпоративна безпека організаційного розвитку передбачає усвідомлену, ініціативну, послідовну та безперервну діяльність корпорації з дотриманням міжнародних соціальних стандартів і стандартів КУ, наданням корпоративних ресурсів (здійснення соціального інвестування), урахуванням інтересів зацікавлених сторін у постановці корпоративних цілей розвитку, ведення «прозорого» бізнесу, здійснення соціальних послуг для різних груп населення, фінансування екологічних та/ або соціальних проєктів з метою досягнення соціального ефекту, надання статусу відповідального власному бізнесу, створення позитивного іміджу підприємства та підвищення рівня корпоративного управління [7].

Дотримання положень концепції «соціальної відповідальності» з позицій інтегральної теорії суспільного договору реалізується завдяки урахуванню особистих корпоративних інтересів стейкхолдерів, які полягають у захисті прав акціонерів, отриманні менеджментом та членами Наглядової ради винагороди за свою діяльність, отриманні якісної продукції / послуг клієнтами та споживачами, отриманні відсотків за користування коштами для кредиторів, отриманні соціальних благ та стабільної заробітної платні працівниками підприємства, продовженні стабільної співпраці з партнерами та постачальниками. Дотримання положень концепції «соціальної відповідальності» призведе до гармонізації інтересів учасників корпоративних відносин і запобігання конфлік-



ту інтересів, як основній загрозі корпоративного управління організаційним розвитком. У якості підсумку можна зазначити, що концепцію соціальної відповідальності можна аналізувати та впроваджувати лише з позицій інтегрального підходу з урахуванням усіх можливих груп стейкхолдерів і сукупності їх інтересів.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Пархоменко Н. О.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Отенко В. І.

Література: 1. Шкробень Р. П., Квашина Ю. А., Полозков Я. Є. Теоретичне підґрунтя управління фінансово-економічною безпекою бізнес-процесів підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. № 9. С. 114–120. 2. French P. The Corporation as a moral person. *American Philosophical Quarterly*. 1979. Vol. 16. P. 79–85. 3. Schwartz M., Carroll A. Corporate social responsibility: a three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*. 2003. Vol. 4. P. 503–530. 4. Aras G., Aybars A., Kutlu O. Managing corporate performance: Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2010. Vol. 59. P. 229–254. 5. Kim J. Assessing the long-term financial performance of ethical companies. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*. 2010. Vol. 18. P. 199–208. 6. Chin H., Chin H., Chen T. On the determinants of corporate social responsibility: International evidence on the financial industry. *Journal of Business Ethics*. 2010. P. 115–135. 7. Кріпкий А. Ю. Методичний підхід до забезпечення корпоративної безпеки організаційного розвитку підприємства. *Науковий журнал «Український журнал прикладної економіки»*. 2021. Т. 6. № 2. С. 211–217.

Тези надійшли до редакції 18.04.2024 р.



ECONOMIC GROWTH POTENTIAL OF AN ENTERPRISE IN THE CONTOURS OF THE INNOVATIVE AND INVESTMENT DEVELOPMENT MODEL

UDC 330.341.1

Havrylchenko O.

D. Sc. (Economics), Associate Professor,
Professor of the Department of Management and Business,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. An extended definition of the definition "resource potential of economic development of the enterprise" is given. It was determined that the resource management mechanism of the enterprise should include the management tools of the business entity, distributed among subsystems (financial, material, labor). As a result of the study of the main approaches to the assessment of the resource potential of enterprises, the main quantitative and qualitative methods of their assessment were determined.

Keywords: economic potential, resource potential, resource management, economic development potential.



Анотація. Надано розширене визначення дефініції «ресурсний потенціал економічного розвитку підприємства». Визначено, що механізм управління ресурсами підприємства повинен включати інструменти управлінської діяльності



господарюючого суб'єкта, розподілені між підсистемами (фінансовою, матеріальною, трудовою). В результаті дослідження основних підходів до оцінки ресурсного потенціалу підприємств визначено основні кількісні і якісні методи їх оцінки.

Ключові слова: економічний потенціал, ресурсний потенціал, управління ресурсами, потенціал економічного розвитку.



Formulation of the problem. Shifts of a socio-economic, political and security nature, crisis phenomena on the domestic and foreign tracks caused changes in the sectoral structure of material production, which was manifested in the growth of the share of enterprises of the agrarian sector of the national economy in the creation of the gross domestic product, added value and receipt of income from exports. At the same time, the specificity of production and commercial activity and the development of agricultural enterprises, their exceptional importance for maintaining the food security of the state and solving a number of complex problems of socio-economic development, necessitates the justification and integration into management systems of all levels of effective mechanisms for managing the potential for economic growth. In turn, taking into account sectoral and inter-sectoral features in the field of material production allows spreading productive and progressive practices of development management only by adjusting them taking into account the specific characteristics of certain groups and categories of enterprises, especially since they all function in the same conditions of institutional, legal and financial environment.

The researches of such scientists as L. V. Sokolova [1], V. M. Proskuryanov are devoted to the study of the problems of increasing the efficiency of the use of resource potential of enterprises. Alekseeva I. V. [2], Antofia N. M. [3], 46V. Ya. Ambrosova [4] and others. However, despite the importance of the problem of forming an economic mechanism for resource potential management and its evaluation in modern economic literature, it is not considered enough. Until now, there is no comprehensive approach to the assessment of the use of resource potential and its management at the enterprise level. The applied methods of assessing the economic development of the enterprise and the use of its resource capabilities do not form a comprehensive approach to managing its potential.

The purpose – study of the problems of increasing the efficiency of using the resource potential of enterprises.

Basic material. A critical analysis of the scientific positions of various researchers and a retrospective analysis of the evolution of scientific views made it possible to determine the potential of economic development as a set of opportunities to attract all types of resources necessary for the effective implementation of the main activity and implementation of development projects and programs. It was established that the potential of economic development is essentially the same as the resource potential of the enterprise, because the availability and availability of resources in itself forms the basis for the emergence of opportunities for the growth of the subject in certain selected areas of economic activity.

The generalization of scientific views and their correlation with the results of own observations of the object of research made it possible to provide an expanded definition of the definition "resource potential of the economic development of the enterprise" – it is a set of resources of the economic entity that are at its disposal and characterize the possibility of a given socio-economic system with implementation of purposeful production and sale of products taking into account the influence of internal and external environmental factors, as well as the opening of opportunities for expanding this activity and (or) starting new types of activities in other spheres of economic activity.

The resource management mechanism of the enterprise should include the tools of management activity of the business entity, distributed among subsystems (financial, material, labor), which act as a single entity and interact with each other through the implementation of the functions of use, distribution, availability and replenishment of the enterprise's resources, which allows consider it as a key link in the enterprise management system in a competitive environment.

The resource management mechanism of an agrarian enterprise must take into account the interests of economic entities, in terms of: expenditure of material resources; motivation of labor personnel for innovative recovery; motivation of investment structures to invest in the development of the production sphere. The balance of the components of such a mechanism can be achieved only taking into account the specifics of the tool set used for each type of resource.

The algorithm for assessing the enterprise's resource potential includes the following stages: gathering information about the state of the enterprise, determining the main goals of its development; formation of a set of indicators for each category of resource potential components; building a model; definition of a system of control indicators, etc.



Management influence on the components of the resource potential of the enterprise includes: identification of influencing factors on the management of the potential and its components; assessment of the effectiveness of the use of resource potential using the taxonomic method; setting goals and tasks for the development of the enterprise and developing measures for the development of resource potential; the final assessment of the resource potential management system after changing the values of its components.

Conclusions. As a result of the study of the main approaches to the assessment of the resource potential of enterprises, the main quantitative and qualitative methods of their assessment were determined. It has been proven that it is advisable to assess the enterprise's resource potential on the basis of a dynamic approach that assesses unique resources, knowledge and competences. A system for evaluating the effectiveness of the use of resource potential has been developed, consisting of: a set of evaluation indicators for each category of components of the resource potential; models of optimization of resource proportions of enterprises; the algorithm of managerial influence on the components of the resource potential of the enterprise. The methodical approach to the assessment of the efficiency of the use of resource potential takes into account a set of indicators and includes conducting an analysis, substantiating the optimal values of factors and the size of the resource potential, as well as calculating reserves for increasing the efficiency of its use.

Literature: 1. Соколова Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01. Донецьк, 2006. 32 с. 2. Алексєєв І. В. Стратегії та регулювання інноваційного розвитку виробничо-господарських структур : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.02.03. Київ, 2002. 33 с. 3. Антофій Н. М. Розвиток плодоовочеконсервного виробництва України в умовах глобалізації та міжнародної інтеграції. *Таврійський науковий вісник*. 2005. № 36. С. 231–236. 4. Амбросов В. Я., Маренич Т. Г. Великотоварні підприємства, як основа впровадження інновацій. *Економіка АПК*. 2007. № 6. С. 14–19.

Тези надійшли до редакції 24.04.2024 р.



ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІТ-КОМПАНІЇ

УДК 339.137.2

Гайдук О. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
факультет менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Трансформаційні зміни, що визначені переходом від індустріально-ринкової до інформаційно-мережевої економіки, поєднують різні закономірності та змішані форми, мають ознаки зростаючої цифровізації традиційних бізнес-процесів, застосування інноваційних інструментів забезпечення виробництва продукції, підтримки та розвитку бізнесу. Сучасним корпораціям потрібні наукові розробки для впровадження новітньої техніки, зменшення собівартості виробленої продукції, створення новітніх технологій просування товарів і надання послуг. Це вимагає нових підходів і методів у технологічній, маркетинговій, управлінській та фінансовій сферах. Проведення аналізу умов,



стану та перспектив інноваційного розвитку компаній IT-галузі, їх конкурентного потенціалу, досвіду дасть можливість виділити найкращі практики у сфері промислових інновацій та пріоритетні напрямки удосконалення традиційних технік і методів управління, визначити актуальний інструментарій стратегування для інтеграції вітчизняних підприємств у міжнародне бізнес-середовище.

Ключові слова: інноваційний розвиток, конкурентний потенціал, компанії IT-галузі, аналіз, чинники, методичний підхід.



Annotation. The transformational changes determined by the transition from the industrial-market to the information-network economy combine various regularities and mixed forms, have signs of growing digitalization of traditional business processes, the use of innovative tools for ensuring product production, support and business development. Modern corporations need scientific developments to implement the latest technology, reduce the cost of manufactured products, create the latest technologies for promoting goods and providing services. This requires new approaches and methods in the technological, marketing, management and financial spheres. Conducting an analysis of the conditions, state and prospects of the innovative development of companies in the IT industry, their competitive potential, and experience will make it possible to highlight the best practices in the field of industrial innovation and priority directions for improving traditional techniques and management methods, to determine the actual strategic toolkit for the integration of domestic enterprises into international business environment.

Keywords: innovative development, competitive potential, companies in the IT industry, analysis, factors, methodical approach.



У грудні 2022 року Асоціація «IT-Ukraine» представила результати репутаційного дослідження IT-галузі, яке проводилося з серпня по грудень 2020 року на платформі DUO [1]. Методичний підхід до оцінювання базувався на принципі «комплексного бачення IT-галузі ключовими стейкхолдерами» та включав етапи, процедуру опитування, методи оцінювання та інтерпретації результатів. В опитуванні брали участь 1700 респондентів – IT-спеціалісти, студенти, експерти (представники держорганів та асоціацій, рекрутингових агенцій та керівники IT-кластерів). Дослідження проводилося за такими напрямками: сприйняття IT-галузі ключовими стейкхолдерами; репутація та лідерство в галузі; ризики та проблемні питання розвитку галузі; галузь у медіа і соціальних мережах; представленість ключових гравців у медіа та соціальних мережах. Для аналізу за ознакою «пізнаваність» у перелік потрапило 62 компанії в соціальних мережах і медіа, 32 з яких сформували short-list впізнаваності на платформі DUO.ua фахівців. На другому етапі було отримано результати аналізу щодо репутаційних показників компаній IT-галузі. Серед респондентів – 91 % серед опитуваних нефахівців вважають IT-галузь важливим напрямком, 74 % IT-спеціалістів назвали IT-галузь «значущою в економіці». Опитувані експерти виділили найбільш вагомі особливості IT-галузі: високоінтелектуальна робота, вплив на розвиток інших бізнес-діяльностей, соціальна відповідальність, вихід на глобальний ринок, законність, незалежність, фокусування на розвиток людського капіталу. Схвалили поточний розвиток індустрії 71 % IT-спеціалістів та 66 % студентів. Експерти переконані, що IT-галузь є інноваційною, відкриває нові можливості для розвитку молоді, забезпечує остатній рівень доходу для висококваліфікованих спеціалістів. Опитувані IT-спеціалісти вважають, що найбільше користі для розвитку країни приносять залучені інвестиції, створення нових робочих місць та робота й впровадження інноваційних технологій. Серед найбільших проблем вітчизняної IT-галузі визначено: інтелектуальну міграцію, невелику частку вітчизняних IT-продуктів у світовому обсязі, якість освіти. Найбільш неприйнятні речі на думку IT-спеціалістів виступають: невиконання зобов'язань роботодавців перед співробітниками, неетична поведінка, створення та поширення нелегального контенту, погані умови праці. Тобто для IT-спеціалістів найбільш негативні чинники знаходяться в площині «працівник-роботодавець».

Як найбільш значущі тренди галузі були заявлені: збільшення кількості стартапів та розвиток продуктів у сервісних компаніях, активне освоєння нових технологій та діджиталізація, гнучкий перехід на віддалену роботу та швидка адаптація роботи в умовах кризи та пандемії. Найвищі рейтинги пізнаваності мають IT-компанії, які створюють ігрові продукти, що є популярними на вітчизняному ринку: EPAM Ukraine, GlobalLogic, SoftServe, Ciklum, Luxoft, Grammerly [1]. Комплексним результатом дослідження стала репутаційна матриця (табл. 1), яку склали індикатори репутаційного лідерства.



Таблиця 1

Методика побудови репутаційної матриці для компаній ІТ-галузі

Показники	Соціальні мережі	Медіа	Студенти та оточення	ІТ-спеціалісти	Інтегральний ранг
Активна присутність	Загальна кількість залученої аудиторії	Загальна кількість охопленої аудиторії	Якість знання (t3b)		Близькість до максимуму
Довіра-позитив	Рівень залучення постів з позитивною тональністю	Рівень охоплення повідомлень з позитивною тональністю	% тих, хто довіряє / скоріше довіряє компанії (t2b), зважений на якість знання		Близькість до максимуму
РА1: Лідерство	де згадується лідерство	де згадується лідерство	% тих, хто приписує атрибут як підходить / скоріше підходить компанії (t2b), зважений на якість знання		Близькість до максимуму
РА2: Роботодавець	де згадується як роботодавець	де згадується як роботодавець			
РА3: Менеджмент	де згадується менеджмент	де згадується менеджмент			
РА4: Соціальна відповідальність	де згадується соціальна відповідальність	де згадується соціальна відповідальність			
РА5: Інновації	де згадуються інновації	де згадуються інновації			

Показник «активна присутність» відповідає за рівень помітності компанії в соціальних мережах, медіа та є активно присутньою у свідомості стейкхолдерів. «Довіра-позитив» визначається загальною тональністю згадувань в соціальних мережах, медіа та серед стейкхолдерів. Індикатор «лідерства» відповідає лідерським позиціям компанії в галузі та створює галузеві стандарти. Індикатор «роботодавець» визначає привабливість ІТ-компанії щодо місця роботи; індикатор «менеджмент» визначає рівень ефективності менеджменту ІТ-компанії відповідно досягнутим результатам; індикатор «соціальна відповідальність» орієнтує на підтримку соціальних проектів і дотримання соціальних стандартів; індикатор «інновації» характеризує компанію як таку, що має сучасний технологічний стек та активно впроваджує інноваційні рішення. За результатами оцінювання репутаційних індикаторів групи ІТ-компаній-лідерів ввійшли такі підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Результати оцінювання вітчизняних ІТ-компаній-лідерів за репутаційною матрицею

Репутаційні показники	I група лідерів	II група лідерів	III група лідерів
Активна присутність	EPAM	SoftServe, Ubisoft, Wargaming GlobalLogic	Luxoft
Довіра-позитив	EPAM, SoftServe	SoftServe, Ubisoft, GlobalLogic	Wargaming Luxoft, Grammerly
РА1: Лідерство	EPAM	SoftServe GlobalLogic	Wargaming, Ubisoft, Grammerly, Luxoft
РА2: Роботодавець	EPAM, SoftServe	GlobalLogic	Wargaming, Ubisoft, Luxoft, Ciklum
РА3: Менеджмент	EPAM, Wargaming	SoftServe	Luxoft, DataArt, GlobalLogic
РА4: Соціальна відповідальність	SoftServe	EPAM GlobalLogic	Sigma Software
РА5: Інновації	SoftServe, GlobalLogic, Ubisoft	Grammerly	

Конкурентний потенціал ІТ-бізнесу, як можливості для досягнення стійкої конкурентної переваги на міжнародних ринках, формується в умовах активного та масштабного використання цифрових технологій, прискореної передачі знань, створення технологічних інновацій. Для компаній ІТ-галузі цифрові технології є системоутворюючим фактором для створення нових цінностей і властивостей в продуктах і послугах, завоювання конкурентних позицій на ринках, отримання стратегічних можливостей до трансформації бізнес-процесів розвитку. Це підтверджується появою нових світових ІТ-компаній-лідерів, функціонуванням бізнес-систем, інноваційних центрів та зміцненням їх конкурентних позицій на ринках [2; 3].

Результати аналізу діяльності високотехнологічних підприємств, що працюють у галузях інформаційних технологій, аерокосмічній, фармацевтичній, виробництва електроніки та телекомунікаційного обладнання та виробництва медичної, високоточної та оптичної техніки показали, що найбільш поширеним явищем є використання цифрових технологій, на які припадає 59 % із всіх компаній-лідерів, що увійшли до рейтингу найбільш інноваційних компаній світу, 28 % та 13 % складають фізичні та біологічні технології. Такий факт визначається значною потребою капіталовкладень на дослідження, розробку та впровадження фізичних і біологічних технологій 4IR, необхідністю дотримання вимог до операційних змін процесів виробництва інноваційних продуктів [4; 5].



Висновки. Рейтинги України за 2014–2021 роки, що відображують результати оцінювання її інноваційного потенціалу, конкурентоспроможності, реалізації процесів сталого розвитку, дозволяють зробити висновок про недостатню ефективність державної політики щодо забезпечення інноваційної активності вітчизняного бізнесу, випуску наукомістких товарів і послуг. До того ж війна, що ведеться на території України з 24 лютого 2022 року, ставить під загрозу технологічний розвиток країни. Такі ризики визначені релокацією бізнесу, підтримкою технологічної індустрії, відтоком кваліфікованих кадрів. Політика високотехнологічного розвитку України має стати джерелом післявоєнної відбудови країни та відродження нації.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор *Отенко В. І.*

Література: 1. Асоціація презентувала результати репутаційного дослідження галузі. URL: <https://itdni.pro/state-novyny-it-dnipro-community/asocziacziya-it-ukraine-prezentovala-rezultaty-reputaczijnogo-doslidzhennya-it-galuzi/>. 2. Проривні технології циклічної економіки. URL: <https://icoola.ua/blog/proryvni-tekhnolohiyi-tsyklichnoyi-ekonomiky/>. 3. Модель циркулярної економіки. URL: <https://business.diaa.gov.ua/handbook/impact-investment/model-cirkularnoi-ekonomiki>. 4. 85% керівників світових компаній впевнені, що їхні організації зростатимуть найближчі три роки – KPMG. URL: <https://mind.ua/publications/20250970-85-kerivnikiv-svitovih-kompanij-vpevneni-shcho-yihni-organizaciyi-zrostatimut-najblizhchi-tri-roki-kpm>. 5. Рейтинг України за інноваційними складовими глобального індексу конкурентоспроможності серед інших країн світу. URL: https://www.researchgate.net/figure/The-Global-Competitiveness-Index-of-Ukraine_tbl1_329687708.

Тези надійшли до редакції 18.04.2024 р.



ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В ЗАКЛАДІ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

УДК 373.5:004.9

Грицай Я. Г.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
факультет міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні завдання перед освітніми науками щодо розвитку цифрового освітнього середовища та запропоновано шляхи розвитку цифрового освітнього середовища.

Ключові слова: цифрове освітнє середовище, цифровий розвиток, цифрова грамотність, електронна освітня платформа.



Annotation. The theses consider the main tasks for educational sciences regarding the development of the digital educational environment and suggest ways of developing the digital educational environment.

Keywords: digital educational environment, digital development, digital literacy, electronic educational platform.





Прогрес цифрового освітнього середовища є важливим питанням розвитку освіти в цілому, оскільки дистанційна форма навчання, яка на сьогодні організована в більшості закладів освіти України, безпосередньо з цим пов'язана.

В Україні цим питанням присвячені роботи таких науковців, як Биков В., Н. Бахмат, Л. Гаврілова, Л. Карташова, В. Кухаренко, В. Любарець, Л. Панченко, Н. Морзе та ін. Зокрема, у статті Бикова В. Ю. «Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки України» визначено ключові проблеми розвитку та впровадження інформаційно-комунікаційних і цифрових технологій у вітчизняній освіті. У науковій доповіді «Науково-методичне забезпечення цифровізації освіти України: стан, проблеми, перспективи» Кременя В. Г., Бикова В. Ю., Ляшенка О. І. зазначено особливі завдання перед освітніми науками, які відображають потреби науково-методичного забезпечення освітньої діяльності на всіх рівнях освіти.

На основі даних публікацій систематизуємо основні завдання щодо удосконалення стану цифрового освітнього середовища:

- ✓ покращення законодавчого середовища у сфері цифрового розвитку закладів загальної середньої освіти;
- ✓ створення єдиного освітнього простору для всіх освітніх установ;
- ✓ підвищення рівня цифрової грамотності всіх учасників освітнього процесу;
- ✓ впровадження інноваційних методик навчання;
- ✓ збільшення мотивації учасників освітнього процесу до використання цифрових інструментів;
- ✓ розробка та забезпечення доступу до цифрових інструментів для освітнього процесу;
- ✓ забезпечення безпеки учасників освітнього процесу в цифровому середовищі.

Розглянемо шляхи удосконалення цифрового освітнього середовища, які, на нашу думку, є основними.

Стратегія цифрового розвитку закладу загальної середньої освіти

Як зазначено на сайті Міністерства освіти і науки України, простим у використанні онлайн-інструментом, за допомогою якого можна здійснити самооцінку закладів освіти, оцінити стан впровадження інноваційних цифрових технологій в освітньому процесі, з'ясувати, на якому етапі цифрового розвитку знаходиться заклад освіти, є онлайн-інструмент SELFIE (Self-reflection on Effective Learning by Fostering the Use of Innovative Educational Technologies).

За допомогою онлайн-інструменту SELFIE можна:

- ✓ реалізувати демократичне управління в освітніх закладах, де кожна сторона (вчителі, здобувачі освіти, батьки чи адміністрація) має можливість активно брати участь у прийнятті рішень;
- ✓ оцінити ефективність застосування цифрових технологій, що передбачає не лише самооцінку, а й глибокий аналіз сильних і слабких сторін використання ІТ-інструментів;
- ✓ використовувати різноманітні методи збору інформації, такі як анкетування, опитування, інтерв'ю та спостереження, для забезпечення унікального і всебічного збору даних;
- ✓ впроваджувати різні форми контролю, що дозволяють відзначити унікальні аспекти контрольного процесу та підкреслити важливість індивідуального підходу;
- ✓ швидко реагувати на зміни в освітній сфері через гнучкі стратегії управління, підкріплені обґрунтованими рішеннями.

Результати анкетування, проведеного за допомогою даного онлайн-інструменту, можна використати для створення Стратегії цифрового розвитку закладу загальної середньої освіти. Розробка Стратегії, своєю чергою, сприятиме чітко спланованому розвитку цифрового освітнього середовища закладу загальної середньої освіти.

Цифрова грамотність викладача

У професійному стандарті за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти», «Вчитель з початкової освіти (з дипломом молодшого спеціаліста)» визначено перелік трудових функцій (професійних компетентностей, що входять до них). Серед них є і інформаційно-цифрова компетентність, відповідно до якої вчитель повинен:

- ✓ розвивати навички орієнтування в інформаційному просторі;
- ✓ вміти здійснювати пошук і критично оцінювати інформацію, а також використовувати її у професійній діяльності;



✓ ефективно користуватися наявними цифровими ресурсами в освітньому процесі та за необхідності створювати нові цифрові освітні ресурси.

Вміння вчителів для реалізації інформаційно-цифрової компетентності весь час повинні удосконалюватися і розвиватися. Цьому можуть сприяти курси підвищення кваліфікації, участь у семінарах, вебінарах, конференціях, круглих столах, обмін досвідом з колегами тощо.

Цифрова грамотність здобувачів освіти

У Державному стандарті базової середньої освіти визначено вимоги до обов'язкових результатів навчання учнів в інформатичній освітній галузі. Відповідно до них здобувачі освіти повинні:

- ✓ розвивати навички пошуку, перетворення, аналізу, узагальнення та систематизації даних;
- ✓ критично оцінювати інформацію для вирішення життєвих проблем;
- ✓ створювати інформаційні продукти і програми для ефективного розв'язання завдань і проблем, а також для творчого самовираження;
- ✓ свідомо використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а також цифрові пристрої для доступу до інформації, комунікації та співпраці як творця і/або споживача;
- ✓ дотримуватися етичних і правових норм у сфері інформаційної взаємодії.

Враховуючи те, що на сьогодні більшість закладів загальної середньої освіти знаходяться на дистанційному навчанні, без виконання даних вимог здобувачами освіти освітній процес організувати дуже складно. Підвищувати рівень цифрової грамотності здобувачів освіти можна і потрібно не тільки на заняттях з інформатики, цьому повинні сприяти всі дисципліни. Крім того, можна організувати гурткову та позакласну роботу, яка буде цьому сприяти. Для батьків здобувачів освіти також можна організувати роботу щодо підвищення їх рівня цифрової грамотності.

Єдина електронна освітня платформа

І, на нашу думку, все вищесказане має об'єднувати єдина електронна освітня платформа.

Бескорса Олена Сергіївна в статті «Електронна освітня платформа для організації дистанційного навчання у процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи» надає таке визначення електронної освітньої платформи: середовище для організації освітньої взаємодії у режимі «людина-людина» та «людина-інформаційна система» через застосування онлайн-сервісів та ресурсів для підтримки та вдосконалення процесу надання освіти та управління нею [6, с. 174].

Як бачимо, це середовище має включати можливість управління закладом освіти, надання звітності органам управління закладом освіти, можливість запровадження електронного документообігу, електронний журнал, можливість обміну повідомленнями між всіма учасниками освітнього процесу, розклад навчальних занять, завдання і матеріали предмета, можливість проведення відеоконференцій, функціонал для виховної роботи, діяльності психологічної служби, асистентів вчителів, що працюють в інклюзивних класах у закладі освіти.

Висновок. Отже, на нашу думку, для успішного розвитку цифрового освітнього середовища в закладі загальної середньої освіти:

- ✓ має бути розроблена Стратегія цифрового розвитку закладу загальної середньої освіти, яка визначитиме ключові вектори розвитку;
- ✓ всі учасники освітнього процесу повинні постійно підвищувати рівень своєї цифрової грамотності;
- ✓ всі процеси, що відбуваються в закладі загальної середньої освіти, повинні бути об'єднані єдиною електронною освітньою платформою.

Тому в подальшому наше дослідження буде спрямоване на опис засобів для реалізації вищезазначених пунктів.

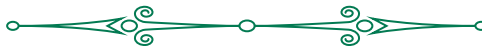
Науковий керівник – канд. пед. наук Почуєва О. О.

Література: 1. Биков В. Ю. Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки України // Матеріали методологічного семінару НАПН України «Інформаційно-цифровий освітній простір України: трансформаційні процеси і перспективи розвитку». 4 квітня 2019 р. / за ред. В. Г. Кременя, О. І. Ляшенка. Київ, 2019. С. 20–26. 2. Кремень В. Г., Биков В. Ю., Ляшенко О. І. та ін. Науково-методичне



забезпечення цифровізації освіти України: стан, проблеми, перспективи. Наукова доповідь загальним зборам НАПН України. *Вісник НАПН України*. 2022. № 4 (2). С. 1–49. **3.** Про онлайн-інструмент для самооцінки закладів освіти Selfie. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/cifrova-osvita/selfie>. **4.** Про затвердження професійного стандарту за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти», «Вчитель з початкової освіти (з дипломом молодшого спеціаліста)». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2736915-20#Text>. **5.** Про деякі питання державних стандартів повної загальної середньої освіти. URL: <https://www.kmu.gov.ua/nras/pro-deyaki-pitannya-derzhavnih-standartiv-povnoyi-zagalnoyi-serednoyi-osviti-i300920-898>. **6.** Бескорса О. С. Електронна освітня платформа для організації дистанційного навчання у процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2021. Вип. 30 (1-2021). С. 169–184.

Тези надійшли до редакції 19.04.2024 р.



ПЕДАГОГІЧНИЙ АРТИСТИЗМ ЯК ОСОБЛИВА РИСА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

УДК 378

Дементьєва Т. І.

Кандидат педагогічних наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У тезах розглянуто педагогічний артистизм як особливу рису професійної компетентності викладача вищої школи. Дано визначення поняття, а також виділено його складові, такі як креативність, емоційна залученість, взаємодія зі студентами, комунікативність, гнучкість, ентузіазм. Зроблено висновок про те, що викладач, який володіє педагогічним артистизмом, може зробити навчальний процес більш захоплюючим, емоційно насиченим та ефективним.

Ключові слова: педагогічний артистизм, складові педагогічного артистизму, освітній процес.



Annotation. The article considers pedagogical artistry as a special feature of the professional competence of a higher school teacher. The definition of this concept is given, as well as its components, such as creativity, emotional engagement, interaction with students, communicativeness, flexibility, and enthusiasm. It is concluded that a teacher who possesses pedagogical artistry can make the educational process more exciting, emotionally rich and effective.

Keywords: pedagogical artistry, components of pedagogical artistry, educational process.



Сучасні студенти живуть у суспільстві, наповненому безліччю технологій та великою кількістю інформаційних потоків. Для того щоб здобути їхню увагу та зацікавленість на занятті, викладачам необхідно постійно бути у пошуку нових, нетрадиційних підходів до навчання, розвивати творчі здібності та власну креативність.

Тому якість підготовки сучасного викладача висуває підвищені вимоги до процесу навчання в цілому і окремо до формування професійної компетентності, особливою рисою якої, вважаємо, є педагогічний артистизм.



Оволодіння професією викладача та розвиток творчої індивідуальності має передбачати виховання ряду особистісних якостей, які, своєю чергою, стають професійними. Серед них характеристики, що лежать в основі педагогічного артистизму: емоційність, інтуїція, емпатія, уява, спостережливість, здатність до імпровізації та ін. Викладач, який володіє педагогічним артистизмом, реалізує в діяльності унікальні риси творчої особистості, які стають професійними якостями та характеристиками, тобто чинниками професіоналізму [1, с. 114].

Отже, формування педагогічного артистизму у викладачів є ключовим для успішності навчального процесу та досягнення якісної освіти.

Різні аспекти педагогічного артистизму відображені в роботах Загвязінського В. О., Зязюна І. А., Абрамяна В. Ц., Рубіна Л. Дж., Будянського Д. В., Лазарева М. О., Кайдалової Л. Г. та ін.

Педагогічний артистизм – це мистецтво викладання, що включає в себе не лише передачу знань, а й емоційну, творчу та витончену взаємодію зі студентами.

Педагогічний артистизм – явище, що тією чи іншою мірою функціонує на всіх етапах педагогічної творчості. Це комплексне злиття духовних і фізичних якостей, які допомагають налагодити контакт зі студентами, завоювати з їх боку довіру і на цій основі здійснювати педагогічну діяльність [1, с. 113].

«Педагогічний артистизм як комплекс професійно значущих, взаємопов'язаних і взаємообумовлених якостей, який забезпечує досконале володіння педагогічною технікою та навичками перевтілення, виразної, естетично-привабливої передачі навчального матеріалу з метою максимальної реалізації індивідуального потенціалу педагога» [2, с. 7].

Не можна не погодитися з Кайдаловою Л. Г., Щокіною Н. Б., Вахрушевою Т. Ю., які розкривають поняття «артистичність педагога». Автори вважають, що це «краса і багатство внутрішнього світу особистості, здатність яскраво, переконливо, емоційно передавати матеріал, використовуючи фантазію, інтуїцію, імпровізацію, техніку та виразність мови і рухів, самопрезентацію та відкритість» [3, с. 79].

Таким чином, педагогічний артистизм – це комплекс професійних та особистісних якостей педагога, які дозволяють ефективно, цікаво та творчо передавати знання. Він включає в себе використання педагогічних методів, прийомів і технік, які допомагають зробити процес навчання більш емоційним, динамічним та ефективним.

Педагогічний артистизм – це складне та багатогранне явище, яке включає в себе багато різних складових, таких як професійні знання, креативність, емоційна інтелектуальність, комунікативні навички, акторські здібності, ентузіазм та енергія тощо. В основі педагогічного артистизму лежить поєднання майстерності та особистих якостей викладача, що дозволяє ефективно впливати на навчальний процес і взаємодіяти зі студентами.

На основі аналізу різних визначень педагогічного артистизму були виділені його складові. Перша складова – це креативність, тому що педагог повинен бути творчою особистістю, здатною шукати нові методи навчання та способи залучення студентів до навчального процесу.

Для того щоб студенти засвоїли та запам'ятали інформацію заняття, необхідно використовувати у навчальному процесі навчальні ситуації, які сприяють емоційному зв'язку студентів з матеріалом. Тому наступною складовою було виділено емоційну залученість.

Для того щоб процес навчання був максимально ефективним, потрібна активна взаємодія між викладачем і студентами. Викладачу необхідно сприяти розвитку комунікативних навичок та спільного вирішення завдань. Наступна необхідна складова – взаємодія між викладачем і студентами.

Викладачу треба адаптуватися до потреб та особливостей кожного студента, змінюючи методи навчання, виходячи з різних ситуацій, тому однією зі складових повинна бути гнучкість.

Комунікативність також є важливим компонентом педагогічного артистизму, оскільки викладач мусить чітко пояснювати матеріал, слухати запитання студентів і відповідати на них.

Безумовно, неможливо досягти успіху, якщо не будеш захоплюватися своєю професією і передавати студентам свій ентузіазм, який буде заохочувати їх бути більш активними та зацікавленими у процесі навчання. Тому ентузіазм був виділений таким компонентом педагогічного артистизму.

Поєднання цих компонентів дозволяє викладачу досягти високої ефективності в навчальному процесі, створити атмосферу довіри та співпраці зі студентами. Педагогічний артистизм сприяє розвитку у студентів не лише знань, але й особистісних якостей.

Всі ці складові допомагають створювати продуктивне навчальне середовище, де студенти зможуть досягти успіху у навчанні.



Викладач, який володіє педагогічним артистизмом, може зробити навчальний процес більш захоплюючим, емоційно насиченим та ефективним, може сприяти розвитку творчих і комунікативних навичок студентів, а також підвищенню їхньої мотивації.

Література: 1. Tkachenko T. Artistry as a Factor of the Professionalism of the Future Teacher. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*. 2022. Vol. 14. P. 112–127. URL: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/rrem/article/view/5292>. 2. Будянський Д. В. Формування педагогічного артистизму майбутнього вчителя гуманітарних дисциплін : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Київ, 2006. 20 с. 3. Кайдалова Л. Г., Щокіна Н. Б., Вахрушева Т. Ю. Педагогічна майстерність викладача. Харків, 2009. 140 с.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.



ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: УКРАЇНСЬКИЙ КЕЙС

УДК 330.322.1

Дуга С. Ю.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра фінансів, факультет фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено вплив мікрогрантів на розвиток людського капіталу та економічне зростання. Ґрунтуючись на аналізі сучасних досліджень і наукових публікацій, визначено, що мікрогранти є ефективним інструментом для стимуляції економічного розвитку та покращення добробуту населення.

Ключові слова: мікрогрант, людський капітал, робочі місця, економічне зростання.



Annotation. This research paper examines the impact of micro-grants on human capital development and economic growth. based on the analysis of modern research and scientific publications, micro-grants are an effective tool for stimulating economic development and improving the well-being of the population.

Keywords: micro-grant, human capital, jobs, economic growth.



Постановка проблеми. У ситуаціях воєнного конфлікту та економічної рецесії, що відбувається в Україні, розвиток людського капіталу стає надзвичайно важливим завданням. Мікрогранти можуть бути ефективним інструментом для вирішення цього завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники з різних країн світу активно вивчають вплив мікрогрантів на розвиток людського капіталу та економічне зростання. Їхніми висновками стало те, що мікрогранти можуть сприяти: створенню нових робочих місць, що веде до збільшення зайнятості та зменшення без-



робітця; зростанню податкових надходжень до бюджету держави завдяки зростанню економічної активності та підвищенню рівня доходів населення; зниженню рівня бідності за рахунок підтримки соціально вразливих верств населення та створення умов для їх економічної самостійності; підвищенню рівня освіти населення завдяки збільшенню доступності освітніх послуг; розвитку підприємництва шляхом надання фінансової підтримки малим і середнім підприємствам; стимулюванню інновацій завдяки підтримці наукових досліджень і впровадженню нових технологій; підтримці громадських ініціатив і культурному розвитку, що зміцнює соціальну згуртованість і підвищує якість життя населення.

Метою цього дослідження є аналіз сучасного стану отримання мікрогрантів в Україні.

Викладення основного матеріалу. В умовах воєнного стану особливо актуальними для української економіки залишаються питання щодо забезпечення належного соціально-економічного розвитку й формування передумов для економічного зростання на територіях [2]. Підприємницький сектор є основою функціонування національної економіки. Він відповідає за забезпечення ринку необхідними товарами і послугами, наповнює бюджети різних рівнів доходами у вигляді податкових платежів, забезпечує формування справедливих ринкових відносин у державі. У сучасних умовах глобалізації важко уявити розвиток країни без її підтримки бізнесом, проте і стабільність діяльності господарюючих суб'єктів є неможливою без застосування ефективних інструментів державної підтримки і стимулювання. Особливого значення даний аспект набув із початком війни, коли фактичне виживання підприємств, у першу чергу малого і середнього бізнесу, значною мірою залежить від державної стратегії протидії кризі, спричиненій непередбачуваними втратами і ризиками, а також від тактики сприяння адаптації підприємництва до умов режиму воєнного стану [4]. Під час збройної агресії Уряд запровадив програму, метою якої є стимулювання підприємницької діяльності та генерування нових робочих місць. Урядова ініціатива під назвою «єРобота» включає грантові програми, спрямовані на заохочення підприємницької активності та створення робочих місць. Програма «єРобота» є важливим кроком на шляху відновлення української економіки та створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу [3]. Мікрогранти відіграють роль каталізатора у розвитку та зміцненні людського капіталу, надаючи фінансову підтримку окремим людям та організаціям для реалізації їхніх конкретних проєктів, ініціатив і цілей.

Далі розглянемо статистику видачі мікрогрантів у 2024 році. У 2024 році вже було подано 7618 заяв. За результатами подачі заяв на мікрогранти переможцями визнано 3333 українців, які отримають 795 млн грн на старт або розширення свого бізнесу. Серед отримувачів мікрогрантів організаційно-правової форми є юридичні особи (11 %); фізичні особи – підприємці (71 %) та фізичні особи (18 %). Найбільше грантоотримувачів із Львівської (12 %), Рівненської (7 %), Київської (7 %) областей та міста Києва (9 %), Івано-Франківської (6 %), Сумської (6 %) та Вінницької (6 %) областей. Більшість людей, які отримали мікрогранти, планують використовувати ці кошти на купівлю обладнання, яке їм знадобиться для ведення бізнесу. Найбільш затребуваними сферами, в яких працюватимуть переможці, є: оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів (34 %); тимчасове розміщування й організація харчування (16 %); переробна промисловість (12 %). Планується створити 1141 нове робоче місце [1].

Політика щодо повернення до цивільного життя учасника бойових дій та підтримка їхніх родин потребує поєднаних зусиль з боку держави, громадянського суспільства, бізнес-середовища. Успіх такої політики залежить від участі учасника бойових дій у суспільному житті, зокрема, їх економічної активності та гідного рівня добробуту. За час повномасштабної війни несприятливі умови для соціальної реінтеграції ветеранів склалися безпосередньо і на вітчизняному ринку праці. Через війну збільшилась кількість безробітних, розширився тіньовий ринок праці в Україні [5].

З початком дії програми «Грант для ветеранів та їх подружжя» подано 1165 заяв, з них схвалено 500 на 220 млн гривень. Серед отримувачів грантів 56 % учасники бойових дій та 44 % подружжя ветеранів. Найбільш затребуваними сферами, в яких працюватимуть переможці, є: торгівля, ремонт (25 %); виробництво (18 %); кафе, пекарня (15 %) та послуги (8 %). Планується створити 1039 нових робочих місць [1].

Мікрогранти не лише надають фінансову допомогу окремим людям, організаціям чи проєктам, але й роблять значний внесок у розвиток і зміцнення людського капіталу України. Це, своєю чергою, сприяє соціальному, економічному та культурному процвітання країни.

Висновок. Критична ситуація, що склалася у сфері підприємницької діяльності в Україні, вимагає термінових заходів для стимулювання не лише започаткування, а й подальшого розвитку бізнесу. Існує безліч можливостей отримати мікрогрант в Україні, адже доступні різні фінансові джерела та програми, які підтримують різноманітні ініціативи. Важливо зазначити, що ефективність застосування мікрогрантів залежить від низки факторів, таких як чітко визначені цілі, прозорість та ефективність процесу надання грантів, а також налагодже-



ний механізм моніторингу та оцінки результатів., Отримання грантового фінансування сприяє економічному зростанню, генеруванню нових робочих місць, а також спрямоване на підтримку вже існуючих комерційних структур у країні задля їхнього подальшого розвитку та розбудови.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Аналітична та статистична інформація // Державна служба зайнятості України. URL: <https://dcz.gov.ua>. 2. Матюк Т. В., Суліма Н. М., Фурса Т. П., Крючкова Н. М. Перспективні тенденції для соціально-економічного розвитку: аналіз макро- й мікрорівнів. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Вип. 37. С. 380–389. 3. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=ff37dd88-d360-4220-bc66-522ec86858a2&title=VlasnaSprava-1-MlrdGrn>. 4. Муранова Т. О. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-49>. 5. Яценко Л. Проблеми працевлаштування ветеранів війни : ризики для держави та суспільства. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2023. https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-12/ke_pratsevlashtuvannya-veteraniv_18122023_0.pdf.

Тези надійшли до редакції 19.04.2024 р.



ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АЛГОРИТМІВ ПЛАНУВАННЯ ПАКЕТНИХ ПОТОКІВ ДАНИХ ІЗ РІЗНИМИ ПРІОРИТЕТАМИ

УДК 004.942:519.6(477.54)

Єнгалічев С. О.
Леуенко О. В.

Здобувачі вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра кібербезпеки та інформаційних технологій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій роботі наведено результати імітаційного моделювання різних алгоритмів планування пакетних потоків даних. Зосереджено увагу на ефективності мереж та оптимальності параметрів для поліпшення передачі даних з варіативними пріоритетами.

Ключові слова: імітаційне моделювання, пакетні потоки даних, ефективність мережі, оптимальні параметри, порівняльний аналіз.



Annotation. This work presents the results of simulation modeling of various data packet scheduling algorithms. It focuses on network efficiency and parameter optimization to improve data transmission with variable priorities.

Keywords: simulation modeling, data packet streams, network efficiency, optimal parameters, comparative analysis.





Вступ. У сучасному світі, де обробка великого обсягу даних є ключовим елементом багатьох сфер життя, ефективне планування ресурсів та оптимізація процесів мають вирішальне значення. Одним із основних аспектів оптимізації є планування пакетних потоків даних з різними пріоритетами, що набуває особливого значення в умовах конкурентної боротьби за ресурси і максимальної продуктивності системи.

У цих тезах ми приводимо результати імітаційного моделювання та досліджуємо алгоритми планування пакетних потоків даних з різними пріоритетами. Імітаційне моделювання дозволяє емулювати реальні умови функціонування системи, враховуючи різноманітні сценарії та параметри, що дозволяє здійснювати об'єктивну оцінку роботи алгоритмів планування.

Ми розглянемо різні алгоритми планування, їх переваги та обмеження, а також пропонуємо методіку порівняльного аналізу на основі імітаційного моделювання. Такий підхід дозволяє не лише ретельно вивчити принципи роботи окремих алгоритмів, а й визначити оптимальні параметри їх використання в конкретних умовах.

Основна частина. Алгоритм WFQ (Weighted Fair Queuing) є одним із методів планування пакетних потоків даних у мережевих комутаторах або маршрутизаторах. Його основна мета – забезпечити справедливий доступ до мережевого каналу для різних потоків даних, з урахуванням їх ваги та пріоритету.

Основні принципи роботи алгоритму WFQ такі [1]:

1. Вага (Weight) потоку: Кожному потоку даних призначається вага, що визначає його пріоритет у черзі. Потоки з більшою вагою матимуть більший доступ до мережевого каналу.

2. Черга (Queue) з дискретними чергами: Кожен потік має свою власну чергу, в яку пакети додаються в порядку їх надходження.

3. Час відправлення (Start Time): Для кожного пакета обчислюється час відправлення, що залежить від його ваги і часу, коли він надійшов до черги.

4. Вибір черги для передачі: На кожен момент часу обирається черга з найменшим часом відправлення. Пакет з цієї черги передається по мережевому каналу.

5. Обчислення часу відправлення наступного пакета: Після передачі пакета з черги обчислюється час відправлення наступного пакета в цій черзі залежно від його ваги та вже переданих пакетів.

6. Захист від перевантажень: Якщо сумарний обсяг даних в черзі перевищує максимально допустимий розмір буфера, пакети з меншою вагою мають бути відкинуті першими.

Алгоритм WFQ дозволяє забезпечити справедливий доступ до мережевого каналу для різних потоків даних, що робить його корисним у застосуваннях, де важлива ефективність мережі та рівномірний розподіл ресурсів.

Проаналізуємо результати роботи алгоритму на прикладі імітаційної моделі.

На рис. 1 наведено приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму WFQ.

Алгоритм W2FQ (Weighted Two-Flow Fair Queuing) [2] є розширенням алгоритму WFQ, яке спрямоване на покращення розділення пропускної здатності між двома основними класами трафіку. Цей алгоритм надає більш гнучкий і точний контроль над ресурсами мережі, дозволяючи ефективніше управляти трафіком у мережевих пристроях.

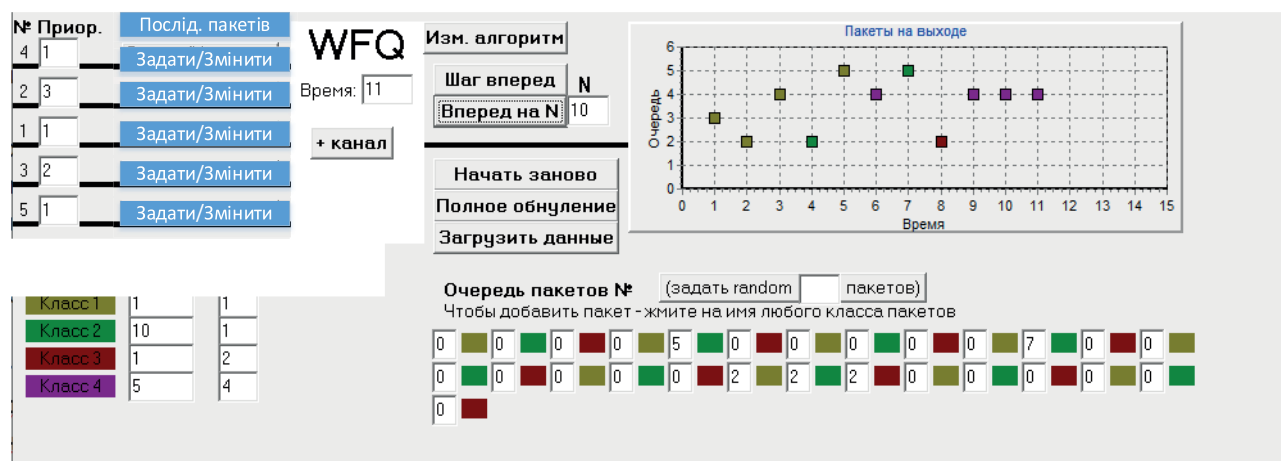


Рис. 1. Приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму WFQ



Основні характеристики алгоритму W2FQ:

Два основних класи трафіку: Відмінність алгоритму W2FQ від звичайного WFQ полягає в розділенні трафіку на два основних класи. Ці класи можуть представляти різні типи трафіку або різні групи користувачів.

Вага (Weight) для кожного класу трафіку: Кожному з двох класів трафіку призначається вага, що визначає його пріоритет у черзі. Вага може бути налаштована для оптимального розподілу пропускної здатності між класами.

Черга (Queue) для кожного класу трафіку: Кожному класу трафіку відповідає власна черга, в яку пакети додаються в порядку їх надходження.

Час відправлення (Start Time): Час відправлення кожного пакета обчислюється залежно від його ваги та часу надходження до черги, але враховуючи також вагу та пріоритет класу трафіку.

Вибір черги для передачі: Під час вибору черги для передачі пакета враховується як вага потоку, так і вага класу трафіку. Це дозволяє ефективно розподіляти пропуску здатність між двома класами.

Обчислення часу відправлення наступного пакета: Після передачі пакета з черги обчислюється час відправлення наступного пакета в цій черзі, враховуючи вагу та пріоритет класу трафіку.

На рис. 2 наведено приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму W2FQ.

Алгоритм VC (Virtual Clock) є одним із алгоритмів планування пакетних потоків у комутаторах і маршрутизаторах в мережах передачі даних. Цей алгоритм використовує віртуальні годинники для кожного потоку даних, щоб визначити час їх відправлення через мережевий канал.

Основні принципи роботи алгоритму VC [3; 4]:

Віртуальний годинник (Virtual Clock): Кожен пакет, що потрапляє до черги на відправлення, асоціюється з певним віртуальним годинником, який визначає час, коли цей пакет має бути відправлений через мережевий канал.

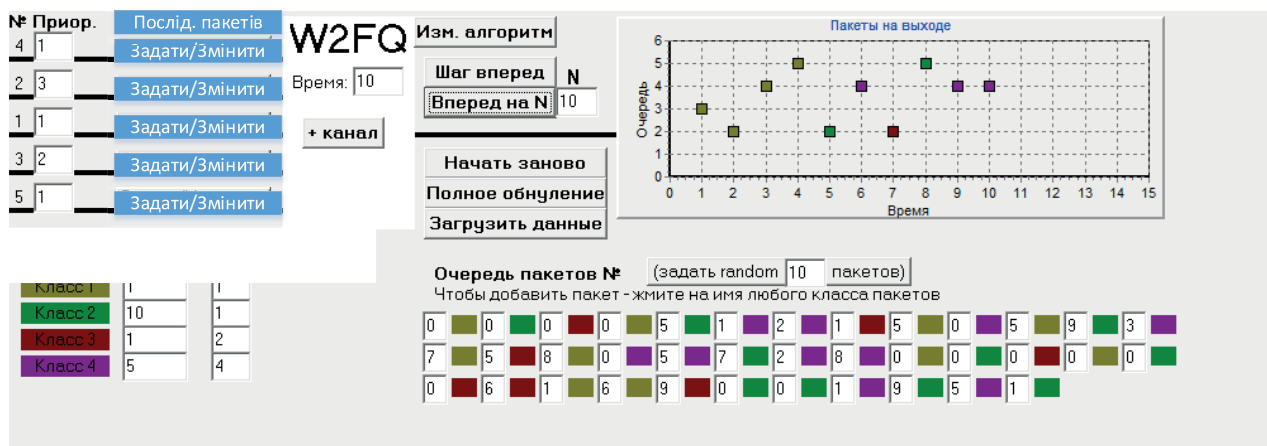


Рис. 2. Приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму W2FQ

Обчислення часу відправлення: При надходженні пакета до черги, його віртуальний годинник обчислюється як сума поточного часу та інтервалу часу, який відведено для передачі кожного байта пакета через мережевий канал.

Вибір черги для передачі: На кожен момент часу обирається черга з пакетами, які мають найменший значення віртуального годинника. Пакет з цієї черги передається через мережевий канал.

Оновлення віртуального годинника: Після передачі пакета віртуальний годинник кожного потоку оновлюється на величину, що відповідає часу передачі пакета через мережевий канал.

Захист від перевантажень: Якщо в черзі велика кількість пакетів або якщо інтервал передачі пакетів через мережевий канал великий, алгоритм VC може застосовувати стратегії керування чергою для зменшення перевантажень і забезпечення стабільності мережі.

На рис. 3 наведено приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму VC.



Алгоритм SCFQ (Self-Clocked Fair Queuing) [5] є методом планування пакетів у мережевих комутаторах і маршрутизаторах, який надає справедливий доступ до ресурсів для різних потоків даних. Цей алгоритм гарантує, що кожен потік отримує свою частку пропускної здатності у мережі, що робить його корисним для застосувань, де важливий рівномірний розподіл ресурсів.

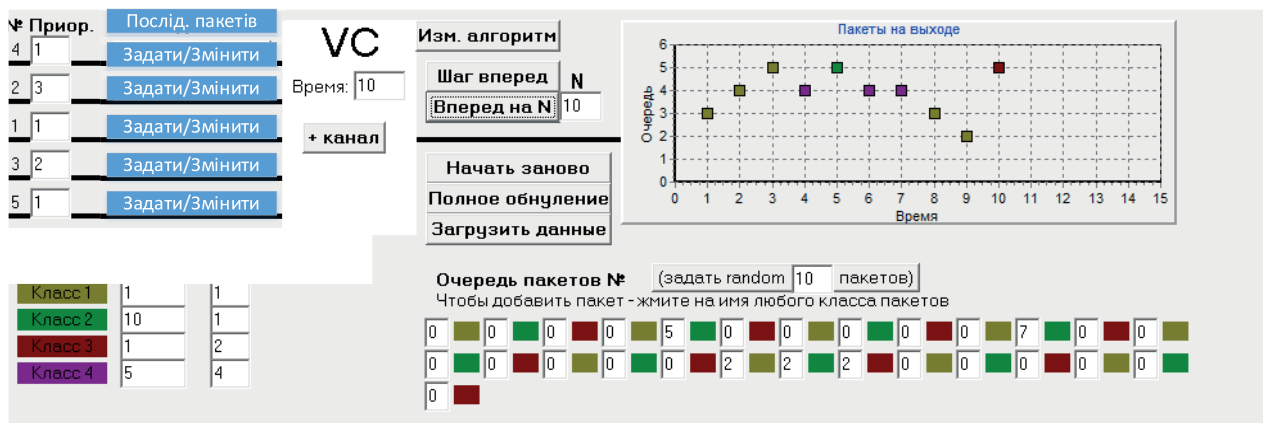


Рис. 3. Приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму VC

Основні принципи роботи алгоритму SCFQ:

Власний буфер черги для кожного потоку: Кожен потік даних має свій власний буфер черги, куди пакети додаються в порядку їх надходження.

Обчислення вартості пакета (Cost): Кожен пакет має вартість, яка відображає його обсяг або інший параметр. Вартість пакета визначається на основі його розміру або іншої метрики.

Обчислення часу відправлення (Finish Time): Для кожного пакета обчислюється час його відправлення з урахуванням його вартості та часу, коли він надійшов до черги.

Вибір черги для передачі: На кожен момент часу обирається пакет з найменшою вартістю (або найменшим часом відправлення), який пересилається через мережевий канал.

Оновлення вартості пакетів: Після передачі пакету вартість кожного пакета у черзі оновлюється залежно від кількості даних, які були вже передані.

Захист від перевантажень: Якщо в черзі накопичується велика кількість пакетів, алгоритм SCFQ може вживати заходів для управління чергою, такі як відкидання або розподіл пріоритетів.

На рис. 4 наведено приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму SCFQ.

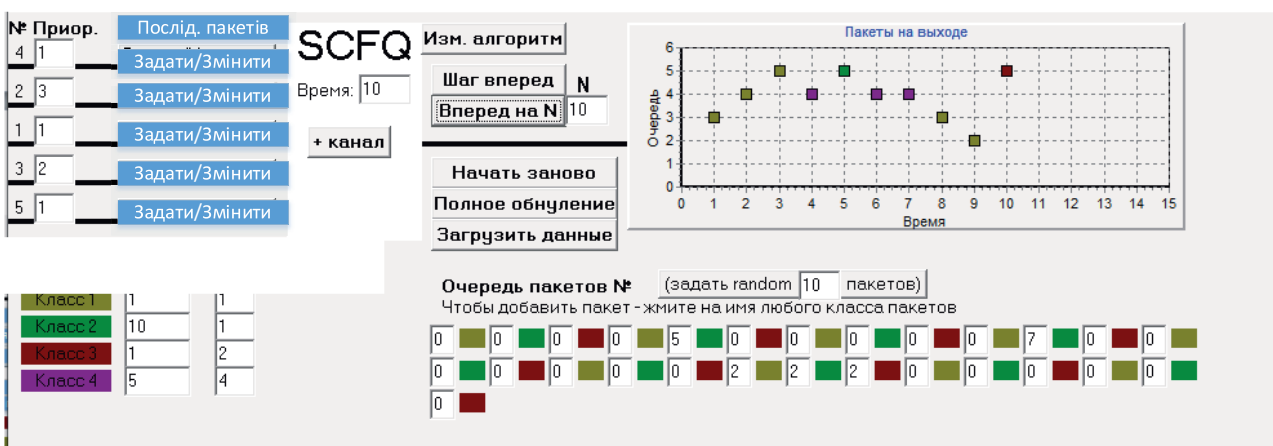


Рис. 4. Наведено приклад імітаційної моделі та результати відпрацювання алгоритму SCFQ



Висновки:

Справедливість розподілу ресурсів: В усіх чотирьох алгоритмах надається справедливий доступ до мережевого каналу для різних потоків даних. SCFQ, WFQ та W2FQ базуються на вагах або вартостях пакетів, тоді як VC використовує віртуальні годинники. Однак у SCFQ та W2FQ можна надавати пріоритет одному або кільком класам трафіку, що може бути корисним у деяких сценаріях.

Ефективність і складність обчислень: WFQ та W2FQ можуть виявити значну складність обчислень, особливо у великих мережах з великою кількістю потоків даних. SCFQ та VC можуть бути менш обчислювально вимогливими, але вони все ще можуть виявитися складними у великих масштабах.

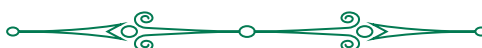
Захист від перевантажень: Всі чотири алгоритми надають деякі механізми захисту від перевантажень у мережі, такі як відкидання пакетів або керування чергою. Проте конкретні стратегії можуть відрізнятися залежно від алгоритму.

Гнучкість налаштування: W2FQ дозволяє налаштовувати розділення ресурсів між двома основними класами трафіку, що може бути корисним у ситуаціях, де потрібно надати пріоритет певним типам трафіку. SCFQ, VC та WFQ також можуть бути налаштовані, але їх можливості можуть бути обмежені порівняно з W2FQ.

Науковий керівник – д-р техн. наук Семенов С. Г.

Література: 1. Mclaughlin Kieran, Burns Dwayne, Toal Ciaran, McKillen Colm, Sezer Sakir. Fully hardware based WFQ architecture for high-speed QoS packet scheduling. *Integration, the VLSI Journal*. 2012. Vol. 45. P. 99–109. DOI: 10.1016/j.vlsi.2011.01.001. 2. Wang Song, Wang Yu-Chung, Lin Kwei-Jay. Integrating Priority with Share in the Priority-Based Weighted Fair Queuing Scheduler for Real-Time Networks. *Real-Time Systems*. 2002. Vol. 22. P. 119–149. DOI: 10.1023/A:1013485520989. 3. Rakrouki M. A., Alharbe N. QoS-Aware Algorithm Based on Task Flow Scheduling in Cloud Computing Environment. *Sensors (Basel)*. 2022. No. 22 (7). 2632. DOI: 10.3390/s22072632. 4. Kim Hakyong, Kim Kiseon, Lee Yongtak. Hierarchical scheduling algorithm for QoS guarantee in MIQ switches. *Electronics Letters*. 2000. Vol. 36. P. 1594-1595. DOI: 10.1049/el:20001123. 5. Daneshvar Farzanegan Mahmoud, Saidi Hossein, Mahdavi Mehdi. A Scheduling Algorithm for Bursty Traffic: Controlling of Service Rate and Burst. *ARABIAN JOURNAL FOR SCIENCE AND ENGINEERING*. 2012. Vol. 39. P. 25–32. DOI: 10.1109/ADCOM.2012.6563580.

Тези надійшли до редакції 16.04.2024 р.



БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658:005.332.4

Квашина Ю. А.
Логвиненко Д. В.

Здобувачі вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Сприятливими чинниками для розвитку інноваційної культури підприємства виступають бізнес-процеси. Таке положення пояснюється впливом бізнес-процесів на соціальну та технічну архітектуру підприємства.



Якість бізнес процесів (рівень модульності, гнучкості та ефективності) значною мірою визначає здатність підприємства до успішної та ефективною позиції на ринку, конкурувати з іншими учасниками ринку. Особливості та характер галузі диктує високі темпи трансформації бізнес-процесів, перетворення бізнес-моделей та стратегій підприємства. Конкурентоздатність вище у тих учасників ринку, хто здатний своєчасно виявляти нові тенденції та оперативно їх використовувати.

Ключові слова: інноваційна культура, бізнес-модель, бізнес-процес, стратегія, конкурентна перевага.



Annotation. Business processes are favorable factors for the innovative culture of the enterprise. This provision is explained by the influence of business processes on the social and technical architecture of the enterprise. The quality of business processes (the level of modularity, flexibility and efficiency) largely determines the ability of the enterprise to successfully and effectively position itself in the market, to compete with other market participants. The specifics and nature of the industry dictates the high rate of transformation of business processes, transformation of business models and enterprise strategies. Competitiveness is higher among those market participants who are able to timely identify new trends and promptly use them.

Keywords: innovative culture, business model, business process, strategy, competitive advantage.



Сучасні глобалізаційні процеси, що характеризуються мінливістю суспільних і політичних орієнтирів розвитку, кризовими явищами, воєнними конфліктами, зростанням динамічності конкурентного середовища, нестабільністю фінансових систем, ресурсних і споживчих ринків, потребують від менеджменту підприємств оперативного реагування на появу небезпек і загроз, розроблення та впровадження новітніх підходів, ефективних організаційно-економічних механізмів і заходів, спрямованих на захист економічних інтересів, зростання ефективності виробництва та сприйнятливості до інновацій, зміцнення позицій компанії на ринку [1]. Ці причини зумовлюють необхідність вирішення проблем з формуванням системи управління через збалансоване поєднання бізнес-процесів стратегічного та оперативного рівнів: своєчасного діагностування наявного стану та змін у ресурсному забезпеченні, мобілізації резервів на підвищення якості продукції, адаптації до технологічних змін і вимог ринку, залучення інвестицій для технологічного оновлення та модернізації виробництва, підвищення рівня конкурентоспроможності та фінансової стійкості [2; 3].

Науково-технічний прогрес створює певні умови та визначає необхідність застосування гармонійного підходу. Протиріччя, що виникають в період прискорення науково-технічного прогресу, визначають необхідність дотримання гнучкості в прийнятті управлінських рішень для збалансованості між ключовими бізнес-процесами підприємства (табл. 1).

Відповідно до концепції гармонізації бізнес-система може вважатися гармонійною, якщо заснована на пропорційному використанні факторів виробництва, узгодженості цілей та всіх рівнів бізнес-процесів, логістичних та маркетингових взаємозв'язках, солідарної відповідальності всіх елементів ланцюгів цінностей за конкурентоздатність продукції, при спільної участі партнерів в процесі розвитку системи в умовах змін зовнішнього середовища [4; 5]. З таких позицій необхідною умовою виступає формування узгодженості бізнес-процесів, визначення та дотримання критеріїв гармонізації для основних, забезпечувальних бізнес-процесів, а також управління та розвитку (табл. 2).

Таблиця 1

Ідентифікація моделі бізнес-процесів підприємства за принципом гармонізації

Традиційна модель	Модель за принципом гармонізації
Активи / навички	Потреби споживачів
Сировина / матеріали	Вигідні для покупців канали
Товари та послуги	Зроблений на замовлення товар / послуга
Канали / методи розподілу	Потреби в сировині / матеріалах
Споживачі	Необхідні активи / навички

Визнання положення, що «якість об'єкта пізнання розкривається в сукупності його властивостей, які певним чином структурно упорядковані», дозволяє описати систему виміру показників гармонізації бізнес-процесів як інтегральну характеристику, що поєднує такі ознаки, як «стійкість», «сталість», «адаптивність», «гнуч-



кість», «мобільність», «ефективність», «інноваційність». Тому важливу роль відведено виявленню, формалізації та оцінюванню властивостей взаємодії між бізнес-процесами підприємства, що представляють інноваційну культуру, застосування відповідного інструментарію – методів, технік, процедур, заходів і засобів.

Інноваційні зміни в бізнес-культурі підприємства вимагають базових перетворень у бізнес-процесах підприємства. Бізнес-процес є ланкою взаємозв'язку між стратегією бізнесу, бізнес-моделями та поточними операціями; матеріальним втіленням суті бізнес-моделі, відображенням логічної залежності між видами діяльності. Бізнес-процес впливає на технічну, комунікаційну, інформаційну системи та соціальну архітектуру, зокрема, організаційну структуру, прийняття рішень, управління показниками функціонування. Тому завданнями реалізації змін виступають: узгодження стратегічних цілей розвитку з цілями в системі пріоритетних інтересів підприємства; визначення та оперативне коректування пріоритетів, створення сприятливих умов для їх реалізації; визначення відповідності цілей та завдань розвитку наявного потенціалу підприємства; формування внутрішньої збалансованості між бізнес-процесами підприємства; зниження ризику в діяльності підприємства; мотивація персоналу на підтримку бізнес-процесів розвитку, удосконалення та модернізацію; створення гнучкої системи резервування та розподілення ресурсів; спостереження та передбачення фази неефективного розвитку, коректування.

Таблиця 2

Критерії та параметри гармонізації бізнес-процесів підприємства

Види бізнес-процесів	Критерії та параметри гармонізації
Основні	Достатність ресурсів та ефективність їх використання, якість товарів і послуг, відповідність екологічним стандартам та нормам, стійка позиція на ринку, задоволеність споживача, надійність постачальників
Забезпечувальні	Фінансова стійкість і ліквідність, платоспроможність, забезпеченість висококваліфікованими кадрами, якісне інформаційно-аналітичне забезпечення та технічна підтримка ключових бізнес-процесів; впровадження ресурсозберігаючих технологій, якісна правова захищеність діяльності підприємства
Управління	Результативність діяльності підприємства, відповідність корпоративним стандартам якості управління, оперативність та доцільність прийняття рішень, високий рівень компетентності управлінського персоналу
Розвитку	Вмотивованість персоналу на навчання та розвиток, високий рівень інноваційної культури, інноваційної активності, інвестиційної привабливості, активізації партнерських відносин

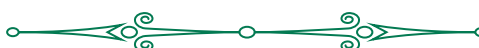
Значущість впливу інформаційних технологій на бізнес-процеси фокусує увагу на інформаційно-аналітичному забезпеченні, базі даних як системі знань підприємства. Тому пріоритетним завданням у забезпеченні ефективності бізнес-процесів виступає компетентність і професійна підготовка персоналу, формування у нього необхідних навичок і вмінь. Таким чином, бізнес-процеси стають часткою соціальної інфраструктури, джерелом конкурентної переваги за умови узгодження бізнес-процесів із стратегією та бізнес-моделями, забезпечення їх гнучкості при розробленні нових бізнес-моделей та стратегій.

Висновки. Більш детальне, структуроване поняття видів діяльності, що відповідають бізнес-процесам, логічних взаємозв'язків між ними дозволяє провести комплексний аналіз діяльності підприємства. Модульність бізнес-процесів дозволяє ефективно реалізовувати зміни, осмислювати кожний вид діяльності, зв'язок між бізнес-моделями, бізнес-процесами та інформаційно-комунікаційними технологіями.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор *Отенко І. П.*

Література: 1. Боднар О. Цифровізація та конкурентоспроможність бізнесу – ключові драйвери розвитку української економіки. URL: <https://business.ua/liitsa/item/2452-tsfrovizatsiya-ta-konkurentospromozhnistbiznesuklyuchovi-drajveri-rozvitku-ukrajinskojiekonomiki>. 2. Результати дослідження ІТ-індустрії. URL: <https://itukraine.org.ua/results-of-a-national-study-of-the-it-industry.html>. 3. Дослідження Do IT Like Ukraine: ІТ-індустрія зростає попри все. URL: <https://itukraine.org.ua/it-reports-do-it-like-ukraine.html>. 4. Шкрібень Р. П., Квашина Ю. А., Полозков Я. Є. Теоретичне підґрунтя управління фінансово-економічною безпекою бізнес-процесів підприємства. *Бізнес Інформ.* 2022. № 9. С. 114–120. 5. Кріпкий А. Ю. Методичний підхід до забезпечення корпоративної безпеки організаційного розвитку підприємства. *Український журнал прикладної економіки.* 2021. Т. 6. № 2. С. 211–217.

Тези надійшли до редакції 30.05.2024 р.





АТРАКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЇХ РОЗВИТКУ

УДК 658. 14/17

Кончик Д. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра менеджменту, логістики та інновацій факультету
менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сучасні аспекти атрактивності підприємств як складової їх розвитку та сформовано пропозиції до її оцінювання. Як основні аспекти атрактивності запропоновано: підприємницький, маркетинговий, інвестиційний, трудовий. За кожним аспектом представлено часткові показники, які запропоновано об'єднати в інтегральні методом таксономії за показниками розвитку. В якості коефіцієнтів значущості часткових та інтегральних показників можливо використати нормовані факторні навантаження показників за результатами багатовимірного факторного аналізу.

Ключові слова: атрактивність, підприємство, аспект, підприємницький, маркетинговий, інвестиційний, трудовий.



Annotation. Modern aspects of the attractiveness of enterprises as a component of their development are considered and suggestions for its evaluation are formulated. The main aspects of attractiveness are proposed: entrepreneurial, marketing, investment, labor. For each aspect, partial indicators are presented, which are proposed to be combined into integral ones by the method of taxonomy according to development indicators. As coefficients of significance of partial and integral indicators, it is possible to use normalized factor loadings of indicators based on the results of multidimensional factor analysis.

Keywords: attractiveness, enterprise, aspect, entrepreneurial, marketing, investment, labor.



Актуальність. Згідно з Національною економічною стратегією України до 2030 р. [1] та Указом Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30.09.2019 № 722/2019 [2], а саме досягнення стратегічної цілі 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура» та цілі 12 «Відповідальне споживання та виробництво», для підприємств промисловості та сфери послуг важливо прагнути до забезпечення власної атрактивності, що забезпечує їх конкурентоспроможність, привабливість для інвесторів з метою концентрації капіталу та збільшення кількості споживачів з усталеним платоспроможним попитом для зростання обсягів продажів і потоків прибутку. Тому управління атрактивністю є однією з головних цілей розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження атрактивності підприємств досліджувалося багатьма вченими. О. М. Ястремська [3] запропонувала атрактивність підприємств у короткостроковому періоді визначати за фінансовими показниками, а у довгостроковому періоді – за частковими показниками всіх економічних ресурсів, Sarasvuo, Sonja; Liljander, Veronica; Naahetela, Kari [4] атрактивність підприємств розглядають через сприйняття покупцями привабливості розширення корпоративного бренду в послугах B2B, зосереджуючись на ролі впливу корпоративного іміджу, Wu, Lusi; Dineen, Brian R. [5] зосереджуються на дослідженні атрактивності через бренд продукту, зайнятості та корпоративної соціальної відповідальності, через вплив яких пропонують визначати атрактивність підприємств, Carballo-Penela, Adolfo; Ruzo-Sanmartín, Emilio; Sousa, Carlos M. P. [6] аналізують атрактивність підприємств через рекрутингові повідомлення, що демонструють прихильність до сталого розвитку та впливають на сприйняття шукачами роботи організаційної привабливості. За аналізом цієї публікації, організаційний престиж опосередковує позитивний зв'язок між прихильністю до сталого розвитку та атрактивністю. Varavin Ye. V., Kozlova M. V., Kuur O. V., Pestunova G. B. [7], враховуючи сучасні тенденції розвитку зеленої економіки та впровадження ESG-принципів, доводять необхідність приділення все більшої уваги питанням інвестиційної атрактивності підприємств, галузей та регіонів з урахуванням детермінанти негативного антропогенного впливу на довкілля. Таким чином, можна зробити висновок про необхідність комплексного дослідження атрактивності підприємств з урахуванням його внутрішнього і зовнішнього середовища та різних аспектів розвитку підприємств – як виробника продукції чи надання послуг, роботодавця та інвестора.



Постановка завдання. Комплексність атрактивності вимагає уточнення її аспектів оцінювання для забезпечення розвитку підприємств. Тому метою цієї роботи є розроблення пропозицій з визначення атрактивності підприємств як комплексного явища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи аспекти атрактивності за літературними джерелами [3–7], можна припустити, що основними з них доцільно виділити: підприємницький, що характеризує використання економічних ресурсів підприємства, маркетинговий, який враховує вплив брендів продукції на споживачів, інвестиційний щодо вигідності вкладання коштів у підприємство, трудовий, який характеризує атрактивність підприємства на ринку праці як роботодавця.

Підприємницький аспект атрактивності можливо визначити за частковими показниками ліквідності, платоспроможності, рентабельності маневреності фінансових ресурсів; матеріаловіддачі, питомої ваги матеріальних ресурсів у собівартості продукції; фондівіддачі, інноваційності основних виробничих фондів; придатності основних виробничих фондів; коефіцієнта оборотності та періоду оборотності оборотних засобів; продуктивності праці, співвідношення виробничого персоналу та середньооблікової чисельності персоналу, рентабельності персоналу; питомої ваги обсягу виробництва інноваційної продукції, питомої ваги витрат на інновації у загальних витратах підприємства.

Маркетинговий аспект атрактивності доцільно визначати за частковими показниками індексу зростання реалізації продукції за видами, приросту заключених контрактів на продаж продукції чи надання послуг, приріст вартості брендів – за видами продукції та бренду підприємства в цілому, зростання частки ринку – за видами продукції за видами.

Інвестиційний аспект атрактивності повинен характеризувати привабливість підприємства одночасно як об'єкта інвестування та його інвестиційну активність за показниками обсягів інвестування в інвестиційні та інноваційні проекти, періоду їх окупності, індексу рентабельності, чистої поточної вартості.

Трудовий аспект атрактивності можливо визначати за показниками нових створених робочих місць, середньої заробітної плати одного працівника щодо середньої заробітної плати у галузі та регіоні, коефіцієнта плинності кадрів, питомої ваги працівників, що підвищили кваліфікацію, питомої ваги прийнятих на роботу працівників у середньообліковій їх кількості, питомої ваги працівників, що отримали матеріальну винагороду у середньообліковій кількості.

Кожний аспект атрактивності доцільно визначати, об'єднавши нормовані часткові показники з урахуванням їх значущості на певний період часу методом таксономії за інтегральними показниками розвитку. Це дозволить чітко визначити інтервал інтегральних показників від 0 до 1 з урахуванням позитивності інтегральних показників при наближенні їх значень до 1. У разі необхідності визначення атрактивності підприємства в цілому можливо об'єднати всі інтегральні показники за тим же методом, що дозволить здійснити її моніторинг. Значущість як часткових, так й інтегральних показників доцільно визначати за нормованими факторними навантаженнями, що забезпечить більш об'єктивний результат, ніж застосування експертних методів.

Висновки. Для забезпечення розвитку підприємства повинні оцінювати власну атрактивність. Оскільки це поняття є складним і комплексним, доцільно виділити такі аспекти атрактивності: підприємницький, маркетинговий, інвестиційний, трудовий. Кожному з аспектів відповідає перелік певних часткових показників, які розкривають їх сутність і можуть бути об'єднані в інтегральні показники методом таксономії за інтегральними показниками розвитку.

Напрямами подальших досліджень є розроблення методичного підходу до оцінювання атрактивності підприємств та його апробація на реальних статистичних даних підприємств з використанням доцільних економіко-математичних методів, таких як багатовимірний факторний аналіз.

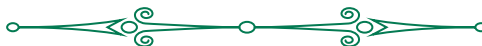
Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Ястремська О.

Література: 1. Національна економічна стратегія до 2030 р. URL: <https://nes2030.org.ua/>. 2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 № 722/2019. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MN022183?an=6>. 3. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. Харків : Вид-во ХДЕУ, 2004. 472 с. 4. Sarasvuo S., Liljander V., Haahtela K. Buyer perceptions of corporate brand extension attractiveness and fit in B2B services. *Industrial Marketing Management*. 2023. Vol. 115. P. 69–85. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.09.006>. 5. Wu L., Dineen B. R. Expanding



branding: effects of multiple brand types on organizational attractiveness. *Chinese Management Studies*. 2023. Vol. 17. No. 6. P. 1346–1367. DOI: <https://doi.org/10.1108/CMS-07-2022-0246>. **6.** Carballo-Penela A., Ruzo-Sanmartín E., Sousa C. M. P. Does business commitment to sustainability increase job seekers' perceptions of organisational attractiveness? The role of organisational prestige and cultural masculinity. *Business Strategy and the Environment*. 2023. Vol. 32. No. 8. P. 5521–5535. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.3434>. **7.** Varavin Y. V., Kozlova M. V., Kuur O. V., Pestunova G. B. Assessment of Investment Attractiveness of Regional Industries in the Context of Green Development. *Economy of Regions*. 2023. Vol. 19. No. 3. P. 494–510. DOI: <http://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-2-15>.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.



СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДИДЖИТАЛ-ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

УДК 330.3:004:65.012.4

Костін І. Д.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність соціально-економічної ефективності диджитал-інноваційних проєктів. Окреслено основні проблеми її оцінювання. Узагальнено підходи та інструменти для визначення ефективності диджитал-інноваційних проєктів. Окреслено умови синергетичного ефекту впровадження диджитал-інноваційних проєктів.

Ключові слова: цифрова трансформація, диджиталізація, інновації, диджитал-інноваційні проєкти, соціально-економічна ефективність.



Annotation. The essence of the socio-economic efficiency of digital innovation projects has been studied. The main problems of its assessment are outlined. Approaches and tools for determining the effectiveness of digital innovation projects are summarized. The conditions for the synergistic effect of the implementation of digital innovation projects are outlined.

Keywords: digital transformation, digitization, innovations, digital innovation projects, social and economic efficiency.



Постановка проблеми. Для того щоб визначити роль диджитал-інновацій, а також вжити заходів щодо збільшення їх ефективності для підприємства, необхідно розглядати такі інновації не з погляду двох різних незв'язаних підходів, а сукупності. Ефективна інновація – це не лише кінцевий продукт, що успішно реалізований на ринку, але це, в тому числі, і процес створення, весь життєвий цикл нововведення.

Проблема визначення соціально-економічного ефекту і вибору оптимальних варіантів реалізації диджитал-інноваційних проєктів дійсно є складним завданням. Це вимагає зіставлення кінцевих результатів від використання диджитал-інновацій з витратами на їх розробку, виготовлення і впровадження, а також порівняння отриманих результатів з альтернативними варіантами інновацій. Методика зіставлення результатів використання з витратами дійсно може допомогти приймати обґрунтовані рішення про доцільність впровадження нових розробок. Однак, незважаючи на значний прогрес у наукових дослідженнях в галузі диджитал-інновацій,



теоретично-методологічні та практичні аспекти оцінки соціально-економічної ефективності залишаються недостатньо розробленими.

Метою дослідження є конкретизація сутності соціально-економічної ефективності диджитал-інноваційних проєктів та узагальнення підходів та інструментів для її оцінки.

Виклад основного матеріалу. Сучасний світ все більше стає глобальним інформаційним суспільством, у якому диджиталізація є інноваційним етапом розвитку економіки, в основі якого лежить взаємозв'язок цифрових і фізичних ресурсів у виробничій та споживчій сферах. Головною характеристикою цього етапу є створення, аналіз, обробка, зберігання та передача інформації за допомогою нових методів в усіх сферах людської діяльності [3].

Цифрова трансформація являє собою глибоку реорганізацію бізнесу на основі використання цифрових технологій з метою оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності праці та покращення взаємодії з клієнтами. Диджитал-процеси безпосередньо впливають на інноваційний розвиток українського бізнесу [3].

Визначаючи роль диджитал-інновацій на підприємстві, необхідно розуміти, які саме цілі переслідують підприємства. Будь-який суб'єкт бізнесу здебільшого має дві основні цілі: задоволення споживчого попиту та отримання прибутку. Нововведення – відмінний, а іноді і невідемний інструмент досягання поставлених підприємством цілей.

Нині інновація – це можливість залишатися конкурентоспроможним у сучасних жорстких та агресивних ринкових умовах. Роль інновацій для підприємств у сучасних кондиціях справді велика. Зарубіжний досвід показує, що без інноваційної діяльності організація одразу стає неконкурентоспроможною та нецікавою для потенційного споживача. У період швидкого розвитку інформаційних технологій, способів і структур управління та організації робочого процесу таке явище, як інновації, стає необхідним. Таким важливим стає ефективність використання інновацій, постійне поліпшення процесу створення, впровадження, вдосконалення та використання продуктів інноваційної діяльності безпосередньо на ринку.

Інноваційна діяльність характеризується значним ступенем невизначеності результатів, що істотним чином ускладнює проведення оцінки ефективності. Оцінювання ефективності диджитал-інноваційних проєктів є невід'ємною частиною розробки та впровадження інноваційних технологій [1].

На цей момент інновації – необхідна частина будь-якого підприємства, яке розраховує на звання конкурентоспроможної організації. Однак просто вести інноваційну діяльність недостатньо для того, щоб залишатися конкурентоспроможним, мати попит на продукцію, а також отримувати інші позитивні ефекти від розробки та впровадження нововведень. Інновації мають бути ефективними.

Інноваційна діяльність – це діяльність, що вимагає та генерує велику кількість ресурсів, як інтелектуальних, і фінансових. При правильному використанні ці ресурси можуть принести відмінні для підприємства результати. Інноваційна діяльність є необхідною умовою успішного розвитку як окремого підприємства, так і національної економіки загалом. Оцінка ефективності інновацій – вкрай важлива стадія.

Ефективність характеризує причинно-наслідковий зв'язок між суспільними потребами, попитом і пропозицією, суспільною користю результатів виробництва та суспільно необхідними витратами праці [7]. У загальному вигляді під ефективністю диджитал-інноваційних процесів слід розуміти результативність процесів, співвідношення результатів, досягнутих завдяки диджитал-інноваціям і витратами ресурсів на їх впровадження.

У процесі введення інновацій можливо керуватися компонентами, які формують управлінський інструментарій забезпечення перспективної ефективності:

- креативність, яка полягає в генерації нової ідеї та формалізації візії, системи інноваційних проєктів;
- стратегія, що спрямовується на створення і подальше вдосконалення інновації в процесі розвитку підприємства;
- реалізація – впровадження згенерованої ідеї у процесі надання послуг з метою отримання нових ефектів та конкурентних переваг;
- прибутковість – дослідження зміни кінцевих фінансових результатів, отриманих від впроваджених інновацій [2].

Залежно від рівня оцінювання ефективності диджитал-інноваційних проєктів можна виділити такі показники ефективності (табл. 1).



Таблиця 1

Види ефективності впровадження диджитал-інноваційних проєктів

Вид ефективності	Зміст категорії	Рівень виникнення	
		Населення	Бізнес
Економічна	Відображає вартісне вираження отриманих результатів і витрат, витрачених на впровадження проєкту	Скорочення витрат, зростання довіри до проєкту / продукту	Зростання прибутку, рентабельності, показників продуктивності праці
Науково-технічна	Відображає новизну послуги, простоту використання, корисність, естетичність, екологічність, компактність	Розвиток диджитал-освіти населення, зростання освіченості громадян	Відповідність впроваджених диджитал-технологій ринковим вимогам, відповідність вимогам світових стандартів
Фінансова	Відображає фінансову ефективність впровадження проєкту	Економія витрат, ефективний перерозподіл грошових коштів	Покращення фінансових показників за рахунок економії
Ресурсна	Відображає вплив проєкту на обсяги виробництва та використання певних видів ресурсів	Більш ефективне використання інформаційних ресурсів у побуті	Оптимізація бізнес-процесів, пов'язаних з використанням ресурсної бази та на основі сучасних диджитал-технологій
Соціальна	Включає соціальні результати впровадження проєкту	Соціальний захист громадян, зростання довіри населення до влади, скорочення корупційної складової	Посилення позитивного іміджу підприємства, розвиток соціально відповідальних галузей
Екологічна	Відображає вплив проєкту на навколишнє природне середовище	Підвищення рівня ергономічності, скорочення шкідливих впливів на здоров'я людини	Скорочення паперового документообігу та рівня забруднення довкілля автотранспортом

Джерело: складено автором на основі [7; 8]

Слід зазначити, що окремі види ефективності впровадження диджитал-інноваційних проєктів є взаємозв'язаними. Зокрема, економічна ефективність впровадження диджитал-інноваційних проєктів безпосередньо взаємопов'язана із соціальною та екологічною ефективністю [1]. Своєю чергою, екологічна ефективність визначається як наслідок впровадження проєкту та відзначається прямим впливом на економічну ефективність.

Для оцінювання ефективності диджитал-інноваційних проєктів автором [1] виділено соціально-економічні ефекти та сформовано систему показників їх соціально-економічної ефективності (рис. 1).



Рис. 1. Показники соціально-економічної ефективності диджитал-інноваційних проєктів

Джерело: складено автором на основі [1]



Оцінку ефективності диджитал-інноваційної діяльності доцільно проводити на основі даних за ряд періодів, у динаміці. Позитивним чином слід оцінювати тенденцією приросту показників соціально-економічної ефективності, а нульовий або негативний рівень приросту свідчить про неефективність [4].

Незважаючи на високу динаміку розвитку, український ІТ-сектор більшу частину своїх продуктів розробляє на замовлення великого бізнесу – і це переважно транснаціональні компанії, які в свої проекти залучають українських ІТ-спеціалістів на аутсорсинговій основі. Це дає значно меншу віддачу, ніж продаж готових продуктів (програмних розробок), що мають набагато вищу споживчу цінність. Більшість українських компаній, згідно з проведеним опитуванням, поки не мають чіткого розуміння того, як перейти в «цифрову економіку» на ринку [8].

Головними перешкодами ефективного впровадження диджитал-інноваційних проектів є такі (рис. 2).

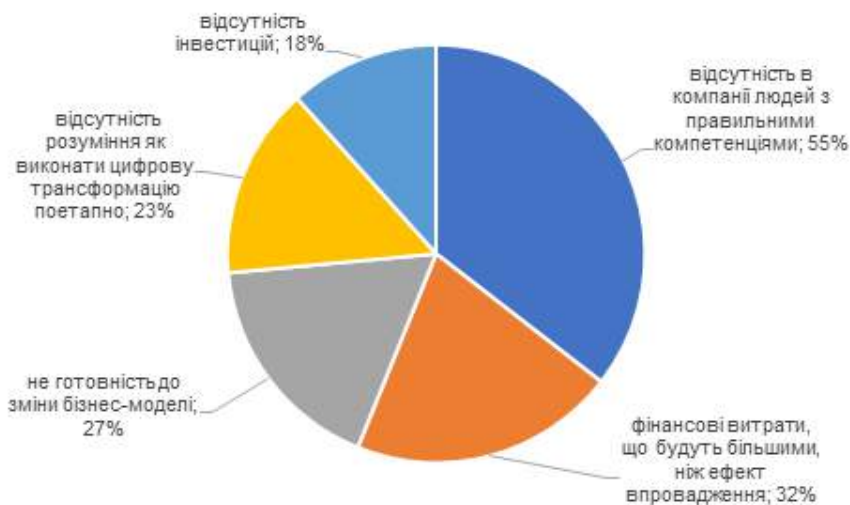


Рис. 2. Перешкоди ефективного впровадження диджитал-інноваційних проектів

Джерело: складено автором на основі [2]

Синергетичний ефект впровадження інноваційних проектів може бути доволі значним, оскільки він виникає за рахунок комплексної взаємодії різних чинників. До найбільш значущих чинників утворення синергетичного ефекту можна віднести:

1. Оптимізацію витрат на оплату праці, яка виникає за рахунок оптимізації складу працівників і спрощення бізнес-процесів.
2. Підвищення якості обслуговування за рахунок більшої зацікавленості співробітників у результатах своєї праці та/або через впровадження новітніх технологій.
3. Зростання задоволеності споживачів через надання повного та/або унікального спектра новітніх послуг.
4. Підвищення ділової активності підприємства за рахунок прискорення технологічних і бізнес-процесів.
5. Економія часу підприємств через поліхромний ефект [7].

Ці чинники мають змістове наповнення як із урахуванням синергії, так і без неї, і спільно сприяють збільшенню соціальної відповідальності підприємства та ефективності його діяльності. Врахування синергетичного ефекту допомагає зрозуміти, як різні чинники взаємодіють між собою і як це впливає на загальний результат впровадження інноваційних проектів.

Висновки. Таким чином, підходи до оцінки соціально-економічної ефективності диджитал-інноваційних проектів різняться залежно від критеріїв і показників ефективності цих проектів. Оптимальною є оцінка ефективності шляхом поділу критеріїв на якісні та кількісні, з подальшим аналізом компонентів, що їх формують. Вивчивши сутність диджитал-інноваційних проектів, можна дійти висновку, що оцінка їх соціально-економіч-

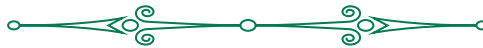


ної ефективності багатоаспектною та неоднозначною концепцією. Оцінка ефективності диджитал-інноваційної діяльності є інструментарієм для стимулювання та збільшення темпів зростання діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Литовченко І. В.

Література: 1. Букреева Д. С. Інтегральна система показників оцінки ефективності інноваційного проекту на стадії його впровадження. *Економічний вісник*. 2020. № 4. С. 101–109. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/72.101>. 2. Вовк О. М., Абдулгусейнова А. Р., Дмитрик Х. Ю. Економічна ефективність інноваційних процесів на транспортних підприємствах в умовах інтелектуалізації. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. С. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-74>. 3. Волкова Н. В., Гарькава В. Ф., Скороход І. П. Роль диджитал-процесів в інноваційному розвитку українського бізнесу: економічний аспект. *Академічні візії*. 2023. № 19/2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7908023>. 4. Гадзевич О., Матвійчук І. Методика аналізу та оцінки інноваційної діяльності підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 3. С. 100–106. 5. Гришко А. М., Мельник О. А. Перспективи розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні. Київ : Економіка і управління, 2020. С. 178. 6. Дмитрієва О. А. Тенденції розвитку інноваційного підприємництва та стартап проектів в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2022. №. 28. С. 104–118. DOI: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2022.28.104>. 7. Орлов В. М., Князева О. А., Князев О. А. Визначення ефективності впровадження інноваційних проектів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 370–375. 8. Стадник В. В., Наскальний С. ІТ-сектор та диджиталізація підприємницького середовища в Україні: точки дотику – інновації. *Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, диджиталізація та інновації* : зб. тез доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 23–24 листоп. 2022 р.). Тернопіль, 2022. С. 59–61.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.



МОДЕЛЮВАННЯ ТА ЗАХИСТ ПЕРЕДАЧІ ДАНИХ РЕСУРСОЕМНИХ ЗАДАЧ У ГЕТЕРОГЕННИХ ХМАРНИХ СИСТЕМАХ

УДК 004.738+004.75+004.77

Леуенко О. В.

Старший викладач
кафедри кібербезпеки та інформаційних технологій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Єнгаличев С. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра кібербезпеки та інформаційних технологій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. В епоху великих даних гетерогенні хмарні, або мультихмарні технології, відіграють вирішальну роль. У цих тезах досліджено складності одночасного використання ресурсів хмарних обчислень від декількох постачальників, з акцентом на гнучкість, надійність та оптимізацію продуктивності. Обговорюється ефективна передача даних, безпека та такі інструменти, як Terraform.



Ключові слова: гетерогенні хмарні системи, мультихмарні системи, завдання з інтенсивним використанням даних, моделювання передачі даних, великі дані.



Annotation. In the era of big data, heterogeneous cloud or multi-cloud technologies play a critical role. This article explores the complexities of simultaneously using cloud computing resources from multiple vendors, with an emphasis on flexibility, reliability, and performance optimization. Efficient data transfer, security, and tools such as Terraform are discussed.

Keywords: heterogeneous cloud systems, multi-cloud systems, data-intensive tasks, modeling data transmission, big data.



Зараз спостерігаються швидкі зміни у галузі хмарних обчислень, особливо у використанні гетерогенних хмарних ресурсів для передачі та обробки великих даних. Використання гетерогенних хмарних систем має велике значення для науковців і фахівців з інформаційних технологій. Гетерогенні хмари або мультихмарові технології передбачають одночасне використання кількох ресурсів і сервісів публічних провайдерів хмарних послуг, кожен з яких пропонує різні сервіси та можливості побудови хмарної інфраструктури корпоративного рівня для підприємства. На сьогодні фахівцями та дослідниками накопичена величезна експертиза в галузі обробки великих даних, що дає змогу надавати необхідні рівні продуктивності, швидкості та безпеки як для відносно простих, так і для критичних завдань. Ефективні стратегії обробки та зберігання даних, що необхідні для роботи з великим обсягом даних, щоденно генеруються, особливо в гетерогенних хмарних системах. Особливої уваги вимагають питання безпеки передачі даних між хмарними системами, джерелами даних та їх споживачами, що відбуваються по загальних каналах зв'язку глобальної мережі Інтернет. Це є особливо актуальною проблемою, яка вимагає рішучих дій. Крім того, самі хмарні технології дуже активно розвиваються а змінюються, що суттєво ускладнює питання застосування ресурсів гетерогенних хмарних систем для обробки великих обсягів даних. Дедалі більш актуальним стають задачі інтеграції та оптимізації різних сервісів від різних хмарних постачальників послуг в єдину гетерогенну хмарну систему для досягнення максимальної продуктивності та надійності. Чим більше даних передається між хмарними системами та чим більше треба ресурсів для їх передачі, обробки та збереження, тим більш актуальною стає задача моделювання передачі даних ресурсоемних задач у гетерогенних хмарних системах.

Розміщення корпоративної інфраструктури в декількох публічних хмарах одночасно збільшує стійкість до відмов і дозволяє ефективніше використовувати ресурси та сервіси хмари, які найкраще підходять для поточного набору даних. Але зворотною стороною є суттєве збільшення складності проектування, розгортання, впровадження та використання таких систем. Наразі існує велика кількість спеціалізованих рішень для розгортання та супроводження обробки великих даних в декількох публічних хмарних середовищах одночасно, тобто в гетерогенних хмарних системах. Одним з найвідоміших рішень в цьому сегменті є система Terraform, що дозволяє подолати різницю в переліку сервісів для обробки даних, інтерфейсах керування ними та наборів інструментів керування. Застосування скриптової платформи Terraform дозволяє розроблювати сценарії, що можуть бути розгорнуті та виконані в різних хмарних середовищах конкретних вендорів.

Проте, незважаючи на розповсюдженість хмарних технологій, прагнення інтеграторів і замовників будувати гетерогенні хмарні середовища для обробки великих даних, окремо постають питання, що пов'язані безпекою передачі та обробки даних. Не секрет, що корпоративні дані на сьогодні стають ледь не найціннішим корпоративним ресурсом та активом будь-якого підприємства. Проте на сьогодні не існує широко прийнятого підходу до моделювання гетерогенного хмарного середовища для вирішення завдань обробки великих даних і виконання задач, що вимагають значних ресурсів. Модель і методологія для ефективної побудови та впровадження гетерогенних хмарних систем стають ключовою галуззю майбутніх досліджень. Розміщення корпоративної інфраструктури в декількох хмарах підвищує відмовостійкість і забезпечує більш плавне відновлення після імовірних збоїв хмарного провайдера [1].

Передача даних для виконання ресурсомістких задач з інтенсивною передачею даних у гетерогенних хмарних системах є дуже актуальним завданням для Інтернету речей (IoT). Це обумовлено тим, що пристрої IoT збирають величезні обсяги даних, які потребують передачі, обробки та зберігання. Для забезпечення аналізу та прийняття рішень в режимі реального часу дуже важливо враховувати такі фактори, як швидкість передачі, малий час затримки, ефективність використання ресурсів, безпека та можливість обробки даних на межі мережі (периферійні обчислення та периферійні хмарні середовища) [2].



Не всі IoT системи здатні впоратись з експонентним зростанням обсягу даних на власному (on-premis) обладнанні або лише в одному хмарному середовищі, тому виникає потреба використовувати гетерогенну хмарну систему. Використання таких систем може допомогти оптимізувати процес передачі даних, вибираючи найкращий хмарний сервіс для кожного конкретного типу даних або задачі, що може суттєво підвищити ефективність роботи IoT систем цілком [3]. Отже, з урахуванням вищевказаного, відправка даних для задач, що вимагають інтенсивної обробки в гетерогенних хмарних системах, є надзвичайно актуальною для IoT, адже вона дозволяє належним чином обробляти та управляти величезними потоками даних, які генеруються IoT пристроями.

Питання побудови гетерогенних хмарних середовищ для виконання задач, що вимагають передачі та обробки великих даних і значних ресурсів для їх виконання, досліджуються в роботах Лореті та Чамполіні [4], Мансурі [5], Бісере [6], Клементе-Кастелло [7], Д. Чжао [8] та інших науковців і дослідників.

Кроки по розгортанню гетерогенних хмарних систем включають:

1. Аналіз і планування.
2. Вибір хмарних провайдерів.
3. Створення архітектури.
4. Розгортання.
5. Моніторинг та оптимізацію.
6. Управління службами та ресурсами.

Процес виконання гетерогенних хмарних систем може бути складним і вимагає глибокого розуміння хмарних технологій та корпоративних бізнес-вимог.

Передача даних для завдань з інтенсивним використанням даних у гетерогенних хмарних системах відноситься до процесу передачі великих обсягів даних між різними хмарними системами або в межах однієї хмарної системи. Гетерогенні хмарні системи зазвичай включають різні платформи хмарних послуг від різних провайдерів, що може ускладнити процес передачі даних. Цей процес може включати безліч завдань, зокрема:

- міграція даних: переміщення великих наборів даних з одного місця до іншого, наприклад, з локального сховища до хмарного чи навпаки, або між різними хмарними середовищами;
- комунікація між службами: обмін даними між різними службами або додатками в хмарі чи хмарах;
- швидка передача: передача великих обсягів даних з високою швидкістю для задач в реальному часі або з низькою затримкою;
- безпека: забезпечення безпеки передачі даних через шифрування, контроль доступу та інші заходи;
- управління потоком даних: забезпечення надійної, узгодженої та ефективної передачі даних у складних мережевих оточеннях.

Важливість хмарних технологій, які підтримують ефективну передачу даних, зростає зі зростанням обсягів даних, які потрібно обробити та зберігати.

Побудуємо графічну модель (рис. 1) передачі даних для задач з інтенсивним використанням даних у гетерогенних хмарних системах.

Процес передачі даних для завдань з інтенсивною обробкою даних в гетерогенних хмарних системах може містити такі етапи:

1. Отримання та формування задач. На цьому етапі визначається тип задачі, яку потрібно виконати, і обсяги даних, які мають бути оброблені. Задачі з інтенсивною обробкою даних можуть включати аналіз великих баз даних, машинне навчання, моделювання, IoT та інше.

2. Створення інфраструктури як коду (IaC) за допомогою Terraform. На цьому етапі застосовується Terraform для створення інфраструктури, потрібної для виконання задач. Це може включати запуск віртуальних машин, налаштування мереж, конфігурацію сховищ даних тощо. Інфраструктура, як код, дозволяє автоматизувати цей процес та запуснути на різних сервісах різних хмарних провайдерів.

3. Використання хмарного брокера. Хмарний брокер допомагає автоматизувати розподіл завдань між різними хмарними провайдерами і службами. Він вирішує, куди відправити кожне завдання, враховуючи такі фактори, як вартість, продуктивність, доступність та інші вимоги.



4. Використання обраних хмарних сервісів. Цей етап включає в себе використання вибраних хмарних сервісів, які були обрані на попередньому етапі, для запуску обчислень.

5. Виконання задач з інтенсивною обробкою даних: обрані хмарні сервіси виконують завдання, обробляючи великі набори даних. Брокер хмари слідкує за виконанням, щоб переконатися, що завдання успішно завершено.

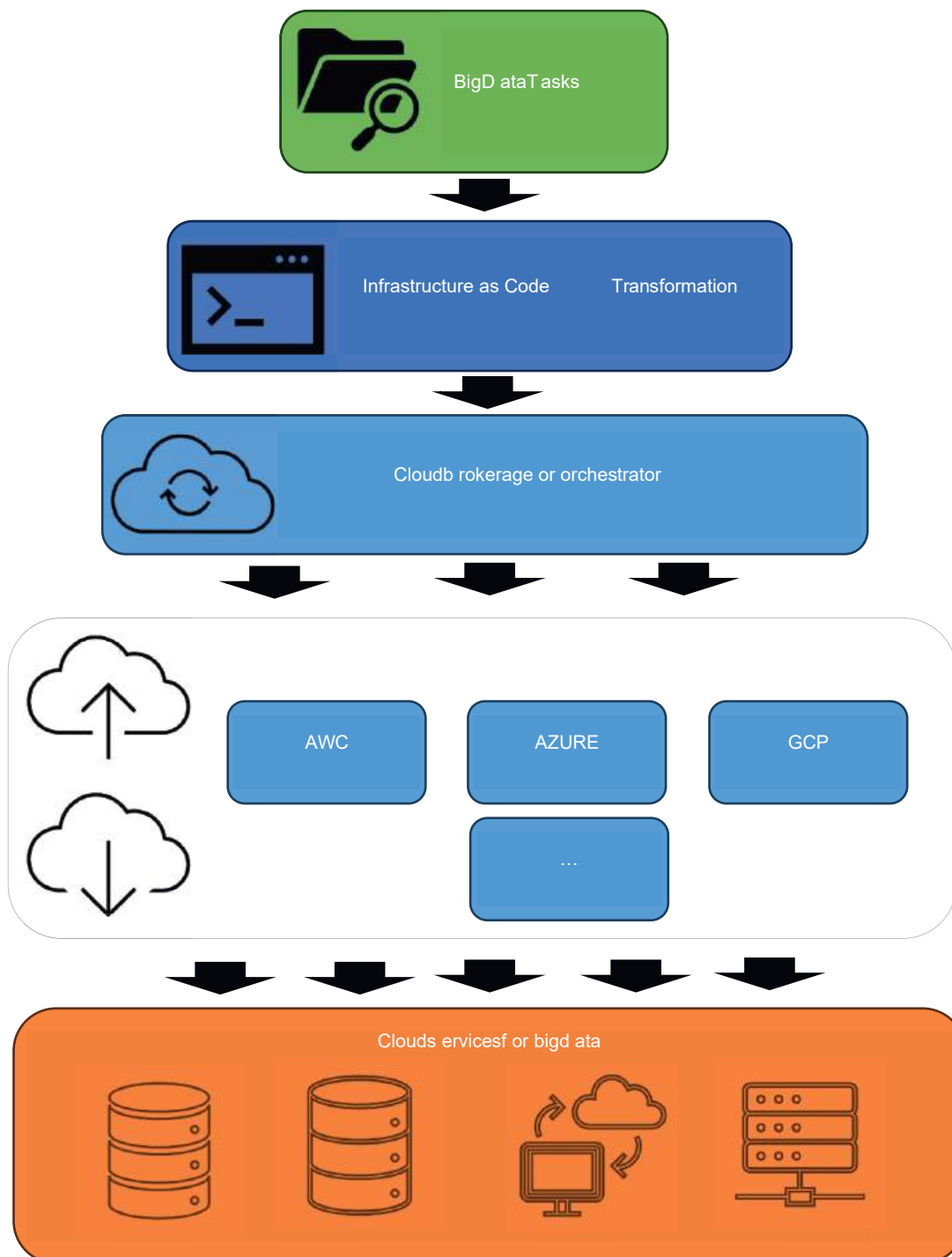


Рис. 1. Огляд процесу використання мультихмарних систем для задач з інтенсивним використанням даних

Залежно від вимог можуть бути включені додаткові етапи, такі як оптимізація процесу передачі даних, моніторинг та експлуатація сервісів, забезпечення безпеки і конфіденційності даних тощо.



Захист даних є критично важливим для будь-якої організації, яка обробляє дані. У сучасному світі, де спотворення, втрата або несанкціонований доступ до даних можуть призвести до серйозних наслідків, захист даних є абсолютною необхідністю. Ось декілька причин, чому це так важливо: конфіденційність, репутація, фінансові втрати, законодавчі вимоги та безпека.

З цих причин приділяти належну увагу захисту даних в гетерогенних хмарних системах не лише доцільно, а і є необхідною вимогою для сучасних організацій.

Важливо, щоб всі співробітники, які працюють з даними та системами, мали відповідну підготовку з питань безпеки. Вони повинні розуміти, як працюють захисні механізми, і загрози, від яких ці механізми захищають. Забезпечення неперервного моніторингу безпеки та проведення регулярних оглядів безпеки також відіграють важливу роль в захисті даних.

Висновки. Зміна парадигми в бік гетерогенних хмарних систем відкриває інноваційне майбутнє для обробки великих даних. Використання декількох публічних хмарних провайдерів не тільки забезпечує гнучкість і надійність, але й надає можливості для оптимізації різних завдань. Незважаючи на складні виклики, особливо щодо безпеки під час передачі даних для завдань з інтенсивним використанням даних, такі рішення, як Terraform і використання хмарного брокера, проклали шлях до безперешкодного впровадження. Водночас, для того щоб отримати максимальну віддачу від цих технологій, необхідно зосередити увагу на відповідних стратегіях безпеки, ретельному плануванні та постійному моніторингу. Крім того, оскільки Інтернет речей генерує все більші обсяги даних, які потребують складної обробки та аналізу в режимі реального часу, оптимізована передача даних для виконання завдань з інтенсивним використанням даних у гетерогенних хмарних системах стає неймовірно важливою.

Науковий керівник – д-р техн. наук, професор Семенов С. Г.

Література: **1.** Multi-Cloud Deployment. Use case | Terraform | HashiCorp Development. [cited 10 Feb 2024]. URL: <https://developer.hashicorp.com/terraform/intro/use-cases#multi-cloud-deployment>. **2.** Mengke Zheng, Xin Du, Zhihui Lu, Qiang Duan. A balanced and reliable data replica placement scheme based on reinforcement learning in edge-cloud environments. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.future.2024.02.004>. **3.** Dan C. Marinescu. Cloud Computing. Theory and Practice. Third Edition. Morgan Kaufmann; 3rd edition (February 15, 2022). DOI: <https://doi.org/10.1016/C2020-0-02233-4>. **4.** Loreti D., Ciampolini A. A hybrid cloud infrastructure for big data applications. IEEE 17th International Conference on High Performance Computing and Communications, IEEE (2015). URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7336418>. **5.** Mansouri Y., Prokhorenko V., Babar M. A. An automated implementation of hybrid cloud for performance evaluation of distributed databases J. Netw. Comput. Appl. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1084804520302149>. **6.** Bicer T., Chiu D., Agrawal G. A framework for data-intensive computing with cloud bursting. *IEEE International Conference on Cluster Computing, IEEE*. 2011. P. 169–177. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6061052>. **7.** Clemente-Castelló F. J., Nicolae B., Mayo R., Fernández J. C. Performance model of mapreduce iterative applications for hybrid cloud bursting. *IEEE Trans. Parallel Distrib. Syst.* 2018. Vol. 29 (8). P. 1794–1807. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8283575>. **8.** A deep reinforcement learning approach to resource management in hybrid clouds harnessing renewable energy and task scheduling. *2021 IEEE 14th International Conference on Cloud Computing, CLOUD, IEEE*. 2021. P. 240–249. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9582195>.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.





ПОЛІТИКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК МЕХАНІЗМ ПРОТИДІЇ БАГАТОАСПЕКТНІЙ «НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»

УДК 330.87

Лиска П. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра обліку та бізнес-консалтингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Присвячено дослідженню проявам політики корпоративної соціальної відповідальності під час непередбачуваних подій, які несуть в собі негативний вплив на соціально-економічне життя. У роботі особливу увагу приділено вивченню діяльності бізнесу під час пандемії COVID-19 та війни з рф.

Ключові слова: КСВ, політика КСВ, невизначеність.



Annotation. The thesis is devoted to the study of the manifestations of corporate social responsibility policy corporate social responsibility policy during unforeseen events that have a negative impact on socio-economic life. The paper pays special attention to the study of business activities during the COVID-19 pandemic and the war with russia.

Keywords: CSR, CSR policy, uncertainty.



Постановка проблеми у загальному вигляді. На сучасному етапі розвитку людства спостерігається поступове ускладнення економічних, соціальних і політичних процесів. В результаті подібного на зламі тисячоліть значно посилилася нестабільність, яка проявляється в економічних фінансових кризах, епідеміях та пандемії, появи нових світових зон бойових дій та активізації «старих». Такі непередбачувані події прямо впливають на всі аспекти світового життя. Передумовою такого явища стала «невизначеність».

Ця дефініція є відносно новою як предмет наукового дослідження наук різного профілю, а її вивчення в соціальних, економічних і політичних процесах набуває популярності та актуальності у зв'язку з нестабільністю та трансформацією сучасного світу. Станом на сьогоднішній день представники економічної науки почали активно досліджувати особливості «невизначеності» та економічні інструменти протидії або нейтралізації його негативного впливу. Одним із таких засобів стало впровадження та реалізація політики корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень. Вивченням теорії невизначеності займалися такі зарубіжні вчені, як: Дж. Кейнс, який сформулював визначення цієї концепції; Ф. Найт та Л. Мізес, які розглядали невизначеність епістемологічно, започаткували поняття «неясність» та відокремили категорії «невизначеність» та «ризик». Невизначеність як економічну категорію також вивчають вітчизняні науковці: О. Воскресенська, І. Якошь, О. Грабчук приділяють особливу увагу практичній складовій категорії невизначеності стосовно національного економічного розвитку. 44

Вивченням різноманітних аспектів корпоративної соціальної відповідальності тією чи іншою мірою займалися такі вітчизняні вчені: Ж. В. Гарбар, К. В. Мазур, О. І. Зінченко, А. М. Харченко, А. М. Колот, І. В. Лебедева, а також іноземні науковці, такі як: А. Керролл, Ф. Котлер, М. Фрідман, П. Хейне, Д. Хендерсон та ін.

Мета. Оскільки за час своєї незалежності Україна неодноразово зустрічалася з різноманітними проявами невизначеності, які прямо впливали на економічний, політичний та соціальний стан країни, то питання запобігання подібним негативним явищам гостро стоїть перед державою та суспільством. Тому дослідження реалізації політики КСВ на вітчизняних підприємствах як відносно нового засобу економічного розвитку має на меті з'ясування її ефективності як інструменту протидії багатоаспектній невизначеності завдяки запровадженню сталості та надійності.



Виклад основного матеріалу дослідження. У 2000-х роках стійкий, передбачуваний, простий і визначений SPOD-світ почав втрачати свої властивості. Йому на зміну прийшов VUCA-світ (V – непередбачуваність; U – невизначеність; C – заплутаність, складність; A – двозначність основних умов і ситуацій). Тобто змінилися умови, за яких потрібно працювати та жити, вести підприємницьку діяльність, розробляти стратегічне планування, приймати рішення, які повністю залежать від ситуації. За неповних два десятиліття характеристики економічного світу стали складніше та набули нових складових VANI-світу (V – крихкий, A – неспокійний, N – нелінійний, I – незбагнений) [1, с. 27].

На території України ці моделі сучасного світу чітко прослідковуються. Так, у період з 1992 року по 1996 рік грошовою одиницею нашої Батьківщини був карбованець, який стрімко знецінювався, результатом чого було суттєве зростання інфляції. Наступною неочікуваною подією стала світова економічна криза, яка на теренах України мала надзвичайно гостру фазу у 2008–2009 роках. У листопаді 2013 року відбулася Революція Гідності, після якої у березні 2014 року відбулася анексія Криму, а у квітні того ж року почалися бойові дії на Сході. Березень 2020 р. ознаменувався пандемією COVID-19, внаслідок чого були запроваджені локдаун і жорсткі карантинні правила, а 24 лютого 2022 р. РФ почала повномасштабну військову агресію. В результаті цих подій та їх наслідків економіка України зазнала значного удару. Чимало підприємств перестали існувати або працювати. Кількість малого та середнього бізнесу значно скоротилася, до чого національна економіка не була готова. Більшість стратегій розвитку та планування не мали відповідних інструментів і механізмів для протидії вищепереліченим подіям. Як наслідок, на ринку залишилися або економічні «гіганти», які мають інвестиційний запас, або стійкі підприємства малого та середнього бізнесу, які ведуть підприємницьку діяльність всупереч усім негативним чинникам.

Для протистояння «невизначеності» український бізнес все частіше почав застосовувати у своїй діяльності політику корпоративної соціальної відповідальності та на її основі будувати коротко- та довгострокові стратегії розвитку та планування. Український центр дослідження «CSR Ukraine» у 2022 році виклав звіт, з якого вбачається, що лише 52 % компаній мають офіційно затверджену програму (стратегію) КСВ, а 83 % знаходяться на етапі впровадження КСВ [2]. Основні напрями реалізації політики КСВ у діяльності компаній, в першу чергу, зосереджені на нагальних питаннях, а саме: фінансова допомога армії, населенню та державі; соціальна допомога переселенцям і співробітникам; волонтерство.

Розглянемо дві останні масштабні непередбачувані події: пандемія COVID-19 та повномасштабна військава агресія РФ.

COVID-19 сформував такі ковід-імперативи, необхідні для врахування в умовах ведення бізнесу. Їх доцільно поділити на чотири групи залежно від об'єкта впливу: працівники; клієнти; технології ведення бізнесу; суспільство. Працівникам довелося адаптуватися до моделі віддаленої роботи та навчитися ділити обмежений простір зі своїми родичами. Домашні резиденції стають гібридними місцями, де діляться домашні обов'язки та офісна робота. Найбільш визначальною умовою успіху для підприємців та власників малого бізнесу стало вивчення потреб і бажань своїх клієнтів. Підтримка поточних відносин із клієнтами має вирішальне значення, а ефективне спілкування з існуючими клієнтами є ключем до побудови довіри. Інтернет демократизував ринок і створив численні можливості в рамках цифровізації (диджиталізації) для взаємодії з клієнтами, зокрема, активізував пошук продуктів, що відповідають ринку, та пошук нових бізнес-моделей, здатних вижити та процвітати у світі, порушеному COVID-19. Деякі галузі, такі як роздрібна торгівля та готельний бізнес, стикнулися із запитами на необхідність появи альтернативних механізмів доставки або розподілу товарів / послуг, які зменшують потребу в переміщенні людей або можливість фізичної близькості. Виникає необхідність застосувати методологічні знання та творчий підхід для перетворення інформації про той чи інший процес / явлення у бізнес-моделі, стійкі до таких викликів, як COVID-19. Безперечно, щоб «залишитися на плаву», підприємці змушені з одного боку швидко змінювати свої бізнес-моделі, орієнтуючись на запити ринку, що змінилися внаслідок пандемії. З іншого, встигати керувати підприємницькими ризиками, що знову виникли. Одним із результатів COVID-19 є те, що фінансові та людські ресурси зазнають значного навантаження, що змушує компанії творчо вводити нововведення, використовуючи менше ресурсів, одночасно відповідаючи на поточні проблеми. Збільшилася кількість віддалених працівників, що вплинуло на сталий розвиток міст (скорочення автомобільного руху та підвищення якості життя населення). Водночас в Україні спостерігалася дещо нестандартна ситуація, адже кількість транспорту на дорогах більшості міст України збільшилася, що йде в розріз зі світовими ковід-тенденціями [3, с. 8–9].

Щодо війни, то в цьому ракурсі реалізація політики КСВ змінила свій напрям. В першу чергу бізнес зосередився на допомозі армії, яка має різні форми. Підприємцями вже направлено на підтримку армії грошову



суму в розмірі близько 3 млрд грн. Окрім цього, компанії збирали та передавали напряму або через створені фонди та громадські (волонтерські) організації військовослужбовцям і військовим частинам речі, обладнання, техніку, продукти й автомобілі. Зокрема, представники фармацевтичного бізнесу надали допомогу ліками та транспортними засобами ЗСУ, медичним закладам, уразливим верствам населення загальною вартістю понад 70 млн грн. Також серед компаній, які мають статус великих платників податків, набула популярності практика сплати податків наперед, сума яких, за офіційними даними, складає вже більше 3,5 млрд грн [4].

Якщо ж брати конкретику, то, наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта» у своєму звіті зі сталого розвитку за 2022 рік зазначила результати своєї діяльності у сфері КСВ. Так, компанія інвестувала в допомогу армії, мобілізованих працівників, медичним закладам і цивільному населенню близько 400 млн грн. Ці кошти були витрачені на закупівлю від товарів подвійного призначення та транспортних засобів для бійців «на нулі» до генераторів електроенергії та побутових речей. Керівництвом і працівниками створено проєкт «Свої для своїх», тобто внутрішній волонтерський рух для підтримки мобілізованих працівників підприємства [5, с. 64–73, с. 86–87]. У сфері соціальної політики було доставлено більше 40 тис. тонн гуманітарної допомоги у різноманітні регіони України; введено спеціальну акцію для громадських (волонтерських) організацій, яка полягала в одноразовій оплаті з боку ТОВ «Нова Пошта» доставки вантажу; після деокупації території – відкриття спеціальних хабів, які оснащені безкоштовним Інтернетом та призначені для видачі громадянам гуманітарної допомоги [5, с. 90–96]; організація різноманітних суспільних ініціатив та заходів [5, с. 107–110, 111, 118–122, 126–127]. Таким чином, організація сприяє максимальній забезпеченості належними умовами для співробітників та їх сімей, а також зовнішній різноплановій допомозі армії, суспільству та державі.

Щодо малого та середнього бізнесу, то вони зосереджені здебільшого на внутрішніх проявах реалізації КСВ (допомога співробітникам та удосконалення умов праці), а зовнішні прояви орієнтовані на певну групу суспільства (клієнтська база та потенційні клієнти). Більшість підприємців забезпечують свій бізнес генераторами електричної енергії, які дають змогу не переривати діяльність і допомагати населенню під час блекаутів. Для співробітників створюються та реалізуються невеликі соціальні пакети підтримки в разі необхідності, гнучкий робочий графік, матеріальна допомога; для клієнтів – різноманітні знижки, партнерські програми, спільні збори фінансової допомоги тощо.

Висновки. Застосування політики КСВ надає можливість бізнесу максимально швидко адаптуватися та мінімізувати негативний вплив непередбачуваних подій, але, на жаль, не усунути першочергову причину – «невизначеність». Таким чином, підприємства отримують певну «подушку безпеки» у вигляді лояльності з боку клієнтів і працівників, готовністю працювати за форс-мажорних обставин, оптимізувати робочі процеси та оперативно реагувати на зміни в нестабільному світі. Отже, політика КСВ – це механізм протидії багатоаспектній «невизначеності».

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Азаренков Г. Ф.

Література: 1. Галушка З. І. Невизначеність як економічна категорія та як середовище функціонування бізнесу. *Економіка: реалії часу*. 2023. № 65 (1). 26–32. 2. Український центр розвитку КСВ. URL: <https://csr-ukraine.org>. 3. Гавриш О. А., Солнцев С. О., Роїк Т. А., Гавриш Ю. О. Вплив COVID-19 на бізнес. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2022. Вип. 32. С. 4–10. 4. Український бізнес і війна: унікальний каталог від CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyn-unikalni/>. 5. Звіт зі сталого розвитку Нової Пошти за 2022 рік. URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2022/#reports.

Тези надійшли до редакції 17.04.2024 р.





ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТОВНОСТІ МОЛОДІ ДО ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПАРТИСИПАТОРНОЇ ДЕМОКРАТІЇ

УДК 35:323.2

Лола Ю. Ю.

Кандидат економічних наук, доцент кафедри державного управління,
публічного адміністрування та економічної політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Несміян Д. М.

Магістр 1-го курсу магістратури факультету ЕіП ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Наведено результати проведеного соціального дослідження готовності молоді Харківської громади до залученості в прийнятті суспільно важливих рішень під впливом глобальних криз. Для дослідження використано метод онлайн-опитування студентської та учнівської молоді Харківської громади. Результати показали: 1) недостатню обізнаність молоді про інструменти впливу на владу; 2) чим далі знаходяться респонденти територіально, тим більше вони зневірені в можливості впливу на місцеву владу; 3) досить високий рівень потенційно активної молоді. Запропоновані рекомендації актуалізують дискусію про необхідність посилення громадянської освіти та стимулювання активності молоді щодо взаємодії із владою та залучення до прийняття рішень, стануть корисними у пошуку способів розв'язання наявних проблем, шляхів підтримки громади в їх плануванні молодіжної політики в післявоєнний період.

Ключові слова: інструменти впливу на владу, політична обізнаність молоді, органи місцевого самоуправління, Харківська громада, соціологічне дослідження.



Annotation. The results of a social study of the readiness of the youth of the Kharkiv community to be involved in socially important decisions under the influence of global crises are presented. The research used the method of online survey of student and student youth of the Kharkiv community. The results showed: 1) insufficient awareness of young people about the tools of influence on the authorities; 2) the farther the respondents are territorially, the more they despair of the possibility of influencing the local authorities; 3) a fairly high level of potentially active youth. The proposed recommendations will update the discussion about the need to strengthen civic education and stimulate youth activity regarding interaction with the authorities and involvement in decision-making, will be useful in finding ways to solve existing problems, ways to support the community in their planning of youth policy in the post-war period.

Keywords: instruments of influence on the authorities, political awareness of youth, local self-government bodies, Kharkiv community, sociological research.



Рівень демократії в країні залежить від рівня добробуту нації. Однак під час глобальної кризи внаслідок війни посилення локальної демократії з ефективним центральним управлінням може посилити процеси економічно-соціального відродження України. Пovoєнна відбудова України буде потребувати ефективних управлінських рішень на фоні трансформації системи публічного управління, що значно обмежить корупцію в країні. Крім того, в повоєнних суспільствах спостерігається потреба в появі сильної особистості для керуванні державою, яка здатна приймати вольові одноособові рішення. Тому, якщо не будуть запущені та поширені механізми локальної демократії, то може виникнути серйозна загроза демократичному розвитку суспільства в Україні. У зв'язку з цим багато уваги вже зараз, у воєнний період, приділяється посиленню демократії на місцях, залученню громадян до прийняття рішень, розвитку молодіжних осередків.

Особливе значення для майбутньої відбудови країни має залучення молоді до розвитку громади та посилення їх громадянської позиції, що буде сприяти припиненню міграції та посиленню людського капіталу в громадах. Участь молоді в управлінні громадою буде мати значний позитивний вплив, якщо вони відчують, що мають можливість впливати на процес управління своєю громадою та розвиток місцевого середовища.



Протягом воєнного часу в Україні проводяться соціальні дослідження для виявлення думки. Громадська мережа «ОПОРА» (2023) провела телефонне опитування з метою дослідження демократії, права і свободи громадян та медіа споживання в умовах війни. Результати показали, що респонденти більше надають перевагу ідеї сильної держави / сильного керівництва, ніж демократії в країні. Також є підстави вважати, що на тлі війни запит на «сильну руку» зростає [1].

Київський міжнародний інститут соціології (2022) провів опитування НДІ: можливості та перешкоди на шляху демократичного переходу України. 95 % респондентів вказують, що їм важливо, щоб Україна стала повноцінно функціонуючою демократією. До того ж респонденти назвали свободу слова, справедливе правосуддя для всіх і вільні та чесні вибори трьома найважливішими характеристиками повноцінно функціонуючої демократії [2].

Центр розвитку інновацій (2024) в рамках проекту «Посилення демократичних процесів у територіальних громадах» за підтримки проекту USAID «Демократичне врядування у Східній Україні» провів дослідження з метою оцінки стану демократії участі. За результатами проведеного дослідження, 56,4 % опитаних громадян зазначили, що відчують посилення взаємодії та співпраці між мешканцями та органами місцевого самоврядування щодо вирішення питань громади під час війни [3].

Опитування Соціологічної групи «Рейтинг» від імені Центру аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту (2023) показало, що прихильність громадян України до демократії залишається незмінною: 62 % респондентів підтримують проведення виборів після закінчення війни. Після перемоги українці готові брати участь у виборах і відбудовувати свою країну, орієнтуючись на місцеві інтереси [4].

Для сприяння впровадженню інструментів місцевої демократії серед молоді Харкова (здобувачів закладів вищої освіти та школярів) проведено соціальне дослідження протягом січня-лютого 2024 року. Результати дослідження можуть привернути увагу до освітнього простору представників місцевого самоврядування та активної молоді громади.

Завдання, що поставлені в рамках дослідження: визначити обізнаність молодих громадян щодо практичних інструментів впливу на владу, рівня довіри до влади та рівня відкритості місцевої влади до населення.

Методом дослідження обрано онлайн-опитування респондентів за допомогою інструменту Google-форм. Для збору соціологічної інформації розроблені анкета та опитувальник, які для зручності подаються разом. Кожному респонденту пропонуються 4 питання для з'ясування рівня громадянської позиції щодо готовності взаємодії із місцевою владою та 13 тестових питань для визначення обізнаності молоді в можливості використання різних форм участі громадян у місцевому самоврядуванні, оприлюднення інформації на офіційному сайті органів місцевого самоуправління, ознайомлення із можливостями сервісу «Дія». Деякі питання містять посилання на платформи, де можна ознайомитися з інформацією, про яку йдеться. Оскільки метою опитування є не тільки виявлення рівня освіченості молоді, однак і привернення уваги до цих питань.

Соціальне дослідження проводилось серед учнівської та студентської молоді Харкова віком від 16 до 35 років. 62 % респондентів – молодь у віці 18–22 років. 58 % знаходиться в Харкові, 25 % – в інших областях України, 17 % – за межами країни. Серед основної цільової аудиторії можуть бути здобувачі та учні з інших громад, які отримують освіту в м. Харкові.

Результати анкетування студентської та учнівської молоді Харкова дозволили отримати первинні дані щодо їх думок відносно можливостей впливу на владу в розрізі груп респондентів за їх статтю та місцезнаходженням під час озброєної агресії в Україні.

Опитування показало, що 21 % респондентів вважають, що точно можуть вплинути на владу в Харківській громаді, 55 % – припускають, що можуть, однак, не знають як, і 24 % – не вірять, що це можливо.

Якщо розглянути розподіл відповідей за статтю, то можна побачити, що в своїх можливостях вплинути на владу значно більш впевнені хлопці (31,3 %), ніж дівчата (16,7 %). Більшість дівчат (61,1 %) припускають, що можуть вплинути, однак, не знають як. Не вірять, що можуть вплинути, майже однакова кількість респондентів незалежно від статі.

При аналізі залежності відповідей від місцезнаходження респондентів виявлено, що чим далі знаходяться респонденти, тим більше вони зневірені в можливості впливу на місцеву владу (табл. 1).



Таблиця 1

Чи можу я вплинути на владу?

Місцезнаходження	Відповіді, %		
	Точно можу	Можу, не знаю як	Ні, не вірю в це
в Харкові	20	62,6	17,4
в інших містах України	28,9	44,4	26,7
за кордоном України	16,7	46,7	36,7

У свої можливості вплинути на владу вірять на 8,9 % більше молоді серед тих, хто виїхав з Харкова, однак залишились в Україні. Можна припустити, що на це впливає психологічний фактор. Оскільки молодь, яка залишилась в Україні, зберігає зацікавленість у розвитку громади, однак територіальна віддаленість робить це питання більш теоретичним.

28,2 % студентської та учнівської молоді відчувають в собі силу проявити ініціативу для взаємодії з органами місцевого самоврядування, 40,3 % – готові до взаємодії, однак, не вірять в її результативність, 8,8 % – до взаємодії не готові, 22,7 % – ніколи про це не думали.

У своїй здатності ініціювати взаємодію із владою більш впевнені хлопці (34,4 %), ніж дівчата (24,6 %). Причому впевненість в здатності ініціювати діалог відчула більша кількість дівчат, ніж ті, хто вважає, що може вплинути на місцеву владу (см. попереднє питання). Більший відсоток дівчат (23,8 %) порівняно з хлопцями (17,2 %) не думає про це взагалі.

Зміну відповідей щодо можливості проявити ініціативу для взаємодії із органами місцевого самоврядування залежно від місцезнаходження респондентів в період опитування наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Можливість проявити ініціативу для взаємодії із органами місцевого самоврядування

Місцезнаходження	Відповіді, %			
	Так, можу	Можна спробувати, не уявляю результату	Ніколи не було думок про це	Ні
в Харкові	28,7	43,5	18,3	9,6
в інших містах України	24,4	42,2	24,4	8,9
за кордоном України	30	36,7	30	3,3

Треба зазначити високий відсоток людей, які ніколи не цікавились цим питанням. Серед молоді, яка залишилась в Харкові, цей відсоток найменший (18,3 %).

Широкі можливості для взаємодії громади з органами місцевого самоуправління надала реформа децентралізації. 42,5 % здобувачів і школярів оцінили позитивно результати реформи децентралізації, 39,2 % слабо відчули вплив цієї реформи, 18,2 % нічого про неї не знають.

Результати дослідження показують, що хлопці більш позитивно оцінюють реформу децентралізації. Серед них 51,6 % – вважають, що люди стали жити краще. Серед дівчат так вважає тільки 37,3%.

Оцінку реформи децентралізації залежності від місцезнаходження респондентів в період опитування наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Оцінка реформи децентралізації

Місцезнаходження	Відповіді, %		
	Так, стали	Слабо відчувається вплив цієї реформи	Вперше дізнаюсь про цю реформу
в Харкові	44,3	36,5	19,1
в інших містах України	40,0	46,7	13,3
за кордоном України	36,7	36,7	26,7



Найбільший відсоток молоді, що позитивно оцінюють наслідки реформи децентралізації, серед тих, хто залишився в Харкові (44,3 %). Найбільш високий відсоток респондентів, які не бачать змін на краще серед людей, що перебувають за кордоном.

Реформа децентралізації сприяє взаємодії громадського сектора та органів місцевого самоврядування. Ключове значення при цьому має довіра населення до діючих громадських організацій. За результатами опитування, 35,4 % респондентів в Харкові довіряють громадським організаціям та вважають їх ефективними, 34,8 % – довіряють, однак не впевнені в їх ефективності, 8 % не довіряють громадським організаціям і 22 % не цікавляться діяльністю громадських організацій. Можна припустити, що 30 % респондентів не мають на цей час активної громадянської позиції.

На основі результатів соціального дослідження підкреслюємо важливість підвищення освіченості молоді щодо їхнього впливу на владу, що є важливим кроком для зміцнення демократії та громадянської участі у розвитку громади. Це можна досягнути шляхом: організації освітніх заходів, створення освітніх матеріалів, проведення інформаційних кампаній, підтримці активних громадян, стимулювання взаємодії молоді з політичними представниками через публічні обговорення, форуми та зустрічі, де можна висловлювати свої думки та ідеї.

Література: 1. Democracy – Manual for Human Rights Education with Young people. URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/democracy>. 2. Participatory democracy and deliberative democracy – what is the difference? | SPILNO. URL: <https://spilno.org/article/demokratiya-uchasti-ta-doradcha-demokratiya-v-chomu-vidminnist>. 3. Journal of Democracy. URL: <https://www.journalofdemocracy.org/>. 4. National Endowment for Democracy – Supporting Freedom Around the World. URL: <https://www.ned.org/>.

Тези надійшли до редакції 24.04.2024 р.



ПРОБЛЕМОГЕННИЙ СОЦІУМ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ ЦІННОСТЕЙ

УДК 159

Ляшенко Б. Ю.

Викладач ХНЕУ ім. С. Кузнеця; здобувач третього
(доктор філософії) рівня вищої освіти,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Беляєва Н. Є.

Кандидат економічних наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано роль ціннісної сфери в онтогенезі особистості, визначаючи її як ключовий елемент у формуванні ставлення до соціуму та визначенні життєвих цілей. Розглянуто процес формування цінностей до етапу зрілості, їхню роль у мотиваційній системі особистості та вплив на особистість. Також показано вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на ціннісну сферу, включаючи проблемогенний соціум. Звернено увагу на важливість самоусвідомлення власних виборів у процесі формування та трансформації цінностей. Загалом ціннісна сфера представлена як гнучка система, що постійно змінюється та відображає сукупність свідомих, об'єктивних і соціальних структурних



компонентів особистості. Зріла особистість характеризується стабільністю у ціннісній сфері та може переживати суттєві зміни, які відбуваються під впливом проблемогенного соціуму.

Ключові слова: ціннісна сфера, проблемогенний соціум, трансформація цінностей.



Annotation. The role of the value sphere in the ontogenesis of the individual is analyzed, defining it as a key element in the formation of attitudes towards society and the determination of life goals. The process of the formation of values up to the stage of maturity, their role in the motivational system of the individual and their influence on the individual are considered. The influence of internal and external factors on the value sphere, including the problematic society, is also shown. Attention is drawn to the importance of self-awareness of one's own choices in the process of formation and transformation of values. In general, the value sphere is presented as a flexible system that is constantly changing and reflects a set of conscious, objective and social structural components of the individual. A mature personality is characterized by stability in the value sphere and can experience significant changes that occur under the influence of a problematic society.

Keywords: value sphere, problemogenic society, transformation of values.



Ціннісна сфера особистості, яка розвивається увесь час онтогенезу, є однією з найбільш значущих систем у психіці. Адже саме ціннісні орієнтації багато в чому визначають внутрішнє ставлення до соціуму та його зовнішні прояви, формують цілі при побудові майбутнього, підкреслюють значущість дій індивіда та загалом беруть участь у діяльності.

У період онтогенезу особистості цінності перебувають у стані формування, проходять інтенсивну низку протиріч і перебудов, щоб сформуватись. Після узгодження цінності посідають провідну роль у мотиваційній системі особистості як вектор діяльності. Зрілість особистості характеризується стійкістю та стабільністю ціннісних якостей та має прояв у життєвій позиції, наполегливості, принциповості, стійкості у міркуваннях тощо [3, с. 65].

Значною мірою у формуванні ціннісної сфери є узгодженість між внутрішнім, так би мовити ідеалізованим уявленням, та зовнішнім, так би мовити соціальними діями, як конкретним проявом діяльності особистості. При невідповідності вищезазначених категорій виникає ціннісний конфлікт, який при дії зовнішніх факторів вносить дисбаланс у свідомість особистості та спричиняє конфлікт сприйняття у взаємодії з соціумом [1, с. 219].

Трансформація цінностей може бути результатом внутрішніх або зовнішніх факторів, що впливають на психічний стан особистості. До внутрішніх факторів можна віднести увесь спектр екзистанційних, соматичних, нервово-психічних криз, котрі притаманні особистості. До зовнішніх факторів відносять: зміну соціального середовища, соціально-економічні та соціально-політичні чинники та проблемогенний соціум. Визначення проблемогенного соціуму може включати суспільство, що переживає соціально-політичні кризи, які негативно впливають на психологічний стан особистості та спричиняють психологічну трансформацію [5, с. 348]. Військові дії що відбуваються в країні, значною мірою розширюють поняття проблемогенного соціуму, доповнюючи його бойовими діями, внутрішньосоціальним напруженням та психологічними бар'єрами [4, с. 369].

Загалом ціннісна сфера особистості є гнучкою системою, що перебуває у постійній зміні та в кожен окремий момент часу відображає сукупність свідомих, об'єктивних і соціальних структурних компонентів. Отже, ціннісна сфера поєднує в собі як диференційність так і кумулятивність соціальних проявів особистості, проходячи через низку соціальних потрясінь. Зазначимо, що самоусвідомлення, розуміння зроблених виборів та усвідомленість зроблених помилок є важливим компонентом при формуванні та під час трансформації ціннісної сфери як прояв оцінки власних рішень у соціумі [2, с. 24].

Отже, ціннісна сфера до моменту психологічної зрілості особистості перебуває у стадії формування, що полягає у постійних змінах. На стадії психологічної зрілості йдеться про трансформацію цінностей під впливом різноманітних факторів, у тому числі, і соціальних у широкому розумінні. Проблемогенний соціум як чинник трансформації ціннісної сфери у сьогоденні є домінуючим і слугує першопричиною до суттєвих змін в особистості.

Література: 1. Богдан Ж. Б., Ляшенко Б. Ю. Теоретичні аспекти трансформації ціннісної сфери особистості під впливом проблемогенної ситуації. *Габітус*. 2023. № 52. С. 217–220. URL: <http://habitus.od.ua/53-2023>. 2. Богдан Ж.,



Ляшенко Б. Теоретичні засади трансформації ціннісної сфери особливості в умовах соціальних потрясінь. *Всеукраїнська науково-практична конференція з нагоди 50-річчя від початку підготовки психологів у харківському університеті: теорія і практика* : матеріали наук.-практ. конф. (8–9 груд. 2022 р., м. Харків). Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 205 с. С. 22–26. **3.** Дуб В. Соціокультурні характеристики ціннісних орієнтацій вимушених переселенців. *Проблеми гуманітарних наук. Психологія*. 2021. Vol. 49. Р. 61–71. URL: <http://phsps.dsru.edu.ua/article/view/256117>. **4.** Груць Г. Трансформація традиційних цінностей студентів у нових історичних умовах. *Ціннісні орієнтири в сучасному світі: теоретичний аналіз та практичний досвід* : зб. тез IV Міжнар. наук.-практ. конф. (13–14 трав. 2022 р., м. Тернопіль). Тернопіль : Вектор ; ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2022. С. 368–370. **5.** Ляшенко Б. Ю. Психологічна складова в сучасному проблемогенному соціумі України. *Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених* : зб. тез доп. 16-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів (14–16 груд. 2022 р., м. Харків). Харків : НТУ «ХПІ», 2022. С. 348.

Тези надійшли до редакції 26.04.2024 р.



ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ БАГАТОАСПЕКТНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 331.108

Мажник Л. О.

Кандидат економічних наук,
доцент, кафедра менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Встановлено характеристики процесів трансформації багатоаспектної невизначеності. Визначено специфічні характеристики інноваційного розвитку підприємництва в умовах цифрової економіки. Розглянуто особливості розвитку підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності цифрової економіки.

Ключові слова: інноваційний розвиток, підприємництво, багатоаспектна невизначеність, цифрова економіка.



Annotation. The characteristics of the processes of transformation of multi-aspect uncertainty have been established. The specific characteristics of the innovative development of entrepreneurship in the conditions of the digital economy are determined. The peculiarities of entrepreneurship development in the conditions of multifaceted uncertainty of the digital economy are considered.

Keywords: innovative development, entrepreneurship, multifaceted uncertainty, digital economy.



Аспекти та відповідні особливості інноваційного розвитку промислових підприємств у цифровій економіці розглядають такі вітчизняні вчені: Мігус І. та Коваль Я. [1], Макаренко С. [2]; вчені Антонюк Л. Л., Білозор Л. В., Грепон Б. та інші розглядають питання інноваційного розвитку промислових підприємств, проте елементи багатоаспектної невизначеності та її вплив досліджено недостатньо за складовими інноваційного підприємництва, котрим присвячується означене дослідження.



Мета дослідження полягає у виявленні особливостей інноваційного розвитку підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності, що відбувається в процесі інтеграції цифрової економіки.

У зв'язку з цим для вирішення поставленої мети було сформовано такі завдання:

- окреслення ознак інноваційного розвитку підприємництва;
- аналіз умов багатоаспектної невизначеності;
- виявлення трансформаційних процесів змін складових цифрової економіки;
- визначення специфічних характеристик інноваційного розвитку підприємництва.

Особливість вітчизняного інноваційного розвитку підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності полягає першочергово в тому, що найбільший дестабілізуючий вплив на різноманітні процеси здійснюють бойові дії, що відбуваються на території України та пов'язані з військовою агресією сусідньої держави. З одного боку, інноваційний розвиток вітчизняного підприємництва наразі відбувається в надзвичайно складних умовах, а з іншого – означені процеси варто розглядати як трансформацію підприємницької системи в процесі становлення цифрової економіки.

Варто зазначити, що переважна більшість інноваційних ідей підприємництва наразі спостерігається у сфері військово-промислового комплексу, оскільки ці умови продиктовані обставинами, які склалися. Оскільки військові дії наразі стають все більше технологічними, відповідно процеси диджиталізації неминуче поглинають більшість сфер суспільного життя, що демонструє значне захоплення все більшої кількості складових цифрової економіки.

Розглянемо більш детально характеристику умов багатоаспектної невизначеності. Так, [3] розглядають 44її як змінну концепцію зовнішнього середовища, що невинно впливає на внутрішні процеси підприємства загалом, яка являє собою послідовність змінних (рис. 1):

SPOD – Steady (стійкість); Predictable (передбачуваність); Ordinary (простота); Definite (визначеність);

VUCA – Volatility (нестабільності); Uncertainty (невизначеності); Complexity (складності); Ambiguity (неоднозначності);

BANI – Brittle (крихкість, тендітність); Anxious (неспокій, тривожність); Nonlinear (нелінійність); Incomprehensible (незбагненність).

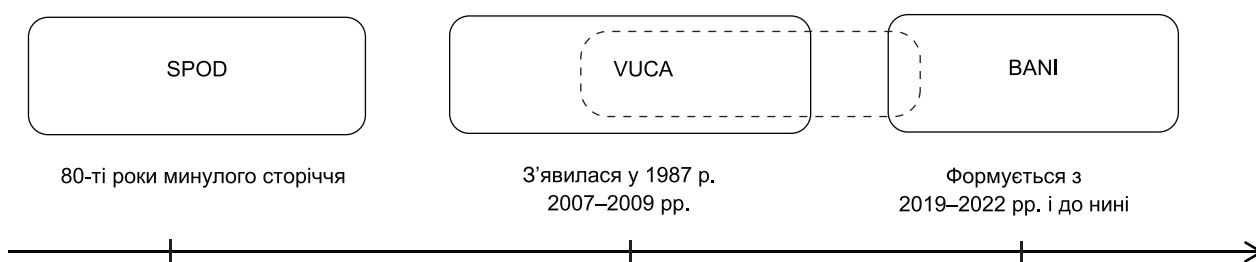


Рис. 1. Особливості процесів трансформації багатоаспектної невизначеності

Згідно з аналізом рис. 1 можна дійти висновку, що, відповідно до часової шкали вимірювання, SPOD-підхід давно змінився на VUCA. Водночас серед значної кількості інноваційних підприємницьких структур стає помітним перехід на новий концептуальний погляд BANI, але не всі підприємницькі структури стрімко трансформуються, тому переважна більшість організаційних структур все ще перебуває на умовному другому рівні VUCA.

Варто зазначити, що задля втілення в практичній діяльності підприємництва ідей гнучкості та адаптації до умов багатоаспектної невизначеності варто використовувати методологічні засади на основі застосування цифрових технологій, що активно інтегруються в переважну більшість соціально-економічних процесів, у тому числі та першочергово, завдяки реалізації проектного менеджменту, ґрунтуючись на інтелектуально-інноваційному розвитку підприємства [4, с. 551]. Виділені науковцями [5] етапи «цифрової трансформації» для підприємства, а також відповідні бізнес-моделі цифрової трансформації наділяють підприємницькі структури



численними перевагами, особливо інноваційні, бо вони першими впроваджують і тестують зміни на практиці. До означених переваг відносять:

1. Розширення клієнтської бази.
2. Підвищення рівня задоволеності клієнтів.
3. Збільшення кількості потенційних клієнтів.
4. Зростання трафіку.

Перелічені переваги використання цифрової економіки відкривають широкий спектр можливостей і перспектив для втілення на практиці трансформаційних процесів в умовах багатоаспектної невизначеності для інноваційного розвитку підприємництва.

Висновки з цього дослідження полягають у тому, що, по-перше, вимушені трансформаційні процеси перебудови інноваційного розвитку вітчизняного підприємництва варто розглядати у контексті невизначеності та поточних обставин як перманентний стан, що тільки сприяє зміцненню конкурентоздатності вітчизняних підприємств. По-друге, особливості інноваційного розвитку вітчизняного підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності передбачають постійні трансформаційні процеси організаційних структур. По-третє, цифрова економіка невпинно впливає на процеси диджиталізації інноваційного розвитку.

Перспективи подальших досліджень полягають у тому, що варто сформулювати показники, що виміряють процеси невизначеності за певними ознаками, у тому числі за рахунок обробки даних, що можуть бути отримані на основі диджиталізації вітчизняних підприємств у цьому напрямі.

Література: 1. Мігус І., Коваль Я. Інноваційний розвиток підприємств в умовах диджиталізації економіки. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 2 (62). С. 159–165. DOI: 10.31732/2663-2209-2021-62-159-165. 2. Марченко С. Особливості інноваційного розвитку промислових підприємств в умовах диджиталізації. *Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка*. 2020. № 3. С. 86–94. DOI: 10.32851/2708-0366/2020.3.11. 3. Mazhnyk L. O., Lytovchenko I. V., Shevchenko S. O. Development of Staff of Innovative Enterprises in the Context of Digitalization. *The Problems of Economy*. 2023. № 4. P. 136–142. DOI: 10.32983/2222-0712-2023-4-136-142. 4. Kozlova I., Herashchenko I., Mazhnyk L., Samsonenko N., Velyka O. The role of digital technologies in the project management implementation based on the intellectual and innovative development of the enterprise. *Revista De La Universidad Del Zulia*. 2024. Vol. 15. No. 42. P. 543–558. DOI: 10.46925/rdluz.42.30. 5. Drinke Z., Mazhnyk L., Zvirgzdina R., Mokiienko T., Holovash L., Kryshchal H. Digital economy: opportunities for transformation of entrepreneurial structures. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2024. Vol. 1. P. 140–146. DOI: 10.33271/nvngu/2024-1/140.

Тези надійшли до редакції 24.04.2024 р.





ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ В ГАЛУЗІ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

УДК 351:658.26

Маммедов А. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня, 2 курс підготовки,
281 спеціальність «Державне управління та адміністрування» ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Руденко А. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня, 2 курс підготовки,
281 спеціальність «Державне управління та адміністрування» ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто впровадження електронного врядування у сфері відновлюваної енергетики. Досліджено основні аспекти цього процесу, такі як переваги, виклики та можливості використання засобів електронного врядування для забезпечення державної підтримки розвитку альтернативної енергетики. Проаналізовано вплив електронного врядування на розвиток сектора відновлюваних джерел енергії, а також надано рекомендації щодо його ефективного впровадження.

Ключові слова: електронне врядування, відновлювана енергетика, цифрові інновації, енергетична ефективність.

Annotation. This article explores the implementation of electronic governance in the field of renewable energy. The main aspects of this process, such as advantages, challenges, and opportunities, are investigated. The authors analyze the impact of electronic governance on the development of the renewable energy sector and provide recommendations for its effective implementation.

Keywords: E-governance, renewable energy, digital innovations, energy efficiency.

Відновлювана енергетика є перспективною та інвестиційно привабливою галуззю промисловості України, а також стратегічно важливою частиною об'єднаної енергетичної системи країни. Особливо розвиток відновлюваних джерел енергії є надзвичайно важливим для забезпечення енергонезалежності країни в умовах війни та підтримки її сталого розвитку.

На сьогодні в Україні спостерігається активний розвиток електронного уряду, зокрема, потужними темпами розвивається галузеве електронне урядування: електронна медицина, електронна освіта (насамперед – дистанційна освіта), електронна комерція, електронний банкінг, використання технологій електронного урядування в транспортній сфері, в органах внутрішніх справ, податковій службі, митниці, в судах тощо [1]. Впровадження електронного врядування у сфері відновлюваної енергетики може мати багато переваг, таких як покращення прозорості, зниження адміністративних витрат, стимулювання інвестицій, підвищення ефективності та залучення громадян.

В Україні дослідженнями впровадження та розвитку електронного врядування займаються чисельні групи науковців, серед них можна виділити: Н. Л. Гавкалову, Л. Ю. Гордієнко, Н. М. Драгомирецьку, О. В. Загвойську, М. І. Михайлуца, А. І. Семенченко, С. А. Чукут, Г. М. Шумську та ін. [1–4]. Однак все ще бракує робіт, присвячених висвітленню особливостей впровадження технологій електронного врядування в галузі відновлюваної енергетики.

Метою цієї роботи є визначення особливостей впровадження електронного врядування в галузі відновлюваної енергетики України та окреслення позитивних аспектів цього процесу, що має покращити функціонування цього сектора.

Згідно зі Стратегією розвитку інформаційного суспільства в Україні [2] сформовано основні правові засади побудови інформаційного суспільства шляхом прийняття ряду нормативно-правових актів, які, зокрема, регулюють суспільні відносини у сфері сприяння розвитку громадянського суспільства, створення інформаційних електронних ресурсів, захисту прав інтелектуальної власності на цифрові інформаційні ресурси, гарантій та механізму доступу до публічної інформації, розвитку електронного урядування та відкритого уряду, електронного документообігу, інформаційної безпеки тощо.



На сьогодні основними державними електронними ресурсами, що надають звітну, статистичну та аналітичну інформацію в енергетичній сфері, є:

1. Міністерство енергетики України;
2. Державна служба статистики України;
3. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП);
4. Енергетична інформаційно-аналітична агенція;
5. Державне агентство з енергоефективності й енергозбереження України.

Аналізуючи праці науковців, що займаються питаннями впровадження електронного врядування в Україні в різноманітних галузях, зокрема, С. А. Чукут, Н. М. Драгомирецької [3], М. С. Демкова, О. В. Загвойської, Я. Ю. Цимбаленко [4], можемо зробити висновки щодо позитивних аспектів розвитку електронного врядування в секторі відновлюваної енергетики, а саме:

- підвищення ефективності прийняття рішень. Впровадження електронного врядування дозволяє використовувати цифрові інструменти для збору та аналізу даних з сектора відновлюваних джерел енергії, що сприяє ефективному моніторингу та прийняттю обґрунтованих рішень у сфері державного управління;
- транспарентність управління. Використання електронних систем сприяє підвищенню рівня транспарентності в державному управлінні, що важливо для регулювання та нагляду за розвитком відновлюваної енергетики;
- ефективне взаємодія з іншими стейкхолдерами. Електронні платформи й інструменти полегшують комунікацію та співпрацю між державними установами, підприємствами та громадськістю для досягнення спільних цілей у сфері відновлюваних джерел енергії;
- спрощення адміністративних процесів. Електронне врядування дозволяє автоматизувати та спростити адміністративні процеси, такі як ліцензування та звітність, що сприяє покращенню ефективності державного управління у відновлюваній енергетиці;
- залучення громадськості. Електронні інструменти дозволяють залучати громадськість до процесів управління та прийняття рішень, роблячи державні структури більш відкритими та доступними для участі громадян у формуванні політики в секторі відновлюваної енергії.

Розглядаючи особливості впровадження електронного врядування у сфері відновлюваної енергетики, зазначаємо, що цей процес потребує інтеграції з існуючими розподільчими мережами, що може бути складним завданням через різноманітність джерел відновлюваної енергії. Ефективне впровадження потребує збору й аналізу великих обсягів даних з різних джерел, щоб забезпечити оптимальне управління енергосистемою. Необхідно встановлення стандартів і протоколів зв'язку для забезпечення сумісності та безпеки систем електронного врядування.

Отже, можна зробити висновок, що електронне врядування може сприяти розвитку відновлюваної енергетики, забезпечуючи ефективні процеси, підвищуючи доступність інформації та створюючи сприятливі умови для інвестицій. Подальші перспективи досліджень у галузі електронного врядування в секторі відновлюваної енергетики включають вдосконалення алгоритмів управління, розвиток та інтеграцію розумних технологій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Аведян Л.

Література: 1. Чукут С. А. Тенденції та проблеми впровадження електронного врядування в Україні // Сучасні проблеми управління: виклики інформаційної епохи : зб. матеріалів VII Міжнар. наук.-практ. конф. (2013 р., м. Київ) / уклад. : А. А. Мельниченко, І. І. Федорова, О. О. Боровикова. Київ : НТУУ «КПІ», 2013. С. 68. 2. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 № 386-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577>. 3. Чукут С. А., Драгомирецька Н. М., Михайлуца М. І. Становлення сучасної української наукової думки щодо розвитку вітчизняного електронного врядування: міжгалузевий аспект. *Сторінки історії*. 2021. № 51. DOI: 10.20535/2307-5244.51.2020.220187. 4. Чукут С. А., Загвойська О. В., Цимбаленко Я. Ю. Основи електронного врядування : навч. посіб. Київ, 2022. 268 с.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





СИНЕРГІЯ ОНЛАЙН- ТА ОФЛАЙН-КАНАЛІВ ПРОСУВАННЯ – КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

УДК 330.3

Небилиця О. А.

Кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано необхідність поєднання онлайн- та офлайн-каналів просування для сучасного бізнесу на основі врахування ROPO-ефекту. Дослідження поведінки цільової аудиторії у офлайн- та онлайн-середовищі та на основі цього побудова маркетингової стратегії підприємства дає можливість сучасним підприємствам досягати поставленої мети. Так, у роботі досліджено й узагальнено особливості моделі ROPO-ефекту для сучасного бізнесу, яка дозволяє проаналізувати поведінку покупців, коли вони переміщуються між різними каналами взаємодії. Проведено аналіз використання Інтернету у 2023 р. у світі та в Україні; подано динаміку кількості користувачів Інтернету у 2013–2023 рр. Досліджено структуру витрат споживачів у світі. Зроблено висновок, що динаміка змін digital світу та офлайн-простору у 2022–2023 роках показала, що сьогодні бізнесу вкрай необхідно застосувати синергію – необхідно проводити аналіз як онлайн- так і офлайн-даних та на основі них – ROPO-аналіз з метою побудови маркетингової стратегії підприємств.

Ключові слова: ROPO, ефект, аналіз, онлайн- та офлайн-середовище, цільова аудиторія, споживач, продаж, бізнес, стратегія.



Annotation. The article substantiates the need to combine online and offline promotion channels for modern business based on the ROPO effect. Studying the behavior of the target audience in the offline and online environment, and building the company's marketing strategy based on this, enables modern companies to achieve their goals. Thus, the work investigated and summarized the features of the ROPO-effect model for modern business, which allows analyzing the behavior of buyers when they move between different channels of interaction. An analysis of the use of the Internet in 2023 in the world and in Ukraine was carried out; the dynamics of the number of Internet users in 2013–2023 are presented. The structure of consumer spending in the world is studied. It was concluded that the dynamics of changes in the digital world and the offline space in 2022–2023 showed that today it is extremely necessary for business to apply synergy - it is necessary to analyze both online and offline data and, based on them, ROPO analysis in order to build a marketing enterprise strategies.

Keywords: ROPO, effect, analysis, online and offline environment, target audience, consumer, sales, business, strategy.



З розвитком технологій у сучасному суспільстві і змінами в психології поведінки людей все більше компаній отримують можливість вибирати серед безлічі маркетингових інструментів найбільш підходящий для себе, орієнтуючись при цьому на онлайн- або офлайн-середовище.

За останні роки купівельна поведінка істотно змінилася, і шлях клієнта від знайомства з брендом до здійснення покупки часто буває складним і неоднозначним. Сьогодні для комунікації зі споживачами та ефективної роботи компанії необхідно використовувати як офлайн-, так і онлайн-канали просування. Водночас офлайн- і онлайн-бізнес тісно пов'язані, тому відрізнити їх неможливо. Офлайн-бізнес, якого немає в Інтернеті, приречений на застій.

Вивчення поведінки цільової аудиторії в офлайн- і онлайн-середовищах і на цій основі побудова корпоративної маркетингової стратегії породжує ефект ROPO – Research Online, Purchase Offline. Тому сьогодні бізнесу вкрай важливо досліджувати та враховувати поведінку споживачів на основі комплексного підходу, враховуючи переміщення споживачів між різними каналами.

Окремим питанням і проблемам дослідження поведінки споживачів в онлайн-середовищі й офлайн-просторі присвячені роботи різних науковців. Серед яких: Гриневич Л. В., Благун І. І., Мороз О. В., Збиранник О. М., Коваленко М. П., Ларіна К. В., Демченко Г. В., Ониськів В. О., Куліш М. С., Радіонов С. О. та ін. Проте досліджен-



ня поведінки покупців, коли ті вивчають продукт онлайн, а купують його у фізичному магазині, на сьогодні є досить актуальним і потребує подальшого розвитку.

Тому **метою** цих тез є обґрунтування необхідності поєднання онлайн- та офлайн-каналів просування для сучасного бізнесу на основі врахування RORO-ефекту.

Розмірковуючи про те, в якій офлайн-точці придбати товар, споживачі часто порівнюють його на веб-сайтах, читають відгуки, переміщуються між різними офлайн- і онлайн-каналами. RORO – це схема поведінки покупців, коли ті вивчають продукт онлайн, а купують його у фізичному магазині [1]. Термін RORO з'явився у 2009 році. З того моменту проведення RORO-аналізу стало необхідністю для бізнесу, особливо для великого.

Треба зазначити, що дослідження Statista показало, що, попри загальне зниження глобальних витрат у торгівлі як онлайн, так і офлайн, частка онлайн-витрат у 2022 році виявилася більшою, ніж у попередньому році (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Огляд електронної комерції споживчих товарів

Показник	Значення	Динаміка
Кількість людей, які купують споживчі товари через мережу Інтернет, млрд людей	4,11	+8,3 % (+315 млрд)
Загальні річні витрати на покупку споживчих товарів онлайн, \$ трильйонів	3,59	-6,5 % (-\$250 млрд)
Середньорічний дохід на споживача електронною комерцією споживчих товарів, \$	873	-13,7 % (-\$138)
Витрати на онлайн-покупки споживчих товарів, %	17,1	+4,4%

У тому ж дослідженні йдеться про те, що «на онлайн припадає лише 17,1 % глобальних витрат у ритейлі за останній рік. Це означає, що у структурі витрат споживачів у світі лише близько 1 долара з 6 витрачається на електронну комерцію» [2].

Якщо споживачі мають свободу у виборі місця для здійснення покупок, то бізнес може допомогти своїй цільовій аудиторії знайти це місце та бути впевненим, що для покупок вони будуть поєднувати різні канали як онлайн-, так і офлайн.

Отже, сьогодні бізнесу вкрай необхідно застосувати синергію – необхідно враховувати як онлайн-, так і офлайн-ефект на основі RORO-аналізу.

Згідно з моделлю RORO поєднання онлайн- та офлайн-каналів відбувається в таких ситуаціях:

- споживач здійснює пошук інформації на сайтах або через соцмережі, але фактично купує товар у фізичному магазині;
- покупець збирає інформацію, яка йому потрібна у роздрібній торговій точці, а купівлю здійснює через інтернет-магазин.

RORO – ефект є ілюстрацією того факту, що споживачам подобається переміщатися між різними каналами при ухваленні рішення про купівлю. Так, згідно з дослідженнями Power Reviews, до 99 % споживачів використовують Інтернет для аналізу та оцінки доступних варіантів перед тим, як здійснити покупку у звичайному магазині. Люди порівнюють продукти, читають огляди, перш ніж ухвалити остаточне рішення про те, де купити потрібну йому річ. За даним дослідженням, 31 % споживачів завжди шукають товари онлайн перед тим, як купити їх офлайн; 45 % – часто; 23 % – іноді і тільки 1 % респондентів відповіли, що ніколи [3]. Для бізнесу – це сигнал про необхідність адаптувати маркетингові стратегії до змін у поведінці покупців. Підприємства повинні враховувати, що вони все частіше можуть залучати споживачів, які вирішили зробити покупку у фізичному магазині, використовуючи інформацію, що розміщена в Інтернеті.

Отже, розуміння необхідності сьогодні враховувати RORO-ефект – це ключовий чинник розвитку бізнесу. Для встановлення міцних зв'язків зі своєю цільовою аудиторією багато підприємств (особливо великих) вже вживають стратегічних заходів, які орієнтовані на врахування та максимізацію вигоди від RORO-ефекту. Найбільш поширеними методами, що застосовують для реалізації цього ефекту, є: відкриття онлайн-магазину з замовленням в один клік, створення мобільних додатків з можливістю доставки в офлайн-точку, розміщення картки компанії на Google Maps та інші. Через Інтернет споживач може не лише ознайомитись з асортиментом



продукції, але й легко знайти найближчий магазин, перевірити наявність товару й отримати відгуки від інших користувачів.

Однак треба розуміти та пам'ятати, що стратегії, засновані на ефекті ROPO, вимагають не тільки адаптації digital-інструментів, але й оптимізації взаємодій у фізичних точках продажу. Кінцева мета – спонукати потенційних клієнтів до покупки.

Сьогодні, коли межі між онлайн- та офлайн-світом стираються, успіху досягають компанії, які вже впровадили інноваційні рішення, що об'єднують ці дві сфери в одне ціле. Якщо компанія вирішила впровадити модель ROPO, найпростіше, що можна зробити, – це створити вебсайт, де:

- створити можливість «Зарезервувати та протестувати». Зацікавлені клієнти можуть зарезервувати товар в електронному вигляді та випробувати його в магазині, при цьому без необхідності купувати його;
- створити можливість замовлення товару онлайн та забрати його в найближчій торговій точці мережі [4].

Впроваджуючи ці методи, бізнес може активно співпрацювати з клієнтами як в онлайн-, так і в офлайн-просторі, роблячи свій бізнес більш доступним і привабливим.

Розуміючи, як працює модель ROPO, можна зазначити, що певні товари є важливим фактором залучення покупців до фізичних магазинів, незважаючи на їх низькі продажі в онлайн. Такі висновки допомагають маркетологам розробляти збалансовані рекламні стратегії, підтримуючи як онлайн-, так і офлайн-канали. Перш ніж розпочати інтеграцію офлайн та онлайн, необхідно оцінити побажання та потреби клієнтів і протестувати їхню поведінку на вебсайті та в традиційних магазинах. Для цього необхідно організувати процеси збору відповідних даних про клієнтів.

Таким чином, поведінка споживачів змінилася за останні роки, і ці зміни, ймовірно, триватимуть і надалі. Щоб побудувати успішний бізнес сьогодні, потрібно бути активним як в онлайні, так і в офлайні, щоб скористатися ефектом ROPO.

Важливо також зазначити, що ретельний аналіз ROPO може допомогти бізнесу вдосконалити сам продукт і надати корисну інформацію, яка допоможе виявити труднощі, пов'язані з асортиментом продукції, питаннями ціноутворення (онлайн чи офлайн), а також з онлайн-простором чи фізичними магазинами. Саме на це мають бути спрямовані подальші дослідження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Словник маркетолога // Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/wordbook/ropo-effekt/#:~:text=ROPO%20effect,%D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C%20%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B2%20%D1%84%D1%96%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%96>. 2. Statista Market Insights «Електронна комерція – увсьому світі». URL: [#revenue](https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide?currency=usd). 3. Power Reviews «From Discovery to Purchase: Key Digital & Physical Influences on the Customer Journey». URL: <https://www.powerreviews.com/research/key-digital-physical-influences-customer-journey/>. 4. Уголькова О.З. Цифровий маркетинг та соціальні мережі. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). С. 146–152. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23786/>.

Тези надійшли до редакції 12.04.2024 р.





ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

УДК 336.22;338.24(447)

Нікулін Д. Ю.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра митної справи і фінансових послуг ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Тези присвячені дослідженню можливостей та ефективності податкового стимулювання як інструменту для стимулювання економічного розвитку в Україні. Зазначено актуальні виклики, з якими стикається країна у сучасних умовах, та обговорюється потенціал податкового стимулювання у забезпеченні економічного зростання та соціально-економічної стабільності.

Ключові слова: податок, податкове стимулювання, економічний розвиток, оподаткування.



Annotation. The article is devoted to researching the possibilities and effectiveness of tax incentives as a tool for stimulating economic development in Ukraine. Current challenges facing the country in modern conditions are noted, and the potential of tax incentives in ensuring economic growth and socio-economic stability is discussed.

Keywords: tax, tax incentives, economic development, taxation.



Податкове стимулювання як стратегічний інструмент економічного розвитку відкриває перспективи для залучення інвестицій, підтримки підприємництва та зростання конкурентоспроможності країни. Його ефективне використання може стати важливим чинником у досягненні сталого економічного зростання та підвищенні життєвого рівня громадян. Проаналізовано результати попередніх досліджень у цій галузі та висвітлено важливі аспекти та виклики, пов'язані з ефективним використанням податкових заохочень. У тезах також розглянуто конкретні приклади застосування податкового стимулювання в умовах війни та введено пропозиції щодо подальшого розвитку та вдосконалення податкової політики з метою підтримки економічного відновлення та розвитку країни.

Податкове стимулювання є актуальною темою для України в сучасних умовах, оскільки країна шукає ефективні інструменти для підтримки економічного зростання та розвитку. В умовах війни економічна стабільність і розвиток стають особливо актуальними. Податкове стимулювання може виступати як один із ключових інструментів для залучення інвестицій, підтримки внутрішнього виробництва, зменшення безробіття та підтримки населення в умовах соціальної нестабільності. Податкове стимулювання є одним із ключових інструментів, за допомогою якого держава може впливати на економічну активність та інвестиційний клімат у країні.

Податкове стимулювання в Україні активно досліджується чисельними групами науковців, роботи яких були використані для аналізу у дослідженні. Серед них: М. О. Скорик, В. Р. Брухаль, О. Ю. Подмарьов, Д. М. Рева, О. К. Прімерова, Т. Г. Буй та ін.

Останні дослідження та публікації свідчать про те, що умови війни створили складне економічне середовище, яке потребує невідкладних заходів для стимулювання економічного зростання та відновлення розвитку. Деякі дослідження вказують на те, що ефективне використання податкових інструментів може допомогти залучити інвестиції в економіку України, підтримати малі та середні підприємства та стимулювати внутрішнє виробництво в умовах обмежень на зовнішні ринки. Незважаючи на значний потенціал податкового стимулювання, існують певні виклики та обмеження, які потребують уваги. Наприклад, необхідно враховувати баланс між зниженням податкового навантаження та забезпеченням необхідних доходів бюджету для фінансування соціальних та інфраструктурних програм. Однак деякі аспекти використання податкових стимулів в умовах війни залишаються недостатньо дослідженими, що створює потребу в подальших наукових дослідженнях та аналізі.



Метою цієї роботи є дослідження потенціалу й ефективності податкового стимулювання як інструменту для стимулювання економічного розвитку та формулювання рекомендацій для його вдосконалення.

Дослідження розглядає необхідність адаптації податкової політики до нових реалій. Крім того, воно враховує взаємозв'язок між податковим стимулюванням та іншими інструментами економічної політики, такими як фінансова підтримка та регуляторна діяльність.

Як зазначає В. С. Загорський, «оподаткування не повинно створювати перешкоди для економічного зростання, більш того – воно покликане сприяти йому» [1, с. 181]. Механізм податкового стимулювання діє ефективно лише тоді, коли держава гарантує платникам, що вона не претендує на всю його прибуткову базу, що виникає від скорочення витрат на виробництво. В іншому випадку платник не матиме мотивації збільшувати продуктивність праці та розширювати виробництво. Якщо розглядати стимулювання учасників податкових відносин, ми завжди маємо на увазі юридичні стимули. Інші фактори не можуть впливати на інтереси суб'єктів відносин, оскільки вони існують в межах правової форми. Категорія «правовий стимул» була вдало сформульована В. М. Ведяхінім: «правові норми, що заохочують потрібні для суспільства, держави в даний момент суспільні відносини, норми, що стимулюють як звичайну, так і підвищену правомірну діяльність людей та її результати» [2, с. 51].

А. В. Малько [3, с. 60]. визначив загальні ознаки правових стимулів таким чином:

- 1) Вони показують можливості та свободу, оскільки включають в себе такі форми, як суб'єктивні права, законні інтереси, пільги, привілеї, імунітети, надбавки, доплати, компенсації, заохочення та рекомендації.
- 2) Вони передають позитивну правову мотивацію.
- 3) Спрямовані на організовану зміну суспільних відносин та виконують розвивальну функцію соціальних зв'язків.
- 4) Забезпечують сприятливі умови для задоволення власних інтересів суб'єкта, оскільки обіцяють або надають цінності, а іноді зменшують чи скасовують втрати цінностей.
- 5) Передбачають збільшення позитивної активності.

Як з'ясували Т. В. Фоміна, О. Б. Пугаченко: нові правові зміни, що вводилися під час дії особливого правового режиму воєнного стану, стосувалися підприємств і представників бізнесу. Окрім цього, на законодавчому рівні були впроваджені різноманітні пільги у сфері оподаткування доходів фізичних осіб і сплати майнових та інших податків. Держава також надала стимули для розвитку окремих секторів економіки, таких як сільське господарство та будівництво, забезпечуючи спрощене та пільгове кредитування, а також надаючи різні види допомоги внутрішньо переміщеним особам та компенсуючи власникам житла витрати на тимчасове розміщення таких осіб [4].

Зміни у системі оподаткування під час воєнного стану вплинули на процедури нарахування та сплати податку на додану вартість, зокрема, на визначення об'єктів оподаткування та розмір ставок. Операції з постачання товарів і послуг і відповідні ставки ПДВ, які зазнали змін та застосовуються до завершення воєнного стану, такі:

Операції з передачі (надання) товарів (послуг) ЗСУ, ТРО та інших військових формувань України, що створені згідно з законодавством, не обкладаються податком на додану вартість.

Операції з постачання товарів для заправки (дозаправки) або забезпечення транспорту Збройних Сил, Національної гвардії та інших військових формувань, що утримуються за рахунок коштів державного бюджету для потреб забезпечення оборони України та інтересів держави, оподатковуються за нульовою ставкою.

Операції з ввезення та постачання певних видів палива, таких як бензин моторний, важкі дистилляти, скраплений газ, на які застосовується акцизний податок у розмірі 0,00 євро за 1000 літрів, та нафта / нафтопродукти, підпадаючи під коди УКТ ЗЕД 2709 00 10 00 та 2709 00 90 00, оподатковуються за ставкою 7 %.

Наступний законодавчий крок у сфері оподаткування під час воєнного стану стосується введення так званого тимчасового режиму спрощеного оподаткування. На 31 березня 2022 року в Україні близько 148 466 суб'єктів господарювання висловили свою готовність перейти на цей режим, серед них було 29 585 юридичних осіб і 118 914 фізичних осіб – підприємців [5].

Наукові результати, отримані під час дослідження, детально розкривають динаміку змін в економіці України та надають рекомендації для подальших кроків щодо підтримки економічного розвитку та забезпечення фінансової стабільності в умовах непевності.



Додатковим податковим стимулом є можливість для осіб, які займаються самостійною професійною діяльністю та є членами фермерських господарств, не сплачувати єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Крім того, платники єдиного податку 2 та 3 групи мають можливість звільнитися від сплати єдиного соціального внеску на фонд оплати праці мобілізованих працівників, оскільки цей внесок буде сплачуватися державою.

Поза рамками податкових пільг, але в межах програми підтримки суб'єктів господарювання, держава компенсує роботодавцям витрати на заробітну плату для працевлаштованих внутрішньо переміщених осіб у розмірі 6500,00 гривень на місяць протягом двох місяців [6].

Таким чином, дослідження підкреслюють, що податкове стимулювання може стати потужним інструментом для стимулювання економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності країни. Ці заходи можуть сприяти збільшенню інвестицій, стимулюванню підприємництва та зростанню виробництва. Правильно спроектовані та реалізовані податкові заходи можуть сприяти збалансованому розвитку економіки, залученню інновацій та підтримці соціальних програм.

Однак дослідження також підкреслює важливість правильного планування та моніторингу податкових заходів. Недбале використання податкових стимулів може призвести до неефективного використання бюджетних ресурсів або навіть до негативних економічних наслідків. Тому важливо встановлювати чіткі критерії ефективності для оцінки результатів податкових стимулів і регулярно проводити їх оцінку.

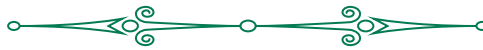
Перспективи податкового стимулювання включають подальше дослідження можливостей для вдосконалення податкової системи, враховуючи потреби економіки та суспільства. Розвиток нових інструментів і методів податкового стимулювання може допомогти у вирішенні сучасних викликів, таких як зміна клімату, цифрова трансформація та соціальна справедливість. Таким чином, податкове стимулювання залишається актуальним і перспективним напрямком для забезпечення сталого економічного розвитку країни.

Для подальшого розвитку цієї теми можуть бути проведені додаткові дослідження щодо ефективності різних видів податкових стимулів у різних економічних умовах, а також їх впливу на різноманітні сфери економіки та суспільства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Тищенко В.

Література: 1. Загорський В. С. Бюджетно-податкова система України. Теорія і практика : монографія. Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2006. 304 с. 2. Ведяхин В. М. Правовые стимулы: понятия, виды. *Правоведение*. 1992. № 1. С. 50–55. 3. Фоміна Т. В., Пугаченко О. Б. Податкове стимулювання діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану в Україні. *Modern Technology and Innovative Technologies*. 2022. Issue 20, part 2. P. 113–123. 4. Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні : Постанова КМУ від 20.03.2022 № 331. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-%D0%BF#Text>.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.





СИНОФОБИЯ ЯК ПРОБЛЕМА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН В АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

УДК 327.8

Обриньба Я. Ю.

Студентка 3 курсу
факультет міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Горбачов А. В.

Кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри міжнародних відносин,
політичних наук і практичної філософії ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розкрито актуальний аспект у сучасних міжнародних відносинах, що пов'язаний із зростаючими напруженнями між країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону та Китаєм. Виявлено природу та динаміку синофобії, спираючись на аналіз історичних, культурних і політичних факторів, що впливають на формування відносин між країнами регіону та Китаєм. Розглянуто можливі наслідки синофобії для безпеки та стабільності в регіоні, а також запропоновано шляхи подолання цієї проблеми через діалог, співпрацю та зміцнення довіри між країнами.

Ключові слова: Китай, АТР, синофобія, расизм, міжнародні відносини.



Annotation. "Synophobia as a problem of international relations in the Asia-Pacific region" reveals an actual aspect in modern international relations related to the growing tensions between the countries of the Asia-Pacific region and China. The author reveals the nature and dynamics of Sinophobia, based on the analysis of historical, cultural and political factors that influence the formation of relations between the countries of the region and China. The article also examines the possible consequences of Sinophobia for security and stability in the region, and suggests ways to overcome this problem through dialogue, cooperation and trust-building between countries.

Keywords: China, APR, sinophobia, racism, international relations.



Азійсько-Тихоокеанський регіон увінчаний багатством культур, економічним потенціалом і стрімким технологічним розвитком. Проте за цими блискучими досягненнями ховаються складні та чутливі проблеми, серед яких відзначається зростаюча синофобія. Запевнення міжнародної співпраці та взаєморозуміння зіткнулися з тінями недовіри та конфліктів, що простягаються на тлі розширення впливу Китаю в регіоні.

Проблему зіткнення інтересів КНР та країн заходу та результати такого зіткнення розглядали такі західні вчені, як Френк Дікотер, Мері Галахер, Медлін Хсу, Джон Айкенберрі, Девід Кан та ін. Але зазначені дослідники не розглядають проблему синофобії як наслідок такого конфлікту інтересів.

Для того щоб проаналізувати проблему синофобії в міжнародних відносинах, потрібно визначити це явище, його джерела появи та розповсюдження, наслідки синофобії у політичній та економічній площині.

Синофобія, як несправедливе та непримиренне відчуття або стереотипне уявлення про китайців та китайську культуру, є однією зі старих проблем Азійсько-Тихоокеанського регіону. У регіоні, де Китай займає центральне місце, синофобія набуває особливого значення через геополітичний і економічний вплив китайської держави.

Синофобія являє собою форму расизму або етнічної ворожнечі, спрямовану проти китайців і китайської культури. Це негативне ставлення може виявлятися у формі стереотипів, дискримінації, ворожих висловлювань, а також у погрозах і насильстві. Вплив синофобії на міжнародні відносини є значним, особливо в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, де Китай виступає ключовим гравцем.



Це явище поглиблює міжнаціональні конфлікти та дипломатичні напруження між країнами, що мають непрості відносини з Китаєм. Наприклад, політичні конфлікти між Китаєм і Японією через територіальні спори в Південно-Східній Азії можуть бути підкріплені синофобськими настроями серед японських громадян.

Історичні події мають значний вплив на формування синофобських уявлень, які можуть тривати і до сьогодні. Деякі з найважливіших історичних подій, що сприяли формуванню синофобських уявлень, включають такі:

1. Велика кількість війн і конфліктів між китайською імперією та сусідніми державами, такими як Японія, В'єтнам, Індія та інші, спричинили значну ворожнечу та створили підґрунтя для формування синофобських уявлень.

2. Вплив колоніальної політики Заходу в Азії також сприяв формуванню стереотипів і ворожнечі до китайців. Країни-колонізатори ставили китайців під певним кутом, що сприймалося як суперництво чи загроза.

3. В історії Китаю були періоди, коли імперія прагнула розширити свої кордони та встановити вплив над іншими народами. Це також призвело до конфліктів і формування синофобських уявлень у регіоні.

4. Великі міграційні потоки китайців до різних країн, а також етнічні конфлікти між китайцями та іншими народами, сприяли формуванню стереотипів і неприязні до китайців.

Ці історичні події стали важливими чинниками у формуванні синофобських уявлень в регіоні та мають значний вплив на сучасні відносини між країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону. У соціокультурному просторі регіону можна виявити різноманітні синофобські тенденції, які відображаються у різних аспектах життя суспільства. Деякі з найбільш очевидних включають:

1. У медійних джерелах можна помітити негативну та спотворену репрезентацію китайців і китайської культури. Це може включати упереджені та стереотипні зображення, а також спроби дискредитації чи демонізації китайців.

2. У політичних дебатах і публічних виступах часто можна почути синофобські висловлювання або риторику, спрямовану на підживлення ворожнечі до Китаю чи китайців. Це може включати вимоги обмежень на міграцію, торгівлю або інші сфери співпраці з Китаєм.

3. У соціальному просторі можна виявити випадки дискримінації та нерівності, спрямовані проти китайців і китайських етнічних груп. Це може бути проявом у сфері праці, освіти, житла або доступу до різних послуг і ресурсів.

Синофобія, з одного боку, призводить до політичної нестабільності шляхом розділення суспільства та підтікання політичних конфліктів. Китай часто виступає як об'єкт напруги у політичних дискусіях і публічних обговореннях, що веде до поділу суспільства на прихильників і противників китайського впливу. Політичні сили можуть використовувати антикитайську риторику для залучення підтримки своїх виборців, що розширює розкол у суспільстві та поглиблює політичні напруги.

Синофобія також впливає на міжнародні відносини через відмову від міжнародного співробітництва. Країни, що відчувають синофобію, можуть відмовлятися від участі в міжнародних організаціях або домовленостях з Китаєм. Це може призвести до втрати можливостей для спільного розвитку та співпраці у різних сферах, таких як торгівля, наука та культура. Внаслідок цього світ стикається зі зростанням ізоляціонізму та націоналістичних тенденцій, що загрожує стабільності та мирному співіснуванню країн у міжнародному контексті.

З іншого боку, це явище негативно впливає на економічний розвиток і зміцнення відносин між країнами, ведучи до політичної нестабільності та відмови від міжнародного співробітництва.

Спроби обмежити китайський вплив на економіку і політику призводять до заходів, що включають в себе введення тарифів і торговельних обмежень. Ці заходи можуть спричинити ризик торговельних війн, які шкодять усім сторонам. Наприклад, введення тарифів на китайські товари може призвести до підвищення цін для споживачів у країнах-імпортерах, що негативно позначиться на їхньому економічному добробуті.

Крім того, синофобія сприяє політичній нестабільності, оскільки вона поглиблює розбіжності між народами і змушує уряди приймати популістські заходи. Політичні лідери можуть використовувати антикитайську риторику, щоб залучити підтримку громадськості та відволікти увагу від власних проблем. Однак це призводить до політичної роздрібненості та знижує довіру до уряду, що загрожує стабільності країни.



Також це явище може призвести до відмови від міжнародного співробітництва. Країни, які переживають синофобію, можуть відмовитися від участі в міжнародних організаціях або домовленостях, що призводить до ізоляції та обмеження можливостей для спільного розвитку. Такий підхід загрожує економічній і соціальній інтеграції країн та підриває міжнародні відносини.

Першим і найважливішим кроком у подоланні синофобії є освіта та інформування. Національні уряди, освітні установи та громадські організації повинні працювати над розповсюдженням об'єктивної інформації про китайську культуру, історію та сучасність. Інтеркультурні програми, обмін студентів і міжнародні проекти сприяють підвищенню свідомості та розумінню різних культурних перспектив, що зменшує страх і ворожість.

Другим важливим кроком є сприяння взаєморозумінню та співпраці між країнами. Дипломатичні зусилля та міжнародні переговори можуть допомогти зменшити напругу у відносинах між країнами та побудувати позитивні взаємовідносини. Конструктивний діалог, взаємні візити високопосадовців і спільні ініціативи сприяють зміцненню взаєморозуміння та довіри.

Третім кроком є активна участь громадськості та цивільного суспільства у процесі подолання синофобії. Громадські організації, активісти та засоби масової інформації можуть виступити проти дискримінації та створити платформи для відкритого обговорення проблеми синофобії. Різноманітні кампанії та заходи, спрямовані на підвищення свідомості та активне втручання громадськості, можуть допомогти змінити негативне ставлення до китайців та китайської культури.

Остаточне подолання синофобії вимагає системної роботи на кількох рівнях суспільства. Лише через спільні зусилля урядів, освітніх установ, громадських організацій та громадян можна досягти прогресу у цьому напрямку. Збереження відкритості, взаєморозуміння та співпраці є ключовими факторами у розвитку гармонійних і мирних міжнародних відносин.

Отже, синофобія має серйозні економічні та політичні наслідки та сприяє політичній нестабільності та відмові від міжнародного співробітництва. Для подолання цих проблем необхідно активно працювати над зменшенням взаємного непорозуміння та підтримки міжнародного діалогу та співпраці. Тільки через взаєморозуміння та спільні зусилля країни зможуть подолати синофобію та забезпечити стабільний та процвітаючий світовий порядок.

Для подальшого вивчення цього явища потрібно у майбутніх дослідженнях сфокусувати увагу на проблемі використання синофобії як політичного інструменту впливу на економічну складову міжнародних відносин.

Література: 1. Dikötter F. The Construction of Racial Identities in China and Japan: Historical and Contemporary Perspectives. *Journal of European Studies*. 1999. Vol. 29, no. 4. P. 375–394. 2. Gallagher M. E. China's Challenge: Shaping the Choices of Other Actors in the Asia-Pacific Region. *The Washington Quarterly*. 2015. Vol. 38, no. 4. P. 7–26. 3. Hsu Madeline Y. The Future of U.S. – China Relations: Is Conflict Inevitable? *The Washington Quarterly*. 2010. Vol. 33, no. 4. P. 25–37. 4. Ikenberry G. J. The Rise of China and the Future of the West: Can the Liberal System Survive? *Foreign Affairs*. 2008. Vol. 87, no. 1. P. 23–37. 5. Kang D. C. Getting Asia Wrong: The Need for New Analytical Frameworks. *International Security*. 2003. Vol. 27, no. 4. P. 57–85.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





УХВАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ РИЗИКУ

УДК 658:005.5

Онищенко М. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано наявні методи оцінки ризику інвестицій, зазначено переваги і недоліки кожного з методів. Доведено, що найбільші потенційні можливості адаптації до умов високого ризику інвестицій в Україні мають методи оцінки, засновані на ймовірнісних характеристиках, бо вони дозволяють отримати вірогідності втрат, що може понести інвестор, і претендують на більш високу точність.

Ключові слова: ризик, невизначеність, інвестиційний проект, ймовірність втрат.

Annotation. The article analyzes the main methods for estimating the risk of investment, and identifies the advantages and disadvantages of each method. The author brings to the attention that the biggest potential of adaptation to the high risk of investment in Ukraine belongs to the methods based on the probabilistic characteristics, because they allow to obtain probabilities of losses, and they claim greater accuracy.

Keywords: risk, uncertainty, investment project, probability of losses.

З усіх видів підприємницької діяльності саме інвестиційна діяльність найбільшою мірою пов'язана з невизначеністю та ризиком. Під інвестиційним ризиком розуміють можливість виникнення непередбачених фінансових втрат (зниження прибутку, доходів, втрати капіталу тощо) у ситуації невизначеності умов інвестиційної діяльності [4, с. 49]. Для того щоб ухвалити інвестиційне рішення, що приймається в умовах ризику, інвестор повинен чітко розуміти чим, і заради чого він ризикує.

У вітчизняній та зарубіжній літературі немає єдиної класифікації методів оцінки інвестиційного ризику. До того ж методи, запропоновані різними авторами, можуть відрізнятися по суті, але мати велику кількість загальних прийомів, або може бути кілька варіацій того самого методу, що суттєво ускладнює процес їх систематизації. Виділимо з рекомендованих у літературі підходів такі:

- аналіз чутливості інвестиційного проекту;
- аналіз беззбитковості інвестиційного проекту;
- аналіз ризику на основі бальних оцінок експертів;
- використання коефіцієнта дисконтування для оцінки ризику;
- використання ймовірнісних характеристик для оцінки ризику.

Останній підхід, своєю чергою, має кілька напрямків: аналіз сценаріїв; метод побудови дерева рішень; імітаційне моделювання (метод Монте-Карло); аналітичне моделювання.

Проведемо порівняльний аналіз всіх перелічених вище методів і підходів до оцінки інвестиційного ризику та виділимо перспективні напрями для подальших досліджень.

Аналіз чутливості інвестиційного проекту. Суть аналізу полягає у визначенні чутливості результуючого показника (прибутку, рентабельності тощо) до змін критичних змінних. Критичними є змінні, які домінують у формуванні притоків та відтоків [4, с. 432]. Шляхом надання цим змінним значень, що відповідають розумно песимістичному, найбільш ймовірному та оптимістичному сценаріям, можна показати, як зміниться прибутковість інвестицій, а також визначити найбільш важливі фактори, зміна яких небажана, та шукати можливості запобігання цим змінам.



Серед критичних змінних можуть бути: ціна на продукцію, витрати на її виробництво, збутові витрати, ставка позичкового відсотка, податкові ставки та ін. Зазвичай критичні змінні змінюють на кілька відсотків вище та нижче від очікуваного значення. Той проект, результати якого сильніше реагують на подібні зміни, є більш ризикованим.

Аналіз чутливості досить простий у застосуванні. Для його здійснення бажано залучення комп'ютерної техніки та програмного забезпечення. Однак він не дає можливості оцінити вірогідність відхилень результатів проекту від очікуваних значень. Тобто такий аналіз дозволяє оцінити величину можливої шкоди, але вона не дає інформації про ймовірність настання цієї шкоди. Водночас за відсутності можливості отримати точніші оцінки ризику аналіз чутливості може надати корисну для прийняття рішень інформацію.

Аналіз безбитковості інвестиційного проекту. Ступінь стійкості проекту стосовно можливих змін умов інвестування може бути охарактеризована показниками граничного рівня обсягів виробництва, цін продукції та інших параметрів. Граничним є значення параметра проекту для деякого t -го року його реалізації, за якого чистий прибуток цього року стає нульовим.

Одним із найважливіших показників цього є точка безбитковості, що характеризує обсяг продажу, у якому прибуток від реалізації продукції збігається з витратами виробництва. Для підтвердження доцільності проекту необхідно, щоб значення точки безбитковості було менше значень можливих обсягів виробництва та продажу. Чим далі від них (відсотково) значення точки безбитковості, тим стійкіший проект. При проведенні аналізу використовуються такі припущення: ціна залежить від обсягів виробництва, постійні витрати однакові для будь-якого обсягу виробництва, змінні витрати змінюються пропорційно обсягу виробництва, обсяг виробництва дорівнює обсягу продажів. На практиці часто справа інакша.

Через свою простоту аналіз безбитковості, як і аналіз чутливості, доцільно проводити на початкових стадіях проектування. Їх використання дозволить виділити параметри, зміна яких найбільш суттєво позначається на очікуваному доході, та розробити заходи щодо запобігання несприятливим змінам. Але для ухвалення остаточного рішення про інвестування проекту необхідна оцінка ступеня ризику, що надає інформацію про ймовірність настання можливої шкоди.

Аналіз ризику з урахуванням бальних оцінок експертів. Складають перелік ризиків, пов'язаних із проектом і представлених як незалежні події. Для кожного окремого ризику встановлюють значення ваги, залежно від його значущості. Сума всіх ваг дорівнює одиниці. Потім експерти оцінюють у балах кожен вид ризику. Після дається інтегральна оцінка ризику, шляхом зважування оцінок за кожним простим ризиком на його питому вагу у всій їх сукупності. Таким чином отримують можливість порівнювати різні проекти за показником інтегрального ризику.

Такий вид аналізу слід застосовувати лише за відсутності можливості кількісно оцінити ризик, пов'язаний із проектом, а також за відсутності інформації, необхідної для оцінки за допомогою інших методів. Тому що цей підхід, хоч і дозволяє отримати відносну оцінку ризику для різних проектів, але не дає уявлення про абсолютну величину можливої шкоди під час реалізації кожного з проектів та ймовірності отримання цієї шкоди. Крім того, в основі аналізу лежать суб'єктивні оцінки експертів, які залежать від їхнього ставлення до ризику.

Використання коефіцієнта дисконтування з метою оцінки ризику. Метод передбачає розрахунок так званої компенсаційної «премії за ризик», яка є додатковим доходом, необхідним інвестором, понад той рівень, який можуть принести безризикові інвестиції. Величина цієї премії залежить від рівня ризику, пов'язаного з проектом.

Грошові потоки дисконтуються за ставкою, яку можна визначити як суму безризикової ставки і «премії за ризик».

Існує кілька підходів до визначення премії за ризик. У зарубіжній практиці найвідомішим є використання моделі оцінки капітальних активів (САРМ). У [6] Дж. К. Ван Хорн, вказуючи на недосконалість цієї моделі, називає її «найкращою і найбільш застосовною з усіх». Модель зазвичай використовують для оцінки ризику інвестування в цінні папери, а в цьому випадку замість очікуваного зв'язку між додатковим прибутком від ринкового портфеля і додатковим прибутком за акціями розглядають очікуваний зв'язок між додатковим прибутком від того ж ринкового портфеля і додатковим прибутком від проекту.



Недоліком цієї моделі є те, що вона дозволяє врахувати лише систематичний ризик (тобто ризик, пов'язаний із змінами інвестиційного клімату в країні, кон'юнктури ринку тощо). При цьому вважається, що несистематичний ризик (тобто ризик, властивий конкретному об'єкту інвестування) усувається диверсифікацією. Таким чином, для недиверсифікованих портфелів необхідно додатково враховувати несистематичний ризик.

Використання ймовірнісних характеристик оцінки ризику дозволяє оцінити загальний ризик, що пов'язаний з інвестиційними проектами. Є кілька підходів до оцінки ризику інвестицій, які використовують ймовірнісні характеристики. Ці підходи розглядають дохід як очікувану величину, а мірою ризику стає дисперсія або середньоквадратичне відхилення. Відносним заходом ризику проекту, необхідним порівняння його з іншими проектами є коефіцієнт варіації.

Розглянемо різні методи, які використовують подібне подання інформації про ризик проектів. Серед них: аналіз сценаріїв, побудова дерева рішень, імітаційне моделювання (метод Монте-Карло) та аналітичне моделювання.

При аналізі сценаріїв підбираються три варіанти розвитку проекту: «найгірше» поєднання обставин (низька ціна реалізації, низький обсяг продажів, високі змінні витрати на одиницю продукції тощо), середнє або «найвірогідніше», а також «найкраще» поєднання обставин. Для кожного варіанта розраховується свій показник чистої поточної вартості проекту – NPV та задаються ймовірності здійснення кожного із трьох сценаріїв. Потім розраховуються очікуване значення NPV, його середньоквадратичне відхилення та коефіцієнт варіації. Щодо точності оцінок ризику, отриманих в результаті аналізу сценаріїв, хотілося б зазначити таке. Ймовірність одночасного поєднання «найгірших» або «найкращих» обставин зазвичай вкрай мала: малоімовірно, що одночасно і ціна реалізації, і обсяг продажів виявляться мінімальними; або що витрати виявляться мінімальними, а виторг – максимальним.

Метод побудови дерева рішень розглядає не три варіанти розвитку інвестиційного процесу, як у аналізі сценаріїв, а більше. «Гілки» дерева позначають можливі альтернативні рішення, які можуть бути прийняті, і можливі наслідки, що виникають в результаті цих рішень. Кожній гілці дерева надається своя ймовірність, тому, рухаючись уздовж гілок, можна за допомогою основних правил розрахунку ймовірностей оцінити ймовірність усіх варіантів. Після цього для кожної гілки обчислюються значення показників ефективності (NPV та інших), визначаються найімовірніші їх значення та дисперсія.

Суб'єктивне ставлення експертів завжди буде присутнім у таких оцінках. А необхідність у розробці по суті всіх можливих альтернатив розвитку для великих проектів може суттєво підвищити трудомісткість розрахунків.

Інструментом для розгляду комбінацій всіх можливих змін змінних може бути метод Монте-Карло (імітаційне моделювання). Цей метод вимагає програмної реалізації через його високу обчислювальну трудомісткість. Для кожного фактору, включеного в модель, визначається його ймовірнісне розподіл. Випадковим чином згенеровані значення цих факторів, наприклад, ціни реалізації, обсягів продажів, змінних витрат на одиницю продукції тощо, з'єднуються та розраховується узагальнюючий показник ефективності проекту – NPV або ін. Цей процес повторюється багато разів (1000 і більше) та одержують набір значень NPV, яким визначається медіана, середнє значення і стандартне відхилення NPV. Медіана чи середнє значення використовують як очікуване значення NPV, а стандартне відхилення (чи коефіцієнт варіації) – як міра ризику проекту [5, с. 459]. В результаті імітаційного моделювання інвестор отримує інформацію про ймовірнісний розподіл NPV і має можливість визначити ймовірність того, що інвестиції забезпечать дохід більший чи менший, ніж певна сума.

Перевагою імітаційного моделювання є можливість отримання не тільки очікуваного значення розрахункового показника ефективності, а й його ймовірнісного розподілу. Тобто ймовірність можливих втрат відома. Однак припущення про незалежність факторів може призвести до заниженої оцінки ступеня ризику інвестиційного проекту.

Іншим способом визначення ймовірнісних характеристик ризику проекту, що враховує всі можливі комбінації значень критичних змінних, є аналітичне моделювання.

Задаються основні ймовірнісні характеристики компонентів моделі факторів (очікуване значення і стандартне відхилення). Потім шляхом математичних обчислень можна отримати очікувані значення та стандартні відхилення спочатку грошових потоків, а за ними – і показників ефективності проекту загалом. Звісно, недо-



ліком аналітичного моделювання є те, що невідомим залишається характер розподілу показників ефективності. Але про відповідність реальності ймовірного розподілу, отриманого імітаційним моделюванням, можна сперечатися.

Узагальнюючи вищевикладені підходи до оцінки інвестиційних ризиків, слід зазначити, що: одні підходи, такі як аналіз беззбитковості, аналіз чутливості, аналіз сценаріїв і метод побудови дерева рішень, – мають надто спрощений характер; інший підхід, наприклад, визначення коефіцієнта дисконтування на основі моделі капітальних активів, придатний для оцінки ризику при добре диверсифікованих інвестиційних портфелях. Та й застосування цього підходу на даному етапі неможливе в Україні, оскільки для його реалізації потрібна інформація про котирування акцій компаній, що займаються тією самою діяльністю, що й проєктована, а також дані про прибутковість середньоринкового портфеля цінних паперів.

Найбільші потенційні можливості для адаптації до наявних умов бізнес-середовища в Україні, на нашу думку, мають методи оцінки ризику, засновані на ймовірнісних характеристиках. Для того щоб інвестор міг більш обґрунтовано підходити до ухвалення інвестиційних рішень, йому потрібно мати не тільки інформацію про очікувану прибутковість проєктів, але також і інформацію про можливі втрати у разі, якщо реалізація проєкту піде гірше, ніж очікувалося, і про ймовірність цих втрат. На нашу думку, ймовірності втрат (втрат прибутку, інвестованого капіталу або усього майна інвестора), разом із очікуваними значеннями прибутку та рентабельності проєктів, надають вичерпну інформацію про рівень ефективності та ризику проєкту, тобто інвестор знає, чим і заради чого він ризикує.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасько М. І.

Література: 1. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991. № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>. 2. Arefieva O. V., Miagkyh I. M., Solovei N. V. The impact of investment climate and financial analysis implications in making investment decisions. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2018. № 6 (129). С. 143–152. 3. Berens U., Havranek P. M. Helper for evaluating the effectiveness of investments: "Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies" UNIDO, 1995. 528 p. 4. Birman G., Schmidt S. The economic analysis of investment projects. New York : Elsevier Science, 1994. 620 p. 5. Brigham E. F., Houston J. F. Cengage Learning, 2018. 980 p. 6. Ван Хорн Дж. К., Вахович Дж. М. Основи фінансового менеджменту. Київ : Діалектика, 2020. 1056 с. 7. Кривов'язюк І. В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 31. С. 83–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2018_31_19. 8. Лімітовський М. А. Методи оцінки комерційних ідей, речень, проєктів. Київ : Справа, 2016. 210 с. 9. Нечипорук О. В. Інвестиційна діяльність України: сучасний стан, проблеми та можливості її активізації. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки*. 2021. № 5 (1). С. 61–68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_5\(1\)_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2021_5(1)_10). 10. Стахурська С. А., Ткачук С. В., Якимчук Т. В., Стахурський В. О. Комплексний аналіз інвестиційної діяльності виробничих підприємств як основа для прийняття обґрунтованих господарських рішень. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 1. С. 40–47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2022_1_8.

Тези надійшли до редакції 14.04.2024 р.





НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНД ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

УДК 339.13

Подорожна М. Р.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Войтенко О. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Національний бренд представляє конкурентну позицію країни в міжнародному середовищі та виступає умовами щодо формування конкурентоспроможності бренду компанії. Тому національний бренд і бренд компанії мають дуже тісний взаємозв'язок, що визначається чинниками та оцінюється як їх причино-наслідкова взаємозалежність. Чинниками позиціонування національного бренду виступають: експортний потенціал країни, ефективність державної політики, соціокультурний рівень країни, туристична привабливість, людські ресурси, легкість ведення бізнесу.

Ключові слова: національний бренд, чинники позиціонування, конкурентоспроможність бренду компанії, причино-наслідкова взаємозалежність, міжнародний бізнес.



Annotation. The national brand represents the competitive position of the region in the international environment and acts as the brains behind shaping the competitiveness of the company's brand. Therefore, the national brand and the company brand have an even closer relationship, which is identified by officials and assessed as their causal interdependence. The officials of the positioning of the national brand are: the export potential of the country, the effectiveness of government policy, the socio-cultural level of the country, tourist attraction, human resources, ease of doing business.

Keywords: national brand, positioning officials, competitiveness of the company brand, cause-and-inheritance relationship, international business.



Конкурентоспроможність – це здатність компанії продавати продукти та послуги на ринку, який наповнений аналогічними товарами та послугами. Це характеристика, що визначає готовність компанії витримувати конкуренцію на ринку.

Конкурентоспроможність також розглядається як факт реалізації можливості успішно конкурувати з іншими компаніями, країнами, організаціями [1]. Виділяють три рівні конкурентоспроможності:

- національна конкурентоспроможність, що має два значення: здатність компаній певної країни успішно конкурувати з компаніями інших країн у загальній ніші; і здатність країни досягти високих темпів економічного зростання, стійкого у середньостроковій перспективі [2];
- конкурентоспроможність підприємства як здатність задовольняти конкретні потреби клієнтів краще, ніж можуть робити інші компанії;
- конкурентоспроможність товару як здатність продукції бути привабливою і на тлі інших аналогічних товарів, отримуючи високу оцінку із боку споживачів [2].

У розрізі аналізу конкурентоспроможності бренду доцільно говорити про всі три види конкурентоспроможності, оскільки існує певна взаємозалежність між конкурентоспроможністю національного бренду, конкурентоспроможністю компанії та товару.

Умови країни походження неодмінно впливають на конкурентоспроможність бізнесу. Це можна побачити на прикладі великих світових ТНК (табл. 1).



Таблиця 1

Приклади світових ТНК-лідерів з їх країнами походження

Країни походження	ТНК
США	Apple, Amazon, Google, IBM, Meta, Microsoft
Швеція	Electrolux, Oriflame, IKEA, Volvo
Німеччина	BMW AG, Mercedes-Benz Group AG, Siemens
Італія	Intimissimi, Martini, Giorgio Armani, Prada, Saeco
Франція	Вдова Кліко, Christian Dior, Guerlain, Gitanes

Кожна з вищенаведених країн має високий рівень економічного розвитку та підтримує свій вітчизняний бізнес, що вийшов на міжнародні ринки. Наприклад, США здебільшого розвиває ІТ-галузь. Доказом того слугує Кремнієва долина, де щільно розташовані компанії ІТ-галузі, яка є глобальним центром технологічних інновацій – «будинком сотні компаній», підприємницького духу, стратегічного бачення, соціальної відповідальності.

Німеччина є світовим лідером у ряді промислових і технологічних секторів, третім у світі експортером та імпортером товарів. Вона підтримує соціальне забезпечення та універсальну систему охорони здоров'я; охорону довкілля, розвиток вищої освіти. Основними галузями промисловості є високотехнологічні – машинобудівна, електротехнічна, хімічна, автомобільна та суднобудівна.

У Франції найбільшими високотехнологічними секторами промисловості є виробництво автомобілів та автокомплектуючих, авіаційної, ракетної та космічної техніки, електроніки та електротехніки, нафтопереробка та нафтохімія, енергетика. Також розвинено виробництво ліків, хімікатів, парфумерії та косметики, медичних товарів, будівництво, виробництво будматеріалів та скла.

Провідні галузі Італії промисловості: машинобудування, металургія, хімічна та нафтохімічна, легка та харчосмакова. Більшість території непридатна для сільського господарства, країна є імпортером продовольства.

Італія входить до числа найбільших виробників і постачальників на світовий ринок автомобілів, велосипедів і мопедів, тракторів, пральних машин і холодильників, радіоелектронної продукції, промислового обладнання, сталевих труб, пластмас і хімічних волокон, автомобільних шин, а також готового одягу та шкіряного взуття. виробництво цементу, натуральних есенцій та ефірних олій з квітів та фруктів, художніх виробів зі скла та фаянсу, ювелірних виробів. Харчова промисловість виробляє сири, макарони, оливкову олію, вина, фруктові та томатні консерви [3].

Провідними галузями у Швеції є гірничодобувна промисловість, лісове господарство та лісопереробна промисловість, металургія, машинобудування та енергетика. Економіка переважно орієнтована на експорт.

Зростанню економіки сприяють природні ресурси, яких країна має надлишок, а саме: залізна руда, цинк, мідь, вольфрам, свинець, срібло, золото, миш'як, уран і шпат. Також через наявність на території країни великої кількості лісів іншим природним ресурсом є деревина. Окрім того, країна є великим виробником гідроенергії. Завдяки наявності в країні великої кількості ресурсної сировини промисловість країни також процвітає. Головними галузями Швеції є: залізо та сталь, целюлоза, паперова продукція, оброблені продукти харчування, транспортні засоби та високоточне обладнання, включаючи радіодеталі, підшипники, боеприпаси, телефонні компоненти та інші. Багато що з перерахованого також експортується з країни [4].

Отже, виходячи з вище зазначеного можна сказати, що країна має великий вплив на бізнес, що працює на світовому ринку. Також можна зазначити що при виборі певного товару певного підприємства споживач звертає увагу на країну походження.

Брендинг території є сучасною основою залучення до неї уваги широких верств громадськості. Якщо відсутня цілеспрямована стратегія брендингу території / міста, її імідж створюється стихійно, або під впливом неконтрольованих і завжди доброзичливих сил. Національний бренд є видом територіального бренду [5].

Національний бренд – це сукупність інструментів, за допомогою яких формуються відмінні характеристики держави. Національний бренд виконує кілька важливих функцій. Усередині держави він допомагає об'єднати мешканців спільною ідеєю, впливає на сприйняття власної держави, культури та минулого. Також правильний брендинг допомагає зробити мешканців більш активними громадянами, які беруть активну участь у покращенні життя та розвитку країни. До того ж об'єднання всіх жителів допомагає швидше інтегруватися в суспільство іноземцям і при цьому зберегти культурну спадщину, що теж важливо. На глобальному рівні



бренд країни відіграє таку ж роль, як і в бізнесі, тільки в більших масштабах. Наприклад, якісний бренд залучає в країну інвестиції, туристів і нові можливості для політичного та економічного співробітництва. Подібно до того, як брендинг компанії розширює аудиторію, підвищує впізнаваність та довіру до продукту, і національний брендинг залучає до країни іноземних гостей, вузьких фахівців і міжнародні компанії.

Оцінювання національного бренду базується на рейтингу іміджу країн за індексом бренду (NBI), що визначається щорічно починаючи з 2008 року. Національний індекс бренду вимірює силу та привабливість «іміджу бренду» кожної країни шляхом вивчення глобального сприйняття за складовими національної ідентичності (експорт, управління (уряд), культура, люди, туризм, імміграція та інвестиції). Оцінки базуються на шкалі від 1 до 7, де 7 означає найвищий або найкращий, 1 – найнижчий або найгірший, а 4 – середню позицію, яка не є ні позитивною, ні негативною. Дані за національним індексом бренду десяти країн-лідерів за період з 2019–2023 рр. наведено в табл. 2 [6].

Таблиця 2

ТОП-10 країн за національним індексом бренду країн (за рейтингом NBI)

№ позиції в рейтингу	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1	Німеччина	Німеччина	Німеччина	Німеччина	Японія
2	Франція	Велика Британія	Канада	Японія	Німеччина
3	Канада	Канада	Японія	Канада	Канада
4	Велика Британія	Японія	Італія	Італія	Велика Британія
5	Японія	Франція	Велика Британія	Франція	Італія
6	США	Італія	Франція	Велика Британія	США
7	Італія	Швейцарія	Швейцарія	Швейцарія	Швейцарія
8	Швейцарія	Швеція	США	США	Франція
9	Швеція	Австралія	Швеція	Швеція	Австралія
10	Австралія	США	Австралія	Австралія	Швеція

Перші місця за останні 5 років займають країни зі стійкою економікою, високим рівнем розвитку тощо. Згідно з табл. 2 можна зробити висновок, що Японія у 2023 році стала першою країною Азійсько-Тихоокеанського регіону, що очолила рейтинг NBI. За результатами 2023 року, трійку лідерів, крім Японії, складають Німеччина Канада [6].

Позиція в рейтингу США була значно знижена через падіння індексів управління, туризму, імміграції та інвестицій після початку пандемії COVID-19. Після цього історичного падіння країна знову почала підніматися за рейтингом у 2023 році.

Незважаючи на 8-му позицію в рейтингу, Франція зберігає хорошу репутацію за багатьма індексами. Стейкі позиції в рейтингу займає Велика Британія – 4-те місце (2023 р.), 6-те місце (2022 р.), 5-те місце (2021 р.).

Бренд компанії характеризує набір унікальних характеристик, що відрізняють її від інших організацій. Отже, бренд компанії та національний бренд тісно взаємопов'язані між собою, оскільки національний бренд формується певними чинниками. Ці чинники формують уяву про країну та дозволяють країні займати певне місце в міжнародному середовищі. Такими чинниками є експортний потенціал країни, ефективність державної політики, соціокультурний рівень країни, туристична привабливість, людські ресурси, легкість ведення бізнесу. Одним із напрямів подальшого дослідження виступають вивчення та аналіз взаємозв'язків між національним брендом і брендом компанії з урахуванням чинників і факторів.

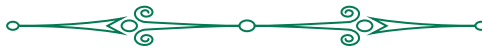
Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Отенко В. І.

Література: 1. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/competitiveness>. 2. Ступницький О. І. Конкурентоспроможність // Українська дипломатична енциклопедія : у 2 т. / редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін. Київ : Знання України, 2004. Т. 1. 760 с. 3. Економіка Італії // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%9>



6%D0%BA%D0%B0_%D0%86%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%97. 4. Економіка Швеції. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0_%D0%A8%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%96%D1%97. 5. True, Jacqui, Raymond Miller. Globalisation and Identity // Globalisation and Identity (англ.). South Melbourne : Oxford University Press, 2006. 6. Nation Brands Index 2023. URL: <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2023>.

Тези надійшли до редакції 16.04.2024 р.



ACTIVATION OF BUSINESS ACTIVITIES THROUGH DIGITAL MARKETING TOOLS

UDC 339:9

Purei Ye.

PhD student, Department of marketing,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. In the presented work, special attention is paid to the research of digital marketing. Today, digital marketing is the key to increasing the competitiveness of enterprises and ensures the activation of entrepreneurial activity. The use of digital marketing tools enables business structures to optimize their activities and accelerate the adoption of marketing and management decisions.

Keywords: marketing, digitalization, digital technologies, digital economy, enterprise, marketing tools, digital tools.



Анотація. В представленій роботі особливу увагу приділено дослідженню цифрового маркетингу. Цифровий маркетинг сьогодні є запорукою підвищення конкурентоспроможності підприємств і забезпечує активізацію підприємницької діяльності. Використання цифрового маркетингового інструментарію дає можливість підприємницьким структурам оптимізувати свою діяльність і прискорити прийняття маркетингових та управлінських рішень.

Ключові слова: маркетинг, цифровізація, цифрові технології, цифрова економіка, підприємство, маркетингові інструменти, цифрові інструменти.



Formulation of the problem. Today, the economic space is in a state of transformation. First of all, it is connected with the processes of globalization, integration and digitalization. The formation of the digital economy radically changes business processes and prompts business structures to adapt to new business conditions.

Modern business activity under the conditions of digitalization differs from traditional business models due to the use of advanced digital technologies and innovative approaches. Under the conditions of digital influence, enterprises today actively use Internet platforms to sell goods and services directly to consumers, which includes online stores, electronic markets and platforms for sending goods. It also encourages business structures to actively implement media marketing in their activities [7; 8; 9]. Businesses use social media to build community, engage with customers, promote products and services, and increase brand awareness.

Arguably, the digital economy increasingly emphasizes the importance of using analytics and Big Data. The use of analytical tools to collect, analyze, and use large volumes of data to make management decisions and improve



marketing strategies increases the efficiency of the enterprise and makes it more stable on the market [6; 10; 11; 12]. Also, another vector of transformation of business activity is the use of cloud technologies. Cloud services are used to store and process data, collaborate on projects, and access programs and tools directly over the Internet.

Digital technologies allow businesses to easily interact with customers and partners around the world, as well as to implement telecommuting and remote offices.

The presented aspects demonstrate that digital technologies significantly change approaches to business activities, contributing to the growth of efficiency, flexibility and global business. All this emphasizes the relevance and timeliness of the presented research.

Analysis of literary sources. The presented problems of the research were reflected in the works of many scientists and economists. Thus, the features of digitalization in marketing and activities, the development of the digital economy and digital marketing are presented in the works of Bilovodska O., Melnyk Y., Alenin Y., Arkusha L., Chi C., Flaig A., Kindstrom D., Ottosson M., Huang Yu.-Ch. Krysovatyu A. I., Sokhatska O. M., Desyatnyuk O., Ptashchenko O., Zyma O., Reznikova N., Shtal, T., Zuliyati P. T., Rusdianto H., Shlapak A. and others.

Due to the dynamic development of the presented issue, its relevance cannot be doubted and requires further research

Goal. The purpose of the presented work is to determine the features of digital marketing for the activation of entrepreneurial activity.

Research results. The essence of digital marketing is the use of digital technologies and online channels to promote goods and services, attract a target audience, build interaction with customers and improve the effectiveness of marketing efforts.

Based on research [1; 2; 3; 4; 5; 6; 10], we note that digital marketing should be understood as a marketing strategy that uses digital technologies and online channels to promote goods and services, attract a target audience, build interaction with customers and increasing the effectiveness of marketing efforts. The main goal of digital marketing is to create a positive brand image, increase brand awareness and attract customers through various online channels.

Digital marketing allows businesses to reach a larger target audience, increase brand awareness and increase sales using effective and innovative online strategies.

Activation of business activity through digital marketing tools involves the use of digital technologies and platforms to attract customers, increase brand recognition and improve communication with the audience. We will present several key digital marketing tools that can be used to boost business activity: SEO, social media, email, content marketing, internet banner advertising, data analysis. The tools presented in this way can be characterized from the point of view of how they improve entrepreneurial activity, namely [1; 4; 5; 6; 13; 14]:

- creating an attractive and functional website that will be optimized for search engines will help increase business visibility on the Internet and attract more targeted traffic;
- using popular social media platforms such as Facebook, Instagram, LinkedIn and others to communicate with audiences, build community, promote products and services, and increase brand awareness;
- using e-mail to send regular news, promotional offers and other useful information to customers and potential customers;
- use of software solutions to automate marketing processes, manage interaction with customers and track their behavior;
- creation of high-quality and interesting content, such as articles, blogs, videos, infographics, etc., which will interest the company's audience and help in solving the issues;
- using paid advertising campaigns, such as Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, etc., to promote the company's brand and attract the attention of the target audience to the company's website or products and services;
- monitoring the analysis of the effectiveness of the digital marketing strategy.

Using these tools will allow a business to attract new customers, increase sales, and increase the overall effectiveness of marketing efforts.

Conclusions. Thus, the activation of entrepreneurial activity due to digital marketing tools is a key factor for the successful development of modern businesses. At the same time, the use of digital channels allows businesses to reach a wider audience via the Internet, which includes both local and global customers.



Digital marketing allows businesses to increase their brand awareness through various online channels such as social media, content marketing and online advertising. Digital marketing tools allow businesses to target audiences by targeting their interests, demographics, and online behavior.

Digital marketing also enables businesses to improve communication with customers through a variety of online channels, including email, social media, and websites, and allows businesses to use their resources effectively as they can accurately determine campaign performance and analyze data to improve strategies. Applying digital marketing strategies can lead to increased customer conversions and increased online sales.

Therefore, the activation of entrepreneurial activity due to the tools of digital marketing is a key success factor in modern business, contributing to the achievement of greater influence, efficiency and competitiveness.

Supervisor – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Vovk V. A.

Literature: **1.** Bilovodska O., Melnyk Y., Alenin Y., Arkusha L. Implementation of marketing and legal tools in the process of commercialization for innovative products in strategic management and entrepreneurship. *International Journal for Quality Research*. 2020. Vol. 14 (4). P. 1261–1278. DOI: 10.24874/IJQR14.04-18. **2.** Chi C. 18 of the best marketing techniques for 2022. 2021. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-techniques>. **3.** Flaig A., Kindstrom D., Ottosson M. Market-shaping strategies: A conceptual framework for generating market outcomes. *Industrial Marketing Management*. 2021. Vol. 96. P. 254–266. DOI: 10.1016/j.indmarman.2021.06.004. **4.** Huang Yu-Ch. How marketing strategy, perceived value and brand image influence WOM outcomes – The sharing economy perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2022. Vol. 68. Article number 103071. DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.103071. **5.** Krysovaty A. I., Sokhatskyi O. M. (Eds.). The fourth industrial revolution: Changing directions of international investment flows. Ternopil : PE Yu. V. Osadtsa, 2018. **6.** Krysovaty A. I., Desyatnyuk O. M., Ptashchenko O. V. Цифрова інклюзія: фінансовий та маркетинговий аспекти. *Journal of Strategic Economic Research*. 2023. Vol. 3. P. 93–102. **7.** Ptashchenko O., Zyma O., Kostina K., Lavrinchenko M. International marketing as an effective tool of increasing enterprise competitiveness. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2021. Вип. 3 (267). С. 128–131. DOI: 10.33216/1998-7927-2021-267-3-128-131. **8.** Птащенко О. В., Мірошникова Є. Д. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2016. № 6 (230). С. 108–116. **9.** Reznikova N., Ivashchenko O., Rubtsova M. Global problems as a subject of interdisciplinary studies in the focus of international economic security and sustainable development. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 24–31. **10.** Shtal T., Ptashchenko O., Rodionov S., Kurtsev O. Implementation of modern marketing tools in entrepreneurial activity. *Economics of Development*. 2023. Vol. 22 (4). P. 53–63. DOI: 10.57111/econ/4.2023.53. **11.** Zulyati P. T., Rusdianto H. The creative economy in developing entrepreneurship: A case study on calligraphy craftsmen in Indonesia. *Economic Annals-XXI*. 2021. Vol. 194 (11–12). P. 90–95. DOI: 10.21003/ea.V194-11. **12.** Птащенко О. В., Шершенюк О. М. Methodological bases of management of business activity of enterprises in the conditions of globalization. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2023. № 1 (30). С. 38–57. **13.** Резнікова Н. В. Стратегічний форсайт як інструмент підвищення стійкості ЄС (приклад для України). 2022. URL: [https://e-learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/5069/mod_book/chapter/991/AA ResilienceConfProceedings25_26Nov2021Part1.pdf](https://e-learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/5069/mod_book/chapter/991/AA%20ResilienceConfProceedings25_26Nov2021Part1.pdf). **14.** Шлапак А. В. Наглядний потенціал фінансових установ у протидії кіберзлочинам та інформаційним атакам в умовах зростання ролі FINTECH і BIG TECHS на цифровізованих ринках капіталу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія : економічні науки*. 2022. № 2. Т. 2. С. 273–280.

Тези надійшли до редакції 12.04.2024 р.





РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ І ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

УДК 658.8.012.12

Райко Д. В.

Доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу, Національний
технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Масалаб О. В.

Здобувач третього (доктор філософії)
рівня вищої освіти, Національний технічний
університет «Харківський політехнічний інститут»

Анотація. Проаналізовано роль маркетингових стратегій у розвитку підприємств та їх вплив на конкурентоспроможність. Здійснено огляд основних підходів до маркетингу, таких як стратегії продукту, ціни, розповсюдження та просування, і їх застосування у сучасному бізнес-середовищі. Зроблено акцент на важливості правильного вибору та ефективного впровадження маркетингових стратегій для забезпечення конкурентної переваги підприємству. Результати дослідження демонструють, що успішні стратегії маркетингу сприяють залученню та утриманню клієнтів, підвищенню обсягів продажів та підвищенню прибутковості. Висловлено рекомендації щодо оптимізації маркетингових зусиль підприємств з метою досягнення стабільного й успішного розвитку.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові стратегії, розвиток підприємств, бізнес-середовище.



Annotation. This тезis (article) analyzes the role of marketing strategies in the development of enterprises and their impact on competitiveness. An overview of the main approaches to marketing, such as product, price, distribution, and promotion strategies, and their application in the modern business environment is provided. Emphasis is placed on the importance of selecting and effectively implementing marketing strategies to ensure the competitive advantage of the enterprise. The research results demonstrate that successful marketing strategies contribute to attracting and retaining customers, increasing sales volumes, and enhancing profitability. Recommendations are made for optimizing the marketing efforts of enterprises to achieve stable and successful development.

Keywords: marketing, marketing strategies, enterprise development, business environment.



Постановка проблеми. Розвиток будь-якого підприємства, безсумнівно, є складним і мінливим процесом. Однак однією з ключових складових успішного розвитку є маркетингові стратегії – ці стратегії визначають способи, якими підприємство привертає увагу споживачів, конкурує на ринку і забезпечує своє зростання [1, с. 116]. Важливою проблемою є те, яким чином ефективні маркетингові стратегії можуть впливати на успішність підприємства та його конкурентоспроможність на ринку. Іншою проблемою є необхідність постійного адаптування маркетингових стратегій до змін у вимогах ринку та поведінки споживачів [2, с. 11], адже сучасне бізнес-середовище швидко змінюється, що вимагає від підприємств постійно переглядати та модернізувати свої підходи до маркетингу. Така постійна необхідність у вдосконаленні стратегій ставить перед підприємствами завдання знаходити ефективні та інноваційні способи привертання уваги споживачів.

Крім того, існує проблема вибору оптимальних маркетингових стратегій для конкретного підприємства. Враховуючи різноманітність ринкових умов, товарів і послуг, не існує універсального підходу до розробки стратегій. Підприємствам доводиться аналізувати свої можливості та конкурентне середовище, щоб обрати оптимальний шлях для досягнення своїх цілей через маркетингові стратегії.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження та публікації в галузі маркетингу підприємств привертають увагу до декількох ключових аспектів. Костенко О., Оксанич А., Петренко В., Хартман К. приділяють увагу вивченню впливу цифрових технологій на маркетингові стратегії. Дослідження розглядають, як використання соціальних медіа, штучного інтелекту та аналітики даних змінює підходи до просування товарів і послуг, а також сприяє підвищенню ефективності маркетингових кампаній. Це дозволяє підприємствам краще розуміти свою цільову аудиторію і створювати персоналізовані пропозиції.

Другим ключовим аспектом досліджень є зростання значення сталої споживчої поведінки та соціальної відповідальності брендів. Андреева О., Кінгснорт С., Лікарчук Н., Лікарчук Д., Найт Х., Форстер Л. зазначають, що в останні роки споживачі стають все більш свідомими щодо вибору продуктів і послуг, керуючись не лише якістю та ціною, але й міркуючи про етичність і відповідальність виробників. Дослідження вказують на те, що підприємства, які активно впроваджують в свою діяльність принципи сталого розвитку та етичного бізнесу, мають більші шанси на успіх у залученні та утриманні клієнтів. Такі аспекти стають не лише моральним імперативом, а й важливою стратегічною перевагою на ринку.

Мета написання роботи – дослідити та проаналізувати роль маркетингових стратегій у розвитку підприємств, визначити основні підходи до їх застосування та оцінити їх вплив на конкурентоспроможність бізнесу.

Виклад основного матеріалу. В сучасному глобальному ринковому середовищі маркетингові стратегії посідають ключове місце у розвитку підприємств. Перш за все, вони визначають способи просування товарів або послуг на ринку, дозволяючи підприємствам залучати увагу потенційних клієнтів і збільшувати їхню впізнаваність [3, с. 174]. Додатково маркетингові стратегії допомагають підприємствам адаптуватися до змін у вимогах ринку та конкурентному середовищі [4, с. 43]. Шляхом аналізу потреб споживачів та діяльності конкурентів підприємства можуть виявляти нові можливості для розвитку й ефективно конкурувати на ринку.

Крім того, маркетингові стратегії сприяють підвищенню лояльності клієнтів і розширенню аудиторії. Шляхом розробки ефективних комунікаційних стратегій та впровадження програм лояльності підприємства можуть створювати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами [4, с. 71]. Не останнє значення маркетингових стратегій полягає у стимулюванні інновацій та розвитку продуктів: шляхом дослідження ринкових тенденцій та аналізу поведінки споживачів підприємства можуть виявляти нові ідеї для продуктів і послуг, що відповідають потребам свого цільового сегмента ринку.

У сучасному динамічному та конкурентному бізнес-середовищі розвиток підприємств вимагає від них не лише якісних товарів чи послуг, але й глибокого розуміння ринку та ефективного використання маркетингових стратегій. Роль маркетингу в розвитку підприємств сьогодні стала ключовою, оскільки він визначає не лише способи взаємодії з клієнтами, а й стратегії виходу на нові ринки, вирізнення на фоні конкурентів і розробку продуктів, які відповідають реальним потребам споживачів. У цьому контексті аналіз різних підходів до маркетингових стратегій та їхнє впровадження стає надзвичайно важливим для досягнення успіху та сталого розвитку підприємства. Основні підходи до маркетингових стратегій у розвитку підприємств можна умовно поділити на кілька типів:

- стратегія орієнтації на ринок передбачає акцент на потребах і бажаннях клієнтів як основі для розробки продуктів чи послуг, тобто підприємство аналізує ринок, визначає сегменти цільової аудиторії та створює продукти, які відповідають їхнім потребам;

- стратегія конкурентної переваги полягає в тому, щоб вирізнитися на ринку шляхом конкурентних переваг, своєю чергою, це містить низьку ціну, високу якість продукту, інновації, кращий сервіс;

- стратегія розвитку продукту – підприємство зосереджується на постійному вдосконаленні та розвитку своїх продуктів чи послуг, і це може включати впровадження нових технологій, функціональних можливостей, або удосконалення дизайну;

- стратегія диверсифікації, тобто підприємство розширює свою діяльність шляхом введення на ринок нових продуктів чи послуг, які можуть бути пов'язані або не пов'язані з їхньою основною сферою діяльності;

- стратегія розширення ринків – підприємство розширює свою діяльність шляхом виходу на нові ринки, будь то географічне розширення або введення продуктів у нові сегменти ринку [6, с. 124–154].

На нашу думку, кожен з цих підходів може бути ефективним залежно від специфіки підприємства, його цілей та умов ринкового середовища, й багато підприємств використовують комбінацію цих стратегій для досягнення успіху.



Відповідно до значеного вище у сучасному бізнес-середовищі маркетингові стратегії відіграють вирішальну роль у розвитку підприємств. Перш за все, вони визначають шляхи комунікації з ринком та споживачами. Застосування правильних маркетингових стратегій дозволяє підприємствам залучати увагу клієнтів, збільшувати їхню зацікавленість, а отже, збільшувати обсяги продажів [6, с. 207]. Наприклад, стратегії контент-маркетингу чи соціальних медіа дозволяють підприємствам активно взаємодіяти з аудиторією, створюючи цікавий та корисний контент, що сприяє формуванню позитивного іміджу та розширенню клієнтської бази.

До того ж маркетингові стратегії мають значний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Розробка та впровадження ефективних стратегій дозволяє підприємствам вирізнитися на ринку, здобуваючи перевагу перед конкурентами [5, с. 523]. Наприклад, стратегія диференціації продукту, яка передбачає створення унікальних і відмінних від інших товарів аспектів, може забезпечити підприємству стійке місце на ринку, оскільки споживачі будуть готові платити більше за унікальність. Крім того, маркетингові стратегії спрямовані на адаптацію до змін у ринкових умовах і конкурентному середовищі [5, с. 526]. Вони дозволяють підприємствам швидко реагувати на зміни в попиті, технологіях, політиці та інших чинниках, що впливають на бізнес. Наприклад, стратегія маркетингового дослідження може допомогти підприємству зрозуміти ринкові тенденції та споживчі уподобання, що дозволить пристосовувати свою стратегію до змін.

На нашу думку, не останню роль у розвитку підприємства відіграють маркетингові стратегії у формуванні та підтримці іміджу бренду. Стабільний та позитивний імідж дозволяє підприємству зберігати лояльність клієнтів, привертати нових споживачів і збільшувати конкурентоспроможність. Стратегії брендування, рекламні кампанії та управління репутацією допомагають підприємствам створювати сильний та впізнаваний бренд, що стає ключем до успіху в умовах загостреної конкуренції.

Тому маркетингові стратегії є необхідним інструментом для розвитку підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Вони впливають на всі аспекти діяльності підприємства, від комунікації з ринком до формування іміджу бренду, і визначають його конкурентоспроможність та успішність на ринку.

Висновки. Зведення аналізу основних маркетингових стратегій показує, що їх роль у розвитку підприємств є критичною. Правильно побудовані та ефективно виконані стратегії дозволяють підприємствам залучати увагу споживачів, реагувати на зміни у ринковому середовищі та підвищувати свою конкурентоспроможність. Дослідження показують, що існує різноманітність підходів до маркетингових стратегій, включаючи такі, як диференціація продукції, стратегії ціноутворення, та розвиток бренду. Кожен з цих підходів має свої переваги та обмеження, і їх вибір залежить від конкретних цілей та умов підприємства.

Застосування ефективних маркетингових стратегій може значно підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку. Відповідно, бізнесам слід вкладати час та ресурси у ретельне планування та виконання своїх маркетингових стратегій, щоб забезпечити успішний розвиток і стабільне зростання.

У цілому аналіз підтверджує важливість маркетингових стратегій у розвитку підприємств і підкреслює їх значення як ключового елемента успішної бізнес-стратегії.

Література: 1. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. Київ : Професіонал, 2018. 320 с. 2. Likarchuk N., Andriieva O., Likarchuk D., Bernatskyi A. Impression Marketing as a Tool for Building Emotional Connections in the Public Administration Sphere. *Studies in Media and Communication*. 2022. Vol. 10. (1). P. 9–16. 3. Vorster L., Knight H. Digital Marketing in Practice: Design, Implement and Measure Effective Campaigns. Kogan Page, 2023. 496 p. 4. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page, 2022. 416 p. 5. Hartman K. Digital Marketing Analytics: In Theory and In Practice. Independently published, 2023. 333 p. 6. Лікарчук Н. Сучасні тенденції та актуальні проблеми підготовки менеджера маркетингових комунікацій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. No. 1 (42). P. 522–528.

Тези надійшли до редакції 19.04.2024 р.





ВІДНОВЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

УДК 353

Сиромолот Е. А.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
керівник Інформаційного центру Асоціації
європейських прикордонних регіонів ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Оновлення регіонального розвитку України зосереджено на двох переважних процесах, а саме з відновлення територій, які постраждали внаслідок збройної агресії, та здійснення кроків з європейської інтеграції, обумовлених наданням Україні статусу кандидата у члени Європейського Союзу. Актуальним питанням наукових досліджень є студіювання впливу наукової концепції С. Кузнеця на створення Європейської Спільноти та гармонійний розвиток територій.

Ключові слова: оновлення регіонального розвитку, гармонійний розвиток, публічне управління, територіальна згуртованість, економічний зріст, спадщина С. Кузнеця, євроінтеграційний механізм.



Annotation. The renewal of Ukraine's regional development is focused on two priority processes, namely the restoration of territories damaged as a result of armed aggression, and the implementation of steps towards European integration, conditioned by the granting of candidate status to Ukraine for membership in the European Union. A topical issue of scientific research is the study of the influence of the scientific concept of S. Kuznets on the creation of the European Community and the harmonious development of territories.

Keywords: renewal of regional development, harmonious development, public administration, territorial cohesion, economic growth, heritage of S. Kuznets, European integration mechanism.



Сучасний стан регіонального розвитку України характеризується розпочатим процесом створення комплексних програм відновлення територій громад і регіонів, направлених на подолання соціально-економічних, інфраструктурних, екологічних та інших кризових явищ, які обумовлені збройною агресією проти України. Механізми відновлення територій регулюються нормативними положеннями законів України про регіональний розвиток, засади регіональної політики та про регулювання містобудівної діяльності і включають також території розвитку, а саме полюси регіонального зростання, центри економічного зростання, територій сталого розвитку, які потребують створення спеціальних механізмів та інструментів їх підтримки як функціональних типів територій. Але слід зазначити що на державному рівні ще не має комплексного бачення механізмів та інструментів підтримки територій розвитку. Вирішення цього проблемного питання щодо забезпечення економічного розвитку територій громад та регіонів можливо через відкритий доступ для України як кандидата у члени Європейського Союзу до європейських програм та інструментів, направлених на економічне зростання, подолання нерівномірностей розвитку територій як складових наукових ідей С. Кузнеця та багатомірного євроінтеграційного процесу гармонійного і збалансованого розвитку територій, відображених у засновницьких документах Європейської Спільноти, сучасній політиці територіальної згуртованості Європейського Союзу та Територіальному порядку денного розвитку Європейського Союзу до 2030 року.

Завданнями проведеного дослідження в рамках щорічної Міжнародної наукової конференції «Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця – 2024» є висвітлення ролі наукових ідей С. Кузнеця для відновлення розвитку територій громад і регіонів через економічний розвиток і подолання нерівномірностей, перешкод, міжрегіональних диспропорцій та асиметрії як складових євроінтеграційних процесів забезпечення гармонійного і збалансованого розвитку та удосконалення напрямів євроінтеграційного механізму публічного управління розвитком територій.

Дослідженням питанням розвитку територій, публічного управління, економічного зростання та подолання нерівномірностей доходу, європейської інтеграції займаються вітчизняні та зарубіжні вчені: Внукова Н.



М., Гавкалова Н. Л., Деркач Т. В., Євсєєва О. О., Шебанін В. С., Уманська В. В., Решетілов Г. О., Николаєва В. І., Назаренко П. В., Заблодська І. В., Сторонянська І. З., Матюшенко І. Ю., Резніков В. В., Толкованов В. В., Отенко В. І., Чаговець Л. О., Чернов С. І., Шульга В. О., Цятковська В. М., Федіна Н. В., Martin Guillermo Ramírez, Eduardo Medeiros, Hynek Böhm, Joachim Beck, Dominik Bertram, Gorkemli Kazar, Ricardo Carvalho Bruno Ferreira та інші. Водночас залишається ще не висвітленим питання дослідження економічного відновлення та забезпечення конкурентоздатності розвитку територій в умовах оновлення регіональної політики та євроінтеграційних процесів України.

Gorkemli Kazar [1, с. 954–955] зазначає, що концепція економічного зростання та нерівномірності доходів була популярна у 1950–1960 роках завдяки працям Kaldor, Williamson and Kuznets. У засновницькому договорі про створення Європейської спільноти у 1958 році відображено євроінтеграційні прагнення країн-засновників досягнути гармонійного, збалансованого і стабільного розвитку територій на основі економічної діяльності та територіальної згуртованості, долаючи нерівномірний розвиток регіонів. Gorkemli Kazar наводить працю S. Kuznets «Економічне зростання та нерівність доходів» [2], яка вийшла у 1955 р. у Американському Економічному Огляді, де розглядає її вплив та політичні процеси територіального співробітництва, регіональної конвергенції та утворення показників індексу людського розвитку у країнах Європейського Союзу.

В. С. Шебанін та інші визначають розвиток територій як багатовекторний процес регіонального розвитку та сукупності специфічних факторів, на динаміку яких впливає державна регіональна політика підтримки регіонів та управлінські дії з подолання депресивного, монофункціонального розвитку територій та зростання міжрегіональної кооперації [3, с. 30].

О. О. Євсєєва зазначає відсутність єдиної наукової парадигми в Україні щодо державної політики стратегічного розвитку територій України в умовах євроінтеграції і глобалізації, направленої на взаємодію і економічну інтеграцію успішних і відстаючих територій, наголошуючи на необхідності створення банку статистичних даних про державні ресурси територій України. [4]

Г. Л. Монастирський характеризує розвиток територій з точки зору визначення ознак території, суб'єктів, які сприяють цьому розвитку територій, ідентифікації «флагманських» територій та їх ресурсного забезпечення [5, с. 27].

У дослідженні [6, с.18] визначається, що функціональна типологія центрів економічного розвитку, запропонована в рамках реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 рр., не має чітких критеріїв розмежування цих центрів, що ускладнює розробку заходів зі стимулювання їх розвитку, що ускладнює не тільки розробку ефективних заходів Державної регіональної політики, а й моніторинг її результатів.

Л. О. Чаговець характеризує нерівномірний розвиток регіонів як деградації окремих галузей життя, погіршення стану країни, послаблення економічної безпеки від зовнішніх і внутрішніх ризиків. Концептуальна схема регулювання диспропорцій регіонального розвитку базується на засадах теорії конвергенції та концепціях диспропорційності регіонального розвитку, а також світових і національних підходах до регулювання диспропорційного розвитку регіонів [7, с. 23].

Martin Guillermo Ramírez відмічає важливу роль Асоціації європейських прикордонних регіонів у подоланні диспропорцій розвитку територій прикордонних регіонів, реалізації проектної ініціативи B-solution спільно з Європейською комісією, розробці Європейського транскордонного механізму для подолання адміністративних, правових перешкод співпраці та європейської інтеграції, висвітлення та тиражування кращих практик управління розвитком транскордонних територій [8].

Н. Л. Гавкалова та інші [9, с. 11, с. 331] підкреслюють актуальність питання регіонального управління у країні з урахуванням впливу інтеграції і глобалізації, розробленням цілісної системи моніторингу й оцінювання реалізації стратегій і програм територіального та регіонального розвитку, вивчення можливості запровадження систем показників життєдіяльності територій та регіонів в Україні.

Т. Богдан оцінює можливості отримання фінансової допомоги для трансформації суспільства та економіки, які відкриваються для України у зв'язку з набуттям Україною 23 червня 2022 року статусу кандидата у члени Європейського Союзу в рамках Інструменту допомоги перед вступом (ІРА ІІІ) не тільки через призму допомоги постраждалим від збройної агресії країні, а й через призму інвестицій у наближенні України до стандартів ЄС, підвищення економічної конкурентоспроможності, розширення зовнішньої торгівлі та стимулювання розвитку приватного сектора, створення робочих місць в країні [10].



Таким чином, проведений аналіз літератури свідчить про актуальність розробки концептуальних інструментів підтримки територій відновлення розвитку, а саме центрів економічного зростання, полюсів регіонального зростання, територій сталого розвитку для подолання нерівномірностей та диспропорцій розвитку територій громад та регіонів в контексті євроінтеграційного курсу України. Актуальні концептуальні основи розробки наукової парадигми оновлення державної політики стратегічного розвитку територій України, на нашу думку, лежать у площині синхронізації та гармонізації наукових ідей українських та європейських дослідників у сфері розвитку територій, публічного управління, економічного зростання та подолання нерівномірностей доходу, європейської інтеграції на основі ревілітації наукових ідей С. Кузнеця та реалізації засновницьких положень створення Європейської Спільноти через забезпечення гармонійного та збалансованого розвитку Європейського Союзу.

Тому метою дослідження є студіювання впливу наукових ідей Семена Кузнеця на процеси європейської інтеграції та розвиток територій в умовах оновлення регіональної політики України, формування пропозицій щодо напрямів удосконалення євроінтеграційного механізму публічного управління розвитком територій на основі економічного зростання, подолання диспропорцій та нерівномірностей розвитку територій громад і регіонів.

Територія у державній стратегії регіонального розвитку України 2021–2027 рр. розглядається як об'єкт регіонального розвитку та характеризується специфічним набором соціальних, просторових екологічних і економічних особливостей. На нашу думку, з огляду на надану класифікацію типів територій, важливим є узагальнена класифікація двох базових типів територій, а саме території відновлення та території розвитку. Сучасний пріоритет державного управління регіональним розвитком – це фокус на відновлення постраждалої інфраструктури територій громад і регіонів, які постраждали від російської агресії. Але актуальним є питання формування механізмів підтримки територій розвитку до яких віднесено центри економічного зростання, полюси регіонального розвитку, території сталого розвитку, беручи до уваги надані у державній стратегії регіонального розвитку характеристики економічних особливостей територій, а саме – непродуктивна економіка, регіональна нерівномірність, диспропорції соціально-економічного розвитку територій тощо, які характеризуються як кризові явища, подолання яких пропонується через створення функціональних типів територій та забезпечення їх розвитку інструментами державної підтримки.

Згідно з відкритими даними загальна характеристика по всіх регіонах України щодо поданих проектів відновлення територій до Цифрової екосистеми для підзвітного управління відновленням DREAM, станом на 15 квітня 2024 року, складає 3285 проектів від громад і регіонів України, з загальним бюджетом у розмірі 144,26 млрд грн, з підтвердженим фінансуванням у розмірі 45,52 млрд грн.

Що стосується проектів розвитку територій України, вважаємо, що фінансове забезпечення їх економічного відновлення можливо через Програми ЄС, що спрямовані на економічне зростання регіонів та інвестиційну політику. Серед таких програм слід визначити такі.

Інструмент допомоги перед вступом (ІПА ІІІ) на період 2021–2027 рр. з бюджетом у розмірі 14 млрд 162 млн євро. Серед пріоритетів Інструменту: економічне відновлення регіонів, інноваційна діяльність, проведення досліджень, мобілізація стратегічних інвестицій для підтримки економіки, яка працює на людей;

Інструмент сусідства, розвитку та міжнародного співробітництва – Глобальна Європа (NDICI – Глобальна Європа), бюджет якого складає 79,462 млрд євро, одним із пріоритетів якого є економічний розвиток для стабілізації.

В аналітичному звіті Європейської комісії від 8 листопада 2023 року визначено необхідність продовження роботи Україною щодо виконання EU *acquis*. EU *acquis* є сукупністю загальних прав і обов'язків, які визначені у Договорах, резолюціях, деклараціях ЄС, які є обов'язковими для всіх держав – членів ЄС та для України як кандидата у члени Європейського Союзу. Базовим EU *acquis* Договору про заснування Європейської Спільноти у 1958 році є політична ціль об'єднання країн, як їх прагнення до гармонійного та збалансованого розвитку економічної діяльності, зменшуючи наявні відмінності між різними регіонами та долаючи відсталість і диспропорції у розвитку регіонів, що є сутністю наукової концепції С. Кузнеця та складовою європейської політики територіальної згуртованості.

Для підтримки територій розвитку громад і регіонів України та залучення їх до проектів та програм ЄС, на нашу думку, слід застосовувати європейський практику публічного управління розвитком функціональних типів територій, транскордонного співробітництва, що мається на увазі створення органів управління територією співробітництва для забезпечення стратегічного планування розвитку та створення проектів тощо. Пілот-



ною моделлю, на нашу думку, може бути форма «Мікрорегіон відновлення територій» за участю громад України, враховуючи новітні законодавчі зміни Верховної Ради України щодо удосконалення участі органів місцевого самоврядування у розвитку транскордонного та міжтериторіального співробітництва.

Ревілітація спадщини С. Кузнеця в контексті парадигми розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця в умовах європейської інтеграції та відновлення територій громад та регіонів ґрунтується на участі ХНЕУ ім. С. Кузнеця у розбудові політики у сфері розвитку територіального та транскордонного співробітництва, а саме: досвіді роботи створених в ХНЕУ ім. С. Кузнеця: у 2009 році – Інформаційного центру Європейського Союзу; у 2013 році – Інформаційного центру Асоціації європейських прикордонних регіонів; пропозиціях розвитку функціональних типів територій Слобожанщини, а саме пропозицій створення Концепцій: «Харків – транскордонне місто», оголошеною професором Н. М. Внуковою в рамках особисто прийому Харківського міського голови Г. Кернеса в ХНЕУ ім. С. Кузнеця 8 квітня 2016 року; «Харківщина – центр розвитку транскордонного співробітництва» в рамках співпраці ХНЕУ ім. С. Кузнеця з Харківською обласною радою та Асоціацією органів місцевого самоврядування Харківської області відповідно до укладеної Угоди про співпрацю від 10 лютого 2016 року; фокусом освітньо-наукової програми «Публічне управління та адміністрування» третього освітньо-наукового рівня освіти кафедри державного управління, публічного адміністрування та економічної політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця, завідувачка кафедрою професор Н. Л. Гавкалова, а саме: «Особливий акцент в програмі зроблено на здійсненні наукових досліджень у сфері управління розвитком територій»; 10-річчям зі дня заснування Інформаційного центру АЄПР в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 15-річчям зі дня створення Інформаційного центру ЄС; 20-річчям зі дня встановлення контактів та співробітництва Харківської області з Асоціацією європейських прикордонних регіонів.

Крім того, слід, можливо, зазначити проектну діяльність Асоціації європейських прикордонних регіонів спільно з Європейською комісією у створенні механізмів подолання перешкод, диспропорцій розвитку європейських прикордонних регіонів Європейського Союзу в рамках проекту b-solution [11], що є актуальним для розвитку територіального та транскордонного співробітництва, економічного відновлення громад та регіонів України і може досліджуватися, на нашу думку, в контексті застосування наукової концепції С. Кузнеця для гармонійного та збалансованого розвитку територій.

Таким чином, актуальним питанням оновлення регіональної політики є створення механізмів підтримки економічного відновлення розвитку територій як складової гармонійного та збалансованого розвитку Європейського Союзу, базуючись на науковій концепції С. Кузнеця, враховуючи європейський досвід публічного управління розвитком функціональних типів територій і важливість здійснення синхронізації та гармонізації проведення наукових досліджень у сфері розвитку територій, публічного управління, економічного зростання та подолання нерівномірностей доходу, європейської інтеграції тощо.

Враховуючи пропозиції Асоціації європейських прикордонних регіонів щодо організації наукового співробітництва у вигляді видання спільних наукових статей, розвитку міжуніверситетського співробітництва, розробки спільних проектів, базуючись на Стратегії розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця, беручи до уваги роботу міжнародних центрів в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, діяльність кафедри державного управління, публічного адміністрування та економічної політики, роботу Наукової школи «Управління розвитком територій у інформаційному суспільстві», пропонуємо звернутися до керівництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця та АЄПР з пропозицією підтримати включення до тематики Міжнародної наукової конференції «Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця – 2024» тематичний напрямок проведення та обговорення досліджень у сфері розвитку територіального та транскордонного співробітництва, економічного відновлення розвитку територій громад і регіонів, подальшого удосконалення механізму публічного управління розвитком територій, гармонійного, збалансованого розвитку та європейської інтеграції України, керуючись концептуальними науковими ідеями С. Кузнеця.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Гавкалова Н. Л.

Література: 1. Kazar G., Kazar A. Is Harmonious Development Valid for European Union Regions? *International Journal of Economics and Financial*. 2015. Issues 5 (4). P. 954–967. URL: <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/1502/pdf>. 2. Kuznets S. Economik growth and income inequality. *American Economic Review*. 1955. Vol. 45. P. 1–28. 3. Шибанін В. С., Уманська В. В., Решетілов Г. О. Розвиток територій у системі державної регіональної політики. *Регіональна економіка*. 2021. № 3. С. 28–35. DOI: 10.36818/1562-0905-2021-3-3. 4. Евсева О. А. Формування державної політики стратегічного розвитку територій України в умовах євроінтеграції і глобаліза-



ції. *TRAEKTORIÁ NAUKI*. 2016. № 3 (8) С. 116–131 URL: <https://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/121>.
5. Монастирський Г., Волосюк М. Інституційні дисбаланси в моделі управління територіальним розвитком». *Економічний вісник*. 2022. Вип. 4. С. 23–37. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.023>.
6. Функціональні типи територій як об'єкт державної регіональної політики: методичні підходи до ідентифікації : наук.-аналіт. доп. / наук. ред. І. З. Сторонянська. Львів : ІРД НАНУ, 2020. 150 с. URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20200041.pdf>.
7. Чаговець Л. О., Чаговець В. В., Яцура О. В. Оцінка нерівномірності розвитку регіону як загрози економічній безпеці // Застосування інформаційних технологій в економіці, освіті та управлінні проектами : кол. моногр. / за заг. ред. Г. О. Райко. Херсон : Книжкове вид-во, ФОП Вишемирський В. С., 2018. С. 21–34. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21039>.
8. Guillermo R. M. Institutionalization of Cross-Border Cooperation: The Role of the Association of European Border Regions // *Borders in Central Europe After the Schengen Agreement*. 2018. DOI: 10.1007/978-3-319-63016-8_6.
9. Публічне управління та адміністрування у забезпеченні регіонального розвитку населення : монографія / за заг. ред. Н. Л. Гавкалової. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 375 с.
10. Богдан Т. Статус кандидата на вступ до ЄС: економічні та фінансові переваги // *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/28/688638/>.
11. Medeiros E., Guillermo Ramírez M., Brustia G., Dellagiacomma A. C., Mullan C. A. Reducing border barriers for cross-border commuters in Europe via the EU b-solutions initiative. *European Planning Studies*. 2023. Vol. 31 (4). P. 822–841. DOI: 10.1080/09654313.2022.2093606.

Тези надійшли до редакції 18.04.2024 р.



СИСТЕМА БАЗИСНИХ ПОНЯТЬ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 338.32, 339.9, 330.4

Скляр Т. П.

Здобувач вищої освіти третього
(освітньо-наукового) рівня, кафедра вищої математики
та економіко-математичних методів ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто актуальні питання інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності, які забезпечують прискорене відновлення економіки України. Викладена система базисних понять оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання є теоретичним підґрунтям для формування концептуального, методичного підходів і практичних рекомендацій управління цим розвитком.

Ключові слова: оцінка експортно-імпоротної діяльності, інноваційний розвиток, система базисних понять, теоретичне підґрунтя, суб'єкти господарювання.



Annotation. The article examines topical issues of innovative development of export-import activities that ensure accelerated recovery of economy of Ukraine. The outlined system of basic concepts for evaluating the innovative development of export-import business entities is the theoretical basis for the formation of conceptual, methodical approaches and practical recommendations for managing this development.

Keywords: assessment of export-import activity, innovative development, system of basic concepts, theoretical foundation, business entities.





Прискорення відновлення економіки ґрунтується на оновленні та впровадженні принципово нових технологічних процесів на українських підприємствах з метою поступового перетворення економіки України на більш інноваційну та наукомістку і, як результат, більш конкурентоспроможну на світових ринках. Проте розроблені управлінські рішення щодо інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання будуть дієвими, якщо вони сформовані на основі об'єктивної, достовірної, науково обґрунтованої оцінки.

Оцінка і аналіз є однією з основних функцій управління в економіці. Багато вчених займались дослідженням теоретичних, методологічних, практичних засад оцінки різних об'єктів, явищ, процесів в економіці, зокрема: Басманова (Сомова) О. Є. [1], Білошкурський М. В. [2], Малярець Л. М., Мінєнкова О. В., Сабадаш Л. О. [3], Маслак О. І., Квятковська Л. А. [4], Марчук Т. С. [5], Фат'янов Д. В. [6], Харазішвілі Ю. М. [7] та багато інших. Проте, незважаючи на велику кількість проведених досліджень і зроблених напрацювань, до цього часу відсутні загальні методологічні основи оцінки об'єктів в економіці, потребує удосконалення базисна система понять оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання.

Аналіз робіт провідних фахівців із вирішення проблем оцінки в економіці свідчить, що доцільно її визначати як функцію управління на підприємстві, яка змістовно подається у відповідності реально досягнутих значень показників встановленим еталонним, нормативним і передбачає аналіз причин відхилень і на цій основі формування відповідних управлінських рішень. Фат'янов Д. В. у своїх дослідженнях узагальнив методологічний каркас оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. Погоджуємось, що об'єктивність і достовірність оцінки обумовлюється її методологічним каркасом, складовими якого є елементи, структура, організація, конструкція, процеси, механізми, суб'єкт, об'єкт оцінки, предмет, принципи, мета, завдання, види оцінки, функції, технологія, методи, результати, концептуальна модель об'єкт оцінки, інформаційно-аналітичне забезпечення.

Отже, згідно з методологічним каркасом базисну систему понять оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання складають відповідні поняття, визначення яких такі:

- елементами оцінки є елементарні ознаки даного об'єкта, які разом зі складними ознаками конструктивно утворюють структуру та входять до організації;
- процесами оцінки є дії у часі, які реалізують її функції;
- механізми оцінки забезпечують її цілісність, динамічність, організованість, конструктивність;
- суб'єктами оцінки є відділи управління, управлінський персонал, акціонери, власники підприємства, органи влади, управлінці різного рівня управління;
- об'єктами оцінки є властивості інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання;
- предмет оцінки складають методичні підходи, теоретичні засади, практичні рекомендації, інформаційно-аналітичне забезпечення її здійснення;
- принципами оцінки є інтегрованість у загальний системний аналіз, науковий характер досліджень, вимірність, комплексність, системність, об'єктивність, конкретність, точність, достовірність, своєчасність, раціональність;
- метою оцінки є об'єктивна інформація про реальний стан інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання;
- завдання оцінки передбачають комплексне визначення рівнів показників інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання, їх аналіз, аналіз факторів впливу, взаємозв'язок, визначення шляхів підвищення розвитку, обґрунтування еталонів;
- види оцінки: однокритеріальна, багатокритеріальна, порівняльна, в статичі і в динаміці;
- функціями оцінки є визначення величин ознак, визначення рівнів стану та розвитку, визначення динаміки процесу, аналіз, формування висновку для розроблення управлінського рішення;
- технологія оцінки здійснюється за логікою етапів, які відображають процес оцінки та які мають свої завдання, методи й інструменти здійснення;



- методи оцінки класифікуються за видами ознак, а саме: кількісні та якісні. Інструменти оцінки діляться на інформаційні, статистичні, математичні, економетричні, оптимізаційні;
- результати оцінки відображаються у значеннях показників, рівні величини, висновках, які утворюють основу для прийняття управлінських рішень;
- концептуальна модель інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання виражається в поняттях предметної області та враховує закони і закономірності цього розвитку;
- інноваційний розвиток експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання – це незворотне, спрямоване, закономірне змінення якісних і кількісних характеристик експортно-імпоротної діяльності на принципово новій основі знань, машин, технологій;
- інформаційно-аналітичне забезпечення оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання системно складається зі системи ознак, їх величин, способів їх отримання, обробки, аналітичних інструментів та їх реалізації в програмних середовищах, засобів аналізу для формування відповідного управлінського рішення.

Пропонована система базисних понять фундає теоретичне та практичне підґрунтя оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання, забезпечує її адекватність, достовірність, комплексність, системність, дієвість, евристичність. Сформовану систему базисних понять оцінки інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання доцільно використати для обґрунтування її теоретичних положень.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор *Малярець Л. М.*

Література: 1. Малярець Л. М., Міненкова О. В., Сабадаш Л. О. Моделювання в оцінці та аналізі діяльності підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 202 с. 2. Басманова О. Є. (Сомова) Концепція оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. *Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»*. 2005. Т. 11. С. 105–110. 3. Марчук Т. С. Оцінка конкурентоздатності будівельної організації на будівельному ринку. 2009. Вип. 6. С. 120–124. 4. Маслак О. І., Квятковська Л. А. Система оцінки показників оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2010. № 9. 5. Білошкурський М. В. Комплексна оцінка ефективності фінансової діяльності підприємств у системі антикризового управління. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*. 2008. Т. 3. Вип. 16. С. 398–401. 6. Фатьянов Д. В. Теоретичні положення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 12. С. 258–264. 7. Харазішвілі Ю. М. Методологічні підходи до оцінки рівня економічної безпеки країни. *Наука та наукознавство*. 2014. № 4. С. 44–58.

Тези надійшли до редакції 09.04.2024 р.





РІВЕНЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОМНІКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

УДК 339.3:658.8

Смотровая Д. В.

Здобувач вищої освіти третього
(освітньо-наукового) рівня, кафедра маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Гриневич Л. В.

Доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження організаційного забезпечення омніканального маркетингу в роздрібній торгівлі. Виявлено ключові аспекти взаємодії з клієнтами на різних підприємствах. Підкреслено необхідність вдосконалення системи маркетингових комунікацій для оптимізації бізнес-процесів.

Ключові слова: омніканальний маркетинг, роздрібна торгівля, товарооборот, організаційне забезпечення.



Annotation. A study of the organizational support of omnichannel marketing in retail trade was conducted. The key aspects of interaction with clients at various enterprises have been identified. The need to improve the marketing communications system to optimize business processes is emphasized.

Keywords: omnichannel marketing, retail trade, turnover, organizational support.



Недостатня чіткість і стандартизація процесу оцінки рівня організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі ускладнює визначення ефективних стратегій взаємодії з клієнтами та оптимізацію бізнес-процесів. Отже, необхідна система вимірювання та аналізу для покращення результативності маркетингових дій.

Питання рівня організаційного забезпечення омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі розглядалося різними зарубіжними і вітчизняними вченими, наприклад, Т. Балановська [1, с. 368], Є. Крикавський [2, с. 16], Н. Чухрай, І. Млинко, Н. Струпинська [3, с. 381] та ін. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує зростаючий інтерес до проблеми оцінки рівня організаційного забезпечення омніканального маркетингу в роздрібній торгівлі. Дослідники акцентують увагу на важливості використання інтегрованих стратегій маркетингу, що поєднують фізичні та онлайн-канали збуту, а також на необхідності розвитку технологій та аналітики для ефективного взаємодії з клієнтами. Зазначається потреба в стандартизації методів оцінки результатів маркетингових заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємств у цифрову епоху.

Мета дослідження полягає в аналізі сучасних стратегій омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі, визначенні ключових факторів успіху в організаційному забезпеченні омніканального маркетингу, аналізі впливу технологічних інновацій на організаційне забезпечення омніканального маркетингу.

Велику роль зараз відіграє інтернет-маркетинг, йде багато суперечок на предмет його сутності, одні сприймають його суто як методологію маркетингової діяльності у середовищі гіпермедія, інші ж знаходять в ньому інструмент просування [4].

Звичайно ж, розвиток інтернет-мережі зумовив збільшення можливостей для взаємодії з клієнтами, з'явилися нові торгові майданчики, нові методи продажу. Велику роль в організації омніканального маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі відіграють сайти самих виробників, інтернет-магазини, в Україні це,



наприклад, Rozetka, Moyo, lamoda, LeBoutique, Modnakasta тощо, із світових найбільшої популярності набули Amazon, eBay Inc, Walmart, Target, Netflix та інші соціальні мережі, такі як «Facebook», «Instagram» тощо, не слід забувати також про роль таких торгових майданчиків, як Prozorro, Prom.ua, Crafta.ua, Bigl.ua, Zakupk, популярними інтернет-ресурсами також є дошки оголошень такого плану, як OLX, Бесплатка та інші. Такі можливості, звісно, сильно розширюють перспективи у каналах продажу у роздрібній торгівлі, надаючи змогу просувати свої товари на додаткових майданчиках, власному сайті, надавати додаткову інформацію у соціальних мережах, відповідати на питання покупців і мати з ними більш тісну комунікацію.

Великого розголосу зараз набувають цифрові технології, розвитку яких сприяє інтернет-мережа, тому з'явився так званий digital-маркетинг. Він дещо розвинутіший за інтернет-маркетинг, дозволяє контактувати з аудиторією через онлайн-канали, такі як мобільний додаток, сайт, блог, соціальна мережа, інтернет-магазин або електронна пошта, і через офлайн-канали, наприклад, рекламні дисплеї або смс. Можна навіть знайти способи інтерактивної комунікації із споживачем на місці продажу.

Було досліджено, як організують омніканальний маркетинг підприємства роздрібною торгівлі м. Харкова (табл. 1), і було встановлено, що більш за все популярними є сайти мереж, проведення акцій, SMM-маркетинг, а також Вайбер і Телеграм-боти. Більшість підприємств також люблять використовувати мережу Facebook та Instagram для комунікації зі споживачами. У всіх досліджуваних підприємствах наявний власний інтернет-магазин, крім мережі ТМ «Аляска» та «VodaUA», але тільки ТМ «Аляска» має свій мобільний додаток.

Омніканальний маркетинг активно впроваджується в життя підприємств роздрібною торгівлі, хоча й ще не всі користуються ним у повному обсязі. Дехто із представлених підприємств почав використовувати Вайбер і Телеграм-ботів для кращої комунікації зі споживачами. А такі соціальні мережі, як Tiktok та YouTube, поки що пасуть задніх за популярністю. Найбільш активно омніканальний маркетинг використовують ТМ «Аляска» та ТМ «Роганська».

Таблиця 1

Інструменти просування на підприємствах роздрібною торгівлі з доставки води м. Харкова

Мережа	Сайт	Інтернет-магазин	Мобільний додаток	Вайбер або Телеграм-бот	Акція	Соціальні мережі			
						Facebook	Instagram	Tiktok	YouTube
Аляска	+	-	+	-	+	+	+	-	+
Роганська	+	+	-	+	+	+	+	-	-
Аквамол	+	+	-	+	+	-	+	-	-
VodaUA	+	-	-	+	+	+	+	-	-
Роцинська	+	+	-	-	+	+	-	-	-

Джерело: сформовано авторами на основі [5; 6; 7; 8; 9]

Канали контактування з клієнтом можуть відрізнитися взаємодією, дизайном тощо, кожний з них запрограмований на виконання своєї конкретної функції.

Стратегія омніканальності – це створення однієї бази для обслуговування споживачів різними каналами, яка відображає цілісну концепцію та просуває товари і послуги, використовуючи єдину платформу і цілісну концепцію. Таким чином, клієнти охоче обирають саме можливість переходу від одного каналу продажу до іншого, подивитися, обрати товар, що зацікавив, здійснити покупку і оформити доставку, скориставшись якоюсь персональною знижкою тощо. А продавцю дуже зручно, маючи одну базу на всі канали продажу обробляти інформацію про клієнтів і їх поведінку, продумувати більш персоналізований підхід, відслідковувати статистику продажів тощо.

Треба погодитися із тим, що все ж таки мобільні додатки відіграють велику роль у сучасному digital-маркетингу і зараз є одним із основних каналів омніканальності. Впровадження максимальної кількості інструментів омніканальності надасть підприємству роздрібною торгівлі конкурентної переваги, споживачі будуть задоволені увагою до себе і своїх замовлень, будуть лояльні, і це також слугуватиме так званим «сарафанним радіо», комфортне здійснення покупок приведе до нових клієнтів.



Отже, для того, аби забезпечити організацію омніканального маркетингу на гідному рівні, треба застосувати інтегрований підхід. Підприємство роздрібної торгівлі повинно бути на зв'язку з клієнтом майже 24/7 (хоча б надавати можливість залишити замовлення у мобільному додатку або на сайті), не треба зупинятися на одному каналі збуту, використовуйте всі можливі, комунікуйте з клієнтом на постійній основі (соціальні мережі, телефон, Телеграм- або Вайбер-боти, інтернет-сайти, мобільні додатки тощо). Для більш персоналізованого підходу треба створювати єдину базу даних, в ній будуть залишатися останні замовлення клієнта, історія його покупок, на цій базі можна створювати персональні знижки або пропонувати повторити звичайне замовлення цього клієнта, споживач буде більш лояльний, бо відчуває увагу до себе. Слідкувати за безумовною інтеграцією комунікації із споживачами і каналів збуту, персонал на вашому підприємстві повинен проходити навчання або тренінги, щоб бути клієнтоорієнтовним, знати, як працювати у всіх каналах продажу. Стратегія маркетингу має бути єдиною, всі канали продажу у дизайні і кольорах фірми, єдиний підхід щодо ціни та асортименту, акцій тощо. Також треба вдосконалювати логістику, особливо з приводу доставок. Якщо ваша маркетингова стратегія припускає наявність карток лояльності, то вони повинні бути єдині, тобто діяти і у додатку, на сайті та офлайн-магазині. Не менш важливим етапом є етап оплати, треба потурбуватися про клієнта, щоб він здатен був здійснити оплату різними способами і також щоб у цьому підході всі канали продажу були єдині і надавали таку можливість. Одним із найскладніших складових організації омніканальності є цілеспрямованість в управлінні і накопиченні даних, а також забезпечення ефективного взаємозв'язку всіх процесів. Коли синтез усіх бізнес-процесів буде забезпечений всіма доступними ресурсами, які ефективно будуть пов'язані між собою, тільки тоді технологія буде ефективною [10].

Література: 1. Балановська Т. І. Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип. 154. Ч. 1. С. 368–373. 2. Крикавський Є. В. Ефективність і результативність в управлінні ланцюгами поставок. *Логістика проблеми і рішення*. 2017. № 1. С. 16–21. 3. Струпинська Н. В. Методичний підхід до забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 8. С. 379–387. 4. Мозгова Г. В. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429>. 5. Сайт доставки Аляска. URL: <https://mywatershop.com.ua/ru/catalog/voda-v-butlyakh/alaska/>. 6. Сайт доставки Роганська. URL: <https://voda.kh.ua>. 7. Сайт Аквамол. URL: <https://akvamall.kh.ua/dostavka-ta-oplata/>. 8. Сайт VodaUA. URL: <https://vodaua.ua>. 9. Сайт Роцинська. URL: <https://vodar.in.ua/uk>. 10. Bocklund L. The multichannel Contact Center becomes «omnichannel». URL: <http://www.strategiccontact.com/articles/2015/Contact-Center-Omnichannel-Jan2015.pdf>.

Тези надійшли до редакції 20.04.2024 р.





ТЕХНОЛОГІЇ ПОШУКУ ЗА ВІДКРИТИМИ ДЖЕРЕЛАМИ В ПІДГОТОВЦІ ЕКОНОМІСТІВ

УДК 37.011.33

Ушкальов В. В.

Кандидат економічних наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Мартіянова М. П.

Кандидат економічних наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сучасні проблеми підготовки слухачів економічних спеціальностей щодо роботи з інформацією. Визначено роль та можливості, які надає застосування технологій пошуку за відкритими джерелами в навчальному процесі для формування професійних компетентностей економістів.

Ключові слова: зміст освіти, технології роботи з інформацією, OSINT.



Annotation. The modern problems of training students of economic specialties in working with information are identified. The role and opportunities provided by the application of open source search technologies in the educational process for the formation of professional competencies of economists are defined.

Keywords: content of education, information technology, OSINT.



Провідними тенденціями, що характеризують розвиток сучасного суспільства, є глобалізація економічних процесів і цифровізація діяльності організацій. При цьому постійно зростають обсяги інформації, аналіз якої є необхідною умовою для прийняття раціональних економічних рішень. Водночас збільшується кількість не тільки релевантної інформації, а й інформаційного шуму та хибної інформації, що значно ускладнює застосування традиційних інструментів економічного аналізу і висуває нові вимоги з розвитку компетентностей економістів не тільки щодо роботи з даними, а й стосовно пошуку необхідних даних для прийняття рішень.

Сучасна концепція світосприйняття VANI, сформульована Д. Кашио, характеризує світ як brittle (крихкий), anxious (тривожний), nonlinear (нелінійний) та incomprehensible (неосяжний) [1]. І це означає, що до раніше домінуючих характеристик світу, таких як нестабільність, невизначеність, складність і неоднозначність, додалися якісно більш потужні чинники, що вимагають кардинальної зміни парадигми підготовки управлінських та економічних кадрів у нових умовах інформаційного перевантаження, інформаційного забруднення та аналітико-прогностичного колапсу.

Сучасна система економічної підготовки спрямована на формування системи компетентностей фахівця, що надавали б йому можливість правильно оцінювати ситуації та застосовувати різноманітний інструментарій для отримання економічних оцінок, прогнозів і формування на цій основі подальших планів здійснення ефективної економічної діяльності. Не ставлячи під сумнів доцільність використання такого підходу, слід зауважити, що при цьому апріорі приймається постулат про те, що існує стала інформаційна база, на основі якої завжди можна прийняти правильне рішення. Формування професійних компетентностей здобувачів освіти передбачає оволодіння ними цією базою як основою для правильного вибору. Однак випускається з виду той факт, що базова інформація не є сталою характеристикою середовища, її кількість та якість можуть значно змінюватися, а ступінь достовірності далеко не завжди є прийнятним. При цьому компетентностям щодо отримання необхідної інформації, а також формуванню навичок оцінки якості наявних даних увага приділяється недостатня, через що абсолютно коректно застосований економічний інструментарій призводить до помилкових висновків і хибних рішень.



Метою роботи є визначення ролі та можливостей, які надає застосування технологій OSINT (розвідка за відкритими джерелами або пошук даних за відкритими джерелами) в навчальному процесі для формування професійних компетентностей економістів.

Традиційний підхід до професійної підготовки фахівців у сфері економіки передбачає здійснення багатоетапного процесу постановки технічних завдань з відомими вихідними даними, розв'язання яких і призводить здобувача до прогресу в професійному вдосконаленні. Цей процес є багатоітераційним, де кожний наступний крок має фіксувати набутий позитивний досвід, а зростання складності завдань, що досягається збільшенням кількості вихідних змінних, поступово формує систему уявлень про комплекс особливостей економічного середовища, що надалі кристалізується в суб'єктивну модель майбутнього професійного світосприйняття. Однак такий підхід формує ефективну здатність приймати рішення та діяти фактично тільки в умовах повної або ймовірнісної визначеності, що вже не відповідає поточним тенденціям розвитку як професійного середовища, так і вимогам до професійного самоусвідомлення. В реальності економіст все частіше має вирішувати завдання, що базуються лише на фрагментарних відомостях чи навіть за відсутності таких. Через це зростає потреба у розвитку його здатності не тільки проводити аналіз і робити висновки за наявними даними, а й створювати інформаційну базу для такої діяльності, що історично завжди забезпечувалась методами розвідки.

Розвідка як діяльність, що спрямована на отримання інформації про супротивника чи конкурента, яка може бути використана для отримання переваг, як явище існує з давніх давен. Тривалий час використання розвідувальних технологій було прерогативою військових і держави. Проте поступово збільшення доступної інформації, науково-технічний прогрес та зростання інформаційних потреб інших учасників суспільного процесу обумовили подальшу спеціалізацію видів розвідувальної діяльності та сприяли появі тенденції до їх використання в різних галузях, і зокрема – в економічній діяльності. Зокрема, чільне місце в системі формування економічних рішень стали займати конкурентна та аналітична розвідка.

Існують дослідження, які доводять, що в сучасних умовах до 95 % розвідувальної інформації отримуються з відкритих джерел [2], що вказує на важливу роль, яку відіграють вміння та компетентності щодо роботи з відкритими джерелами.

OSINT, за визначенням Д. Стіла, одного з основоположників сучасного підходу до пошуку відкритих даних – це «несекретна інформація, яка була навмисно виявлена, дискримінована, дистильована та поширена на вибрану аудиторію, щоб відповісти на конкретне запитання» [3, с. 129]. На відміну від конкурентної розвідки, що зосереджена на зборі інформації про ділове середовище з метою підвищення конкурентоспроможності, OSINT передбачає збір інформації в значно ширшому контексті економічних завдань. Тобто в широкому розумінні – це сукупність інструментів та технологій цілеспрямованого отримання інформації із загальнодоступних джерел, що надалі може бути використана для прийняття будь-яких управлінських рішень, у тому числі й пов'язаних з економічною діяльністю.

Лутай Р. та Міхаеску А. зазначають, що технології OSINT не являють собою заміну конкурентній розвідці, а фактично є її доповненням, дозволяючи більш ефективно вирішувати саме ті завдання, які залишаються поза фокусом уваги останньої. Вони наголошують, що відкриті джерела дозволяють здійснювати моніторинг конкурентного середовища та формувати прогнози і стратегічні плани, аби постійно перебувати в авангарді [4].

Застосування концепції та технологій OSINT в економіці передбачає перш за все вирішення питань, що пов'язані з економічною безпекою, аналізом ринків та конкурентів, дослідженням споживацької поведінки. Проте ці технології можуть бути застосовані й для збору іншої інформації, яка відсутня у внутрішніх формах звітності підприємства, проте яка може впливати на вибір варіантів організаційної чи економічної поведінки економічних суб'єктів.

Незважаючи на те, що технології OSINT дають можливість широкого використання програмного забезпечення, і зокрема – BigData, основним чинником їх успішного застосування залишається формування дослідницької парадигми сприйняття реальності у людини, яка ці технології застосовує. І це означає, що в системі компетентностей майбутнього економіста технології пошуку відкритих даних мають бути системно інтегровані в світоглядницьку парадигму розуміння професійних та в більш широкому контексті – соціальних процесів.

До переваг, що надає використання OSINT, Т. Докман та Т. Іваніко відносять такі особливості цих технологій, як:

- простота;
- швидкість;
- широке охоплення;



- пошук даних з недавнього минулого;
- безпечність;
- низька вартість;
- збір інформації в реальному часі;
- наявність інформації різними мовами;
- збір інформації з одного місця;
- прості процедури розповсюдження даних;
- аутентифікація / перевірка секретної інформації;
- придатність бізнес-аналітики [5].

Незважаючи на існування застережень деякими науковцями стосовно того, що зростання кількості фейкової інформації може звести нанівець всі переваги OSINT через втрату можливості встановити достовірність інформації [6], і навіть існування заперечення самого факту існування OSINT шляхом доведення, що отримання тієї ж самої інформації може бути здійснене використанням інших традиційних методів збору інформації (Дж. Хатфілд) [7], слід визнати, що OSINT є інтегральним утворенням з ефектом синергичності, внаслідок дії якого це явище неможливо представити у вигляді простої суми інших дослідницьких технологій. Як і будь-яку новітню концепцію, OSINT часто звинувачують в еклектичності та відсутності однозначних алгоритмів пошуку. Проте не слід забувати, що еклектичність – часто лише суб'єктивна неспроможність усвідомити існування системності явища, що може бути отримана в процесі поглиблення знань і вдосконалення практики.

У практичному плані впровадження OSINT в систему економічної підготовки має означати:

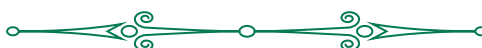
- формування компетентностей, пов'язаних з методами підбору джерел для отримання цільової інформації;
- формування умінь і навичок оцінки джерел на достовірність та надійність;
- формування комплексу умінь щодо визначення причинно-наслідкових зв'язків між доступною та цільовою інформацією;
- розвиток компетентностей щодо модифікації комунікацій з метою отримання необхідної інформації під час взаємодії з інформаційними джерелами;
- формування навичок застосування програмного забезпечення для виконання пошуку, аналізу та узагальнення інформації, отриманої із застосуванням технологій OSINT.

У подальших дослідженнях вбачається необхідною побудова моделі ключових компетентностей OSINT з урахуванням специфіки економічної діяльності та визначення можливостей інтеграції даної моделі в навчальний процес до навчальних програм дисциплін дослідницького та професійного спрямування.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Гавкалова Н. Л.

Література: 1. Cascio J. Facing the age of chaos // Medium. URL: <https://medium.com/@cascio/facingthe-age-of-chaos-b00687b1f51d>. 2. Минько О. В., Іохов О. Ю., Оленченко В. Т., Власов К. В. Використання технологій OSINT для отримання розвідувальної інформації. *Системи управління, навігації та зв'язку*. 2016. Вип. 4. С. 81–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/suntz_2016_4_22. 3. Steele R. D. Open Source Intelligence // Handbook of Intelligence Studies / J. Loch K. (ed.). New York : Routledge, 2006. P. 129–147. 4. Luțai R., Mihăescu A. Competitive intelligence and open source intelligence – useful tools for competitive business // Bulletin of "Carol I" National Defence University. 2022. Vol. 11 (4). P. 61–68. DOI: 10.53477/2284-9378-22-95. 5. Dokman T., Ivanjko T. Open Source Intelligence (OSINT): issues and trends // Conference: 7th International Conference The Future of Information Sciences INFUTURE 2019: Knowledge in the Digital Age. 2020. DOI: 10.17234/INFUTURE.2019.23. 6. Dobak I. Open Source Intelligence and the Reliability of Data // Conference: 1st Bilsel International Efes Scientific Researches and Innovation Congress 22–23 July 2023. At : Izmir/Turkey, 2023. P. 489–494. 7. Hatfield J. M. There Is No Such Thing as Open Source Intelligence. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*. 2024. No. 37 (2). P. 1–22. DOI: 10.1080/08850607.2023.2172367.

Тези надійшли до редакції 23.04.2024 р.





SOCIO-COMMUNICATION TECHNOLOGIES CONCEPT AND TYPES

UDC 316.77

Wang Honghai

Ph.D. student of Management and Business department
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. Nowadays, social communication has become a complex and controversial social phenomenon, which includes a set of goals and intentions, ideas and theories, relationships and interactions, as well as special organizations and institutions that produce and distribute information, and process and interpret it. The essence of the "socio-communication technologies" concept is connected with the essence of the "social communication" concept. Socio-communication technology is a system of manipulation actions-complexes aimed at changing the behavior of society. In that case, we recognize the fairness that such actions-complexes are different in purpose, orientation, means of realization, efficiency, efficiency, and quality.

Keywords: socio-communication technologies, social communication, direct-purpose socio-communication technology, indirect-purpose socio-communication technology.



Анотація. На сьогодні соціальна комунікація стала складним і суперечливим соціальним явищем, яке включає набір цілей і намірів, ідей і теорій, відносин і взаємодій, а також спеціальних організацій та установ, які виробляють і розповсюджують інформацію, та обробляють її. Суть концепції «соціально-комунікаційних технологій» пов'язана з сутністю концепції «соціального спілкування». Технологія Socio-Communication – це система маніпуляційних дій, що спрямовані на зміну поведінки суспільства. У цьому випадку ми визнаємо справедливість того, що такі дії-складки відрізняються за призначенням, орієнтацією, засобами реалізації, ефективністю, ефективністю та якістю.

Ключові слова: соціально-комунікаційні технології, соціальна комунікація, соціально-комунікаційна технологія прямого призначення, соціально-комунікаційна технологія непрямого призначення.



Formulation of the problem. For a long time, domestic and foreign researchers have not distinguished the terms of communication and socio-communication technologies. In the scientific works of the state of one concept, you can find different names for "social", "communication" ("communicative"), "media", "humanitarian", and "information" technologies. In foreign scientific literature, the term "communication technologies" is mostly used to designate the means of technically indirect communication [4]. Telecommunications, including mobile communication, satellite communications, and telephony, is a technology of communication, wireless technology, switching technologies, transmission technologies, microelectronics, technical computer science, and printing technology [2]. Due to parallel use, the term "information and communication technologies" has been included in the use of these tools "information" and "communication" technologies.

Analysis of the latest research and publications. Scientist [5] mentioned that socio-communication technologies are a system of complex manipulative actions aimed at changing the behavior of society".

Another opinion [4] emphasizes the problematic nature of reducing all socio-communication technologies to manipulative actions, aimed at changing the behavior of society, justifies his position by the fact that the assessment of positive or negative changes is always subjective, and depends on the worldview positions, mentality, political culture, goals of various social subjects.

According to the researcher's definition, [1], socio-communication (or simply communication) technologies are aimed primarily at organizing communication space and time, forming a constant dialogue between social institutions, at creating a communication comfort zone for each social individual, including his informational and psychological security.

Task statement. The purpose of the study is to determine the essence of the concept of socio-communication technologies and to analyze their main types.



Summary of the main research material. The "social communication" concept is defined as a system of intense interactions, which includes ways, methods, features, and principles of establishing and maintaining contacts, based on professional and technological activities, directly aimed at development, promotion, organization, improvement, and modernization, cooperation between various social institutions.

Suppose we are calling socio-communication technologies with a system of manipulation actions-complexes aimed at changing the behavior of society. In that case, we recognize the fairness that such actions-complexes are different in purpose, orientation, means of realization, efficiency, efficiency, and quality.

All socio-communication technologies should be bred by the following criteria [6]:

- 1) appointment;
- 2) orientation;
- 3) time in time;
- 4) means of implementation;
- 5) performance;
- 6) efficiency;
- 7) quality.

According to the "destination" criterion, the following socio-communication technologies are distinguished [6]:

- 1) direct purpose;
- 2) indirect purpose;
- 3) tangent purpose.

Direct-purpose socio-communication technology is a socio-communication technology aimed at performing actions that are carried out in the dad "subject-object". For example, SKT accounts for people living with HIV/AIDS. Social workers who receive direct salaries for their work are searching, accounting, and assistance to people living with the immunodeficiency virus and immunodeficiency syndrome.

Socio-communication technology of indirect purpose is carried out in the triad "Subject-interior object". The role of the mediator is played by any person who does not receive monetary payment for their work. Such people should be considered volunteers or volunteers who, without financial support, can find people living with HIV/AIDS.

Conclusion. The essence of the "socio-communication technologies" concept is connected with the essence of the "social communication" concept. It is defined as social communication technologies and their use in various spheres of activity (applied social communication technologies) as one of the objects of social communication sciences.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Близнюк Т. П.

Literature: 1. Бондаренко І. Комунікаційні технології у контексті філософії соціальної інженерії. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 194–201. 2. Корнеєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 176–181. 3. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovskaya_Applied_social.pdf. 4. Хилько М. Деякі методологічні проблеми дослідження соціальнокомунікаційних технологій в українській науковій думці. *Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації*. 2014. № 1-2. С. 70–76. 5. Холод О. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології». *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2010. № 2. С. 89–96. 6. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. Київ : Вид-во «Білий Тигр», 2018. 370 с.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





THE CURRENT SITUATION OF CALLIGRAPHY EDUCATION IN CHINESE UNIVERSITIES

UDC 338.47+656.1/5(06)

Yang Honghao

PhD student of the Department of Pedagogy, Foreign Philology
and Translation Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. Chinese calligraphy is a unique traditional art form in China. Chinese calligraphy is a visual art of lines created primarily based on Chinese characters, using traditional writing tools such as Chinese brushes, ink, inkstones, and calligraphy paper, as well as traditional writing techniques. Chinese calligraphy art has become an indispensable part of China's splendid civilization. More importantly, as a widely applicable cultural style, calligraphy art is organically integrated with other cultural forms, greatly enhancing the inclusiveness and diversity of calligraphy culture. The cultural taste of calligraphy has been elevated, to the extent that the German philosopher Hegel, who deeply understands Chinese culture, once exclaimed: China is a special East, and Chinese calligraphy most vividly embodies the spirit of Chinese culture. The major of calligraphy has been set up in Chinese universities and colleges since 1963. For over 40 years, calligraphy courses have gone through a long process of development in Chinese higher education institutions, from zero to existence, from exploration to development, and from growth to maturity. The current situation of calligraphy art in Chinese universities is worth our understanding and analysis. We can also see some problems from the current situation.

Keywords: higher education, Chinese calligraphy, situation, problem.



Анотація. Китайська каліграфія є унікальною традиційною формою мистецтва в Китаї. Китайська каліграфія – це візуальне мистецтво ліній, створених переважно на основі китайських ієрогліфів з використанням традиційних інструментів письма, таких як китайські пензлі, чорнило, чорнильне каміння та папір для каліграфії, а також традиційних технік письма. Мистецтво китайської каліграфії стало невід'ємною частиною чудової цивілізації Китаю. Що ще важливіше, мистецтво каліграфії, будучи широко застосовним культурним стилем, органічно інтегрується з іншими культурними формами, значно підвищуючи інклюзивність і різноманітність культури каліграфії. Культурний смак каліграфії піднявся настільки, що німецький філософ Гегель, який глибоко розуміє китайську культуру, одного разу вигукнув: Китай – це особливий Схід, і китайська каліграфія найбільш яскраво втілює дух китайської культури. Курси каліграфії були створені в китайських університетах і коледжах з 1963 року. За більш ніж 40 років курси каліграфії пройшли тривалий процес розвитку в китайських закладах вищої освіти: від нуля до існування, від дослідження до розвитку та зростання до зрілості. Поточна ситуація мистецтва каліграфії в китайських університетах заслуговує на аналіз. Ми також можемо бачити деякі проблеми у поточній ситуації.

Ключові слова: вища освіта, китайська каліграфія, ситуація, проблема.



Introduction. Chinese calligraphy is a unique form of artistic expression of literary beauty in China and neighboring countries and regions deeply influenced by Chinese culture. It is a traditional art unique to Chinese characters. Chinese calligraphy is a visual art of lines created primarily based on Chinese characters, using traditional writing tools such as Chinese brushes, ink, inkstones, and calligraphy paper, as well as traditional writing techniques. In terms of expression, there are three types. The first type is calligraphy on traditional Chinese paper; The second type is calligraphy on stones, and the stone used for Chinese seals is pyrophyllite. This is a relatively soft stone which is very easy to process; The third type is calligraphy on wood, which we can see in various Chinese style buildings.

Speaking of higher education in Chinese calligraphy. It began in 1963. This year, undergraduate education in calligraphy art was established at the China Academy of Arts (formerly Zhejiang Academy of Arts). The professors who led the establishment of this discipline include Lu Weizhao, Sha Menghai, Pan Tianshou, and others, all of whom are famous scholars in the field of Chinese calligraphy. Up to now, the discipline of Chinese calligraphy has developed for sixty years in Chinese universities.

Discussion. Nowadays, modern higher calligraphy education characterized by class teaching has replaced the traditional mode of calligraphy education in ancient China, which was taught by teachers and apprentices. It also marks the formal independence of higher education in Chinese calligraphy, laying a solid foundation for its later



becoming an independent discipline in terms of ideology and system. The undergraduate major of Chinese higher calligraphy has gone through a long period of development from exploration to development, from improvement to maturity, and has achieved fruitful results in calligraphy education.

1. The basic system of calligraphy education has been formed. After more than 40 years of development, higher professional education in calligraphy in China has now formed different levels in academic education, from vocational, undergraduate, master's to doctoral; The various forms of educational models in non degree education are becoming increasingly diverse.

2. The gradual improvement of the teaching process has basically ensured the needs of calligraphy teaching in terms of the formulation of the teaching syllabus, the compilation and selection of textbooks, and the allocation of teaching staff.

3. The enrollment scale is gradually expanding, and the professional characteristics have basically formed. Currently, there are as many as 150 schools in universities that enroll calligraphy majors. The number of students enrolled is increasing year by year. In the teaching process, each school has its own professional characteristics. Some calligraphy majors emphasize foundation, tradition, and practice in teaching; Some calligraphy majors place emphasis on literature, theory, and academic research in their curriculum; Some universities, based on the current characteristics of calligraphy education, not only focus on the teaching of basic and professional courses in calligraphy, but also design a teaching model that focuses on the research direction of calligraphy and supplemented by relevant art and design courses, continuously exploring the teaching characteristics of calligraphy at this stage.

4. A large number of calligraphy professionals have emerged. After more than 40 years of teaching experience, China's higher education in calligraphy has accumulated rich teaching experience and trained a large number of professional art talents engaged in calligraphy art research and creation. The cultivation and emergence of these talents in the calligraphy industry have been widely recognized by society and the calligraphy art community. These talents stand out thanks to the education and prosperity of higher calligraphy majors.

Although China's higher calligraphy education has undergone more than 60 years of development and achieved gratifying results, compared with other disciplines, it is still a young discipline and there are still some problems in its development. Based on many problems, the main problems can be summarized into the following three points:

1. The standardization of the calligraphy profession is not sufficient, and the direction of education is not clear. By comparing and analyzing the teaching plans of many universities that offer calligraphy education majors, the curriculum is diverse and diverse. Some schools place calligraphy under the category of fine arts, some under ancient Chinese literature, some under the category of Chinese philology, and some under the category of history. The direction of calligraphy is often determined based on the expertise of its own teachers and the administrative affiliation of the teachers. This exposes the shortcomings of the lack of standardization in the nature of calligraphy as a profession. When calligraphy as a whole engages in dialogue and evaluation with other professions, the lack of standardization and clear direction in this profession often weakens its competitiveness.

2. Students majoring in calligraphy lack a formal educational foundation. In primary and secondary schools, calligraphy courses are basically extracurricular interest courses. Most students who enter higher calligraphy majors are self-taught, while a few study in extracurricular training institutions. The lack of such basic education has obvious shortcomings, such as a lack of systematic and scientific emphasis on skill training over quality cultivation.

3. The investment in teaching calligraphy is insufficient. Although calligraphy cannot invest as much professional equipment as other majors, some basic facilities necessary for the characteristics of calligraphy must be in place, such as professional creative classrooms, professional multimedia equipment, projector scanners, and electronic image processing equipment.

Conclusion. Calligraphy education in Chinese universities is still constantly developing. Despite decades of development, higher education in calligraphy has become more specialized and scientific. But there are still some problems. Solving the above problems is the development direction of calligraphy higher education in Chinese universities.

Scientific supervisor – PhD philosophy, Associate Professor Pohorelova T. Yu.

Literature: 1. Zhang Lei. Research on the system of systematic construction of calligraphy education in colleges and universities-based on calligraphy knowledge[j]. *Calligraphy education*. 2020. Vol. 20. P. 52. 2. Chen Zhenzheng.



New era of calligraphy: Chen Zhenzhen academic lecture [M]. Ningbo : NingBo Publishing House, 2018. **3.** Lu Haijiao. Contemporary Higher Calligraphy Education Eight Questions [J]. *Chinese Calligraphy*. 2020. Vol. 4 (159). P. 161–162. **4.** Zeng Yi. The challenges and countermeasures faced by calligraphy education in colleges and universities [J]. *Kaifeng Culture and Art Position Journal of Industry School*. 2021. Vol. 9. P. 148–149. **5.** Zhang Ke. Analysis of the development and changes of calligraphy education in colleges and universities [J]. *Art Evaluation*. 2021. Vol. 17. P. 4–6. **6.** Chen Li. Research status and reform of the study of calligraphy education in colleges and universities [J]. *Chinese people Family Expo*. 2020. Vol. 20. P. 25–26. **7.** Pan Shanzhu. On Current Higher Calligraphy Education [J]. *Chinese Calligraphy*. 2004. Vol. 9. P. 82.

Тези надійшли до редакції 18.04.2024 р.



РЕАЛІЗАЦІЯ УГОД PROSUR ТА USMCA ЯК НАПРЯМ ПІВДЕННОАМЕРИКАНСЬКОГО РОЗВИТКУ

УДК 332.1:339

Чала Д. М.

Студентка 3 року навчання, факультет МЕП ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Воронюк Є. В.

Викладач кафедри міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено основні історичні та сучасні аспекти регіонального розвитку Південної Америки в рамках реалізації угод PROSUR та USMCA.

Ключові слова: PROSUR, UNASUR, USMCA, південноамериканський регіон, Південна Америка, регіональний розвиток.



Annotation. The article examines the main historical and modern aspects of regional development in South America in the framework of the implementation of the UNASUR and USMCA agreements.

Keywords: PROSUR, UNASUR, USMCA, South American region, South America, regional development.



Актуальність проблеми. Сучасний стан регіонального розвитку Південної Америки постає цікавим для дослідження, оскільки регіон знаходиться на «перехресті», і вектор його подальшого розвитку вплине на міжнародні економічні відносини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Регіональний розвиток Південної Америки – це предмет досліджень багатьох учених. Зокрема, деякі дослідники вважають, що розвиток UNASUR продовжиться, оскільки це обумовлено геополітичною динамікою південноамериканського регіоналізму [1]. Слід зауважити, що в цьому регіоні існує колосальна нерівність серед населення, високий рівень неформальної зайнятості, крихкість і недостатнє фінансування урбанізації, що в сукупності з іншими проблемами ускладнює економічне зростання та порушує інтеграційні процеси [2].



Метою тез є дослідження основних аспектів двох Угод у регіоні Південної Америки, реалізація яких може суттєво вплинути на подальший розвиток регіону і світової економіки.

Виклад основних результатів дослідження. Амбіційним проектом у рамках UNASUR стало прагнення розв'язати енергетичну проблему регіону через створення єдиної системи на основі прийнятої Енергетичної Хартії. В її рамках повинно було початись будівництво транснаціонального газопроводу, а у 2005 р. передбачалось створення так званого «енергетичного кільця», яке зв'язало б всю систему газопроводів в єдине ціле. Паралельно розвивався вектор фінансової інтеграції UNASUR.

З 2008 р. почала опрацьовуватися ідея введення єдиної валюти. Проривом у цьому напрямку стало створення свого банку – Південного Банку розвитку. Завдяки розширенню сфер діяльності організації UNASUR став ефективним інструментом вирішення широкого кола проблем поза економічною сферою. Так, UNASUR виступив посередником у вирішенні колумбійсько-еквадорського та колумбійсько-венесуельського конфліктів у 2009 та 2011 рр., зумівши запобігти військовому зіткненню між державами. Успіхи в діяльності структури, зростання її авторитету серед країн континенту не стали, як показали подальші події, гарантами її внутрішнього укріплення.

Всередині самої структури уже на початковій стадії її діяльності окреслилися тенденції, що свідчили про відсутність єдності серед її учасників щодо розуміння цілей, задач даної структури та пріоритетів її діяльності. Якщо лідери Бразилії та Аргентини бачили в ній інструмент для зміни світової геополітики торгівлі та культури та виступали проти розвитку інтеграційних процесів на основі ортодоксального неолібералізму, за альтернативну модель розвитку, що направлена на ліквідацію бідності й голоду, то керівництво ряду країн вважало більш перспективним розвиток латиноамериканської інтеграції на принципах моделі НАФТА. Третя група країн на чолі з Венесуелою вважала, що в основі діяльності організації повинні лежати ідеї боліваризму як найбільш адекватні до вимог населення континенту. У міру розвитку цієї організації ці розбіжності набували все гострішого характеру. Внутрішні суперечки мали непримиренний характер у зв'язку зі змінами політичних режимів у ряді країн-учасників: в рамках «правого повороту» до влади у Бразилії, Аргентині та декількох інших країнах прийшли політичні сили, що мали свої позиції з питань розвитку латиноамериканського інтеграційного процесу, які не збігалися з принципами UNASUR. Вкрай негативний вплив дали події в Венесуелі [1].

Ряд країн-членів UNASUR відкрито виступили проти Н. Мадуро на підтримку опозиції (Парагвай, Колумбія, Бразилія). Протистояння всередині організації вилилось у відкритий конфлікт під час виборів нового генерального секретаря організації у 2018 р., після чого більшість країн-учасників вийшла зі складу організації, таким чином фактично дезавувавши її. Доля UNASUR, на який у свій час покладались великі сподівання не тільки як на джерело суверенної латиноамериканської ідентичності, авторитетного американського регіонального арбітра та ефективний інструмент розв'язання соціально-економічних проблем регіону, виявилась не реалізованою. А його крах був від початку визначений експертами через його внутрішні суперечності, відсутність єдиних цінностей, а також достатньо рихлу інституційну структуру, за якої рішення, що приймалися органами організації, далеко не завжди виконувались на рівні держав.

На уламках UNASUR в березні 2019 р. Аргентина, Бразилія, Колумбія, Парагвай, Перу, Чилі, Еквадор, а також посол Гайани в Чилі підписали «декларацію Сантьяго», яка передбачала оновлення та розширення інтеграції Південної Америки в рамках нової інтеграційної структури під назвою «Форум заради прогресу та розвитку Південної Америки» або PROSUR. Проте в 2023 році Президент Бразилії хоча і робив заяви щодо повторного вступу в UNASUR / PROSUR, але так і не висказав остаточного рішення [5].

ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКА ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ (NAFTA-USMCA) – це угода, що підписана такими країнами, як США, Канада та Мексика. Населення країн НАФТА складає 493,43 млн осіб.

Учасники НАФТА визначили своєю основною метою створення не просто спільного ринку, який за своїм типом відноситься до західноєвропейських, але зони вільної торгівлі, що дозволяє всім учасникам розвивати економічні відносини з третіми країнами та регіонами.

При цьому у Канаді існує негативне ставлення щодо поглиблення інтеграційних процесів з США та НАФТА, через агресивну політику компанії із США на території Канади, що, на думку національних підприємців і деяких представників уряду, може призвести до зниження рівня контролюваності деяких секторів економіки. Це обумовлено відсутністю дієвого інституціонального забезпечення у сфері юридичного супроводу економічних процесів. Хоча цікавим є той факт, що участь в об'єднанні спровокувала розвиток канадської економіки. Зокрема, експортна діяльність країни, основна частина якої припадає на автомобільну індустрію та промислові товари, збільшилась майже в два рази за останні 10 років.



Якщо дослідити ефективність об'єднання в цифрах, то можна побачити, що США та Канада мали найбільшу частку в загальній торгівлі – 69,7 %. При цьому США імпортували в рамках об'єднання НАФТА доволі великі обсяги продукції від \$150,9 млрд у 1993 р. до \$ 677,9 млрд у 2019 р., інакше кажучи, імпорт США в рамках НАФТА збільшився на 349 %. Що цікаво, що експорт США також збільшився від \$141 у 1993 р. до \$548,8 млрд в 2019 р. (на 287 %). Неможливо не звернути увагу на торговий дефіцит США, який збільшився із \$74,3 млрд у 2016 р. до \$129,1 млрд у 2019 р. Досліджені дані свідчать про те, що торгівля послугами в рамках партнерства НАФТА також підвищила своє значення. Так, наприклад, у 2018 році Канада та Мексика проводили успішну взаємну торгівлю послугами, позитивне сальдо якої визначається в \$36,2 млрд [6].

Зміни, які відбулись із угодою НАФТА 30.09.2018 р., зокрема поява нової назви угоди – USMCA, по-різному трактуються експертами. Так, є частина експертного суспільства, на думку якої суттєвих змін сама угода не знала, відбулось лише пернайменування. Але існує і інша точка зору, відповідно до якої зміни, внесені в угоди щодо автомобільної та сільськогосподарської сфери, а також щодо системи врегулювання можливих суперечок, є суттєвими. Якщо погодитись з цією точкою зору, тоді ми не можемо говорити про те, що НАФТА досі існує а маємо розуміти USMCA як нову угоду про інтеграційне об'єднання.

Висновки. PROSUR – цей проєкт його творці розглядають як заміну UNASUR, який практично припинив своє існування у зв'язку з виходом з нього більшості учасників. Структура збирається здійснити інтеграцію в широкому комплексі напрямів – від охорони здоров'я до проблем боротьби зі злочинністю та позиціонується як замітник UNASUR, який мав стати платформою континентального сполучення та глобального піднесення Південної Америки, але виявився паралізованим через політико-ідеологічні розбіжності між його членами.

Безумовно, інтеграційне об'єднання НАФТА надало суттєвого впливу на економічний розвиток північноамериканського регіону. Також погоджуємося, що найбільшу вигоду від неї отримали США та їх партнери. Дослідження сформувало певне розуміння, що припинення участі в цьому об'єднанні суттєво вплине на економіку країн-учасниць, що підтверджує думки експертів про те, що розвиток USMCA тільки починається. Але, безумовно, подальшого дослідження потребують зміни, внесені у 2018 році. Так, досі відкритим залишається питання внесених змін, чи є USMCA новою угодою або вона є правонаступницею НАФТА, або угода НАФТА існує і зараз, а зміни відбулись лише в назві.

Література: 1. Mijares V. M. Filling the structural gap: Geopolitical links explaining the South American defense council. *Colombia Internacional*. 2020. No. 101. P. 3–28. 2. Pozzatti A., Farias L. W. From emergency to structure: ways to fight Covid-19 via international cooperation in health from Brazil. *Revista Brasileira de Política Internacional*. 2022. No. 65. e006. DOI: <https://doi.org/10.1590/0034-7329202200106>. 3. Union of South American Nations (UNASUR). Colombia Potencia De La Vida. URL: <https://www.cancilleria.gov.co/en/union-south-american-nations-unasur>. 4. UNASUR. Parlamento del MERCOSUR. URL: <https://parlamentomercosur.org/innovaportal/v/4503/1/parlasurunasur.html>. 5. Ruviano da Silva J. UNASUR: from Magical Regionalism to Pragmatic Regionalism. URL: <https://latinoamerica21.com/en/unasur-from-magical-regionalism-to-pragmatic-regionalism/>. 6. United States-Mexico-Canada Agreement. Office of the United States Trade Representative. URL: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/united-states-mexico-canada-agreement>.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





TOOLS OF MARKETING MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE'S INTELLECTUAL RESOURCES

UDC 338.439.5

Cherkaskyy O.

Postgraduate Student of the Department of Marketing,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. Identified marketing tools for the management of intellectual resources of the enterprise, aimed at meeting the needs of the management, carriers of intellectual potential and direct consumers of products. The role of intra-organizational marketing as a method, which is manifested in the ability to coordinate the needs of external and internal consumers, ensuring mutual loyalty and increasing the competitiveness of the enterprise through the formation of intellectual capital, is revealed.

Keywords: marketing management, marketing tools, intellectual resources, intra-organizational marketing.



Анотація. Визначено маркетингові інструменти управління інтелектуальними ресурсами підприємства, що спрямовані на задоволення потреб керівної ланки, носіїв інтелектуального потенціалу та безпосередніх споживачів продукції. Виявлено роль внутрішньоорганізаційного маркетингу як методу, що виявляється у здатності координувати потреби зовнішніх і внутрішніх споживачів, забезпечуючи взаємну лояльність і підвищуючи конкурентоспроможність підприємства через формування інтелектуального капіталу.

Ключові слова: маркетингове управління, маркетингові інструменти, інтелектуальний капітал, внутрішньоорганізаційний маркетинг.



Formulation of the problem. In connection with the increase in the role of the professional, scientific and cultural potential of society in the formation of the structure of the national economy, the development of intellectual processes in production and the complication of management systems of organizations, the issue of managing intellectual resources is becoming relevant.

The issue of managing intellectual resources was studied in the works of A. Bilousov [1], P. S. Berezivskyi, and V. M. Martyniuk [2], Gryzovska L. O., Romanova A. V. [3], Barabanova V. V., Bogatyreva G. A. [4], O. S. Senishyna, O. V. Kryveshko [5], A. Yakivchenko [6] and others. Despite the significant scientific interest in the chosen topic, the search for effective tools for effective management of intellectual resources of modern enterprises remains relevant.

The purpose is to offer tools for marketing management of the company's intellectual resources.

Basic material. Today, one of the ways to optimize the management of an organization's intellectual resources is the concept of a marketing approach, which contributes to the coordination and maximum satisfaction of the needs of all participants in the intellectual resources management process. The implementation of this concept in the activities of modern enterprises provides an opportunity to obtain additional competitive advantages and ensure a stable position in the market segment that they acquire [4].

The most powerful tool of marketing management of intellectual resources is intra-organizational marketing. It consists in considering personnel as an internal consumer and contributes to the creation of the most favorable conditions for revealing their intellectual potential. This approach helps to optimize the management of intellectual resources and the internal development of the organization.

Intellectual resources are a necessary prerequisite for the development of both an individual enterprise and society as a whole. They consist of individual intellectual potentials of the company's personnel, capable of causing a synergistic effect that increases the company's competitiveness on the market. These intellectual resources are a key factor in ensuring the successful development and stability of society in general. In turn, the personal intellectual potential of an individual employee represents his knowledge, skills, abilities for creativity and self-development [7].



The creation of an effective management system of intellectual resources becomes impossible without the use of management systems based on the concept of marketing. Such systems provide the most complete accounting of the needs of all market participants, including enterprise employees. This practice, in turn, contributes to the maximum disclosure of the intellectual potential of employees [4].

To implement an independent system of marketing management of intellectual resources, it is necessary to take into account a number of important prerequisites:

- the diversity of intellectual resources in all their forms and types;
- the need to develop a comprehensive strategy for managing intellectual potential;
- specifics of intellectual resources management tools and methods;
- a significant number of services and units involved in the process of creating and transforming information about intellectual resources;
- the need for coordination in the process of managing intellectual resources;
- high profitability of deals related to intellectual property objects;
- increased risk of unfair competition.

Taking these prerequisites into account will allow creating an effective system of managing intellectual resources, which will contribute to the successful functioning and development of the organization [1].

The process of marketing management of intellectual resources can be described as the integrated use of management and marketing tools, aimed at stimulating the innovative potential of the workforce and exerting a synergistic influence on the components of enterprise management in order to adapt them to changes in the external environment.

The process of forming the enterprise's intellectual capital includes the use of intra-organizational marketing tools in order to increase the productivity of the organization's intellectual resources. An important aspect in this case is the selection of tools for the formation of the environment for the disclosure of intellectual potential and tools for the formation of the potential itself (Fig. 1).

The study of the features of the participation of intellectual capital in the general turnover of the enterprise's capital is important for understanding the mechanisms of the formation and functioning of intellectual resources and the development of marketing strategies for their management. At the same time, it is important to distinguish between the dynamics of intellectual resources themselves and the dynamics of intellectual capital. In the first case, we study the processes of increasing or decreasing real knowledge and intellectual resources belonging to the organization, as well as the quality of these resources. In the second case, we focus on the movement of the value of these intellectual resources: how they are formed, grow or decrease, and how their value is transformed into products and services offered on the market. It is important to note that the first process is the basis for the second and is important in the management of the enterprise's intellectual capital.

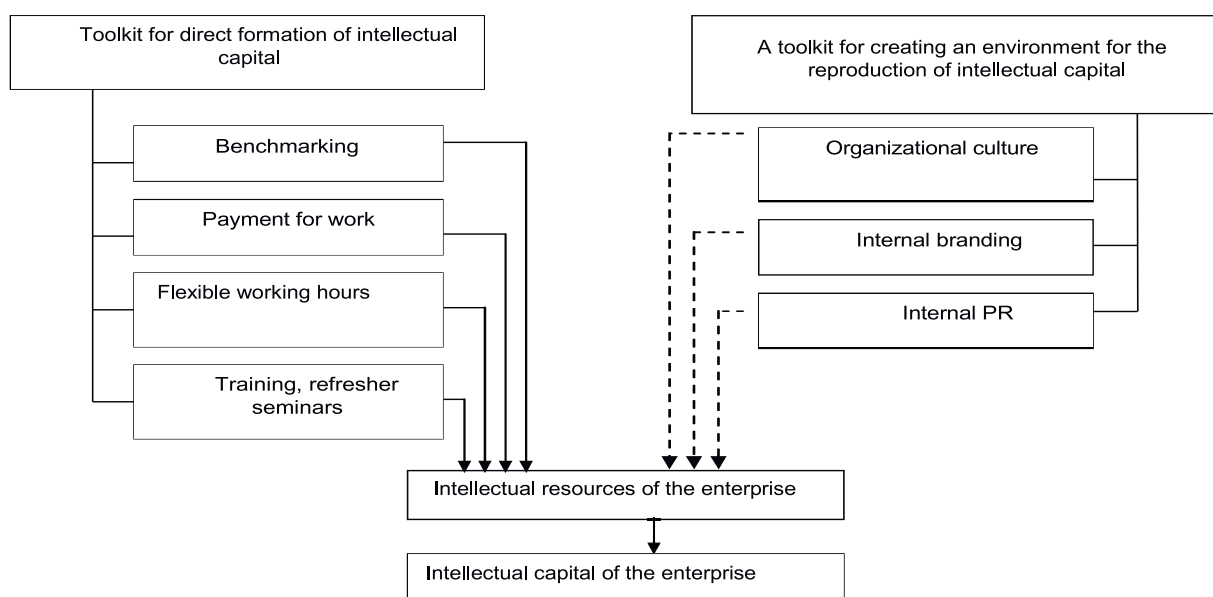


Fig. 1. Intra-organizational marketing tools for the formation of the organization's intellectual capital



It is necessary to focus attention on the growing importance of non-economic marketing tools in the management of intellectual resources, since in modern conditions it is the intangible aspects that are becoming key. In the context of the post-industrial economy, material methods of labor evaluation do not and cannot take into account such important aspects as creativity, freedom in the creative process and other factors that can be of decisive importance for the employee.

However, depending on specific conditions of production, intellectual resources may require different methods of marketing management. The key components of marketing are such aspects as wages and the process of forming corporate culture in the organization. When the organization deals with the management of unique intellectual capital, which is limited by objective factors, it leads to the specification of marketing tools for the management of intellectual resources. In this context, non-economic methods of employee motivation, such as flexible working hours, transition from rigid hierarchy in production processes and creation of comfortable working conditions, play a significant role.

Conclusions. The marketing approach to the management of the enterprise's intellectual resources is substantiated, which involves taking into account the interests of the enterprise's management, the bearer of the intellectual potential, as well as the direct consumers of the products. The main directions of the formation of the system of marketing management of intellectual resources of the enterprise based on the use of the concept of intra-organizational marketing are proposed. The role of intra-organizational marketing in the management of intellectual resources of the enterprise is revealed as a method that allows coordinating the needs of external consumers with the needs of the internal consumer, i.e. staff, providing additional competitive advantages of the enterprise due to the mutual loyalty of business entities in the process of forming intellectual capital. The dedicated marketing toolkit for managing intellectual resources of the enterprise creates conditions for the reproduction of the intellectual potential of the enterprise's employees, and also directly affects the process of its transformation into intellectual capital.

Supervisor – PhD (Economics), Associate Professor Vovk V.

Literature: 1. Білоусов А. Внутрішній аудит: перспективи розвитку і методика організації на підприємствах України. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2021. № 2. С. 54–57. 2. Березівський П. С. Підвищення конкурентоспроможності продукції. Львів, 2018. 3. Гризовська Л. О., Романова А. В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С. 301–307. 4. Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Інноваційний маркетинг. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 5. Сенишин О. С. Маркетинг [Маркетинг]. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 6. Яківченко А. Інноваційний маркетинг промислового підприємства: до-воєнний період та за умов російсько-української війни. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. Вип. 1. № 6. С. 88–93. 7. Федорович Р. В. Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України. Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2014.

Тези надійшли до редакції 21.04.2024 р.





MODERNIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF NETWORK LEARNING TECHNOLOGY

UDC 37.091.12: 004.7

Zhang Lei

PhD student of the department of Pedagogy,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Annotation. With the development and application of social information technology, the teaching reform of general education courses in colleges and universities has brought new opportunities, and the teaching methods are also constantly changing. This paper analyzes the necessity of the construction of network teaching of general education courses, the construction ideas, the existing system hardware, teaching resources and other contents, so as to realize the flow of teaching knowledge through the Internet platform. It provides reference for improving the teaching effect.

Keywords: Higher education, General studies, Network learning technology.



Анотація. З розвитком і застосуванням соціальних інформаційних технологій реформа викладання загальноосвітніх курсів у коледжах і університетах принесла нові можливості, і методи навчання також постійно змінюються. У тезах проаналізовано необхідність побудови мережевого викладання загальноосвітніх курсів, ідеї побудови, існуюче апаратне забезпечення системи, навчальні ресурси та інший вміст, щоб реалізувати потік навчальних знань через інтернет-платформу. Надано рекомендації щодо покращення ефекту навчання.

Ключові слова: вища освіта, загальні науки, технологія мережевого навчання.



Under the background of the implementation of network learning technology, dedicated to the university education process modernization publications analysis, and the teaching experience of research to solve the problem, can determine the following contradictions: on the one hand, the modern student growth and living environment has changed – "digital generation" representative, created new education opportunities. On the other hand, the education system remains insensitive to such changes, and these opportunities have not been used to achieve new educational outcomes [3].

Therefore, the problem of the study lies in the need to identify factors to eliminate the difference between potential and realized opportunities to modernize the university education process using web technology [1].

Cyberlearning provides the opportunity to achieve knowledge flow using modern technology platforms, enabling all participants to interact effectively in the educational process through synchronous and asynchronous communication. Introduce network technology to the modernization of the university education process, and you can learn wherever the teachers and students are. In particular, it helps to effectively control the educational work of each student. The scope of his possible actions increased due to network technology, as did his responsibility for the effectiveness of educational work [2].

Implementing web-learning technologies in universities requires an integrated approach that includes:

- Develop concepts and strategies for the development of university network learning;
- Provide methodological support for online learning, including online courses, and provide methodological advice for teachers and students;
- Training of staff under online learning conditions;
- Logistics support for network learning, including Internet access, computer hardware and software;
- Provide information and methodological support for students learning with the help of network technology;



- Develop a system for assessing the knowledge and skills of students learning with the help of network technology;
- Create a system for monitoring and evaluating the effectiveness of network learning [5].

In addition to the positive aspects of introducing network learning technology in universities, the authors point out possible negative changes in this field: loss of basic cognitive abilities, decline of general training, reduced demand for "intellectual" specialists, avoided fundamental redistribution of university administrative and faculty functions, high quality of teachers, reduction of personal contacts, increased conflicts, "lost" boundaries of talented young people and teachers, the reduction of higher education ranks; the loss of domestic higher education status; decreased number of students [4].

In order to overcome the contradictions and risks of network learning technology in university, we believe that it is necessary to develop the education process of material infrastructure, the implementation of digital plan, including the use of machine learning technology, artificial intelligence, testing and application of education and method materials, create a general student recognition system, gradually give up paper media and turn to network learning technology.

Scientific supervisor – Department of Pedagogy professor Poliakova A.

Literature: 1. Campos N., Nogal M., Caliz C., Juan A. A. Simulation-based education involving online and on-campus models in different European universities. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2020. Vol. 17 (8). 2. Freinet C. L'École moderne française: guide pratique pour l'organisation matérielle, technique et pédagogique de l'école populaire. Paris : Aubin, 2017. 160 p. 3. Knowles M. S. The Modern Practice of Adult Education. From Pedagogy to Andragogy. Chicago, 2020. 43 p. 4. Qiao Xiaoyan, Que Licheng. Research and Practice on the combination of network teaching and classroom teaching in universities. *Contemporary Educational Practice and Teaching Research*. 2018. Vol. 05. P. 25–26. 5. Zhao Mingxian, Cao Yuxing. On the current situation, advantages, problems and Countermeasures of network education in China. *Modernization of Education*. 2018. Vol. 5 (34). P. 89–90.

Тези надійшли до редакції 16.04.2024 р.



ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ В ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ ОСВІТНІХ ВТРАТ

УДК 005.6

Шевченко Н. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У тезах проаналізовано стан забезпечення якості освіти в умовах дистанційного навчання на прикладі закладів загальної середньої освіти Харківської області. Подано результати проведеного моніторингового дослідження; визначено, що керівники закладів під час аналізу діяльності переважно звертають увагу на умови, в яких відбувається навчання, а не на внутрішні дидактичні складові процесу. Це спричинює поглиблення таких освітніх втрат, як реалізація компетентнісного та особистісно орієнтованого навчання, використання оцінювання результатів навчання учнів



як інструменту мотивації та стимулювання освітньої діяльності здобувачів освіти та недотримання учасниками освітнього процесу принципів академічної доброчесності.

Ключові слова: якість освіти, якість освітнього процесу, компетентність, освітні втрати, заклад загальної середньої освіти.



Annotation. The article analyzes the state of ensuring the quality of education in the conditions of distance learning on the example of institutions of general secondary education in the Kharkiv region. The results of the conducted monitoring study were presented, it was determined that the heads of institutions during the analysis of activities mainly pay attention to the conditions in which training takes place, and not to the internal didactic components of the process. This causes deepening of such educational losses as the implementation of competence and principles and rules of academic integrity.

Keywords: quality of education, quality of the educational process, competence, educational losses, institution of general secondary education.



Постановка проблеми. Організація освітнього процесу в закладах загальної середньої освіти в умовах COVID-19 та правового режиму воєнного стану здійснюється переважно із використанням дистанційних технологій навчання, що спричинило низку проблем, зокрема: розбалансований психологічний стан як учнів, так і педагогів; неякісний Інтернет та постійні повітряні тривоги переривають освітній процес, відсутність достатньої кількості мобільних пристроїв, комп'ютерів, ноутбуків, особливо в багатодітних сім'ях, створює цифрову нерівність; значна частина здобувачів освіти не вміють організувати свій час для опанування матеріалів асинхронних навчальних занять; із учнями, які наразі перебувають за кордоном, педагогами із різних причин не налагоджений стабільний зв'язок. Наслідком таких умов організації освітнього процесу стали дедалі більші й глибші освітні прогалини. Натомість держава гарантує кожному здобувачеві освіти доступ до якісної освіти. У зв'язку із цим зростає роль керівника закладу із забезпечення функціонування внутрішньої системи якості освіти в умовах подолання освітніх втрат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні, теоретичні та організаційні аспекти забезпечення якості освіти досліджували ряд науковців: Г. Єльнікова, Т. Лукіна, В. Лунячек, О. Ляшенко, З. Рябова, О. Почуєва та інші. У своїх роботах учені наголошували на багатоаспектності поняття «якість освіти», досліджуючи якість знань, якість освітнього процесу, результати освітньої діяльності, проведення моніторингу якості освіти, оцінювання діяльності закладу освіти тощо. Міжнародний досвід вимірювання освітніх втрат, стратегії запобігання та мінімізація втрат, основні причини їх виникнення досліджували О. Локшина, О. Глушко, М. Головка, С. Кравченко, О. Максименко та інші. Вчені наголошують не лише на прогалинах, пов'язаних із ресурсним забезпеченням дистанційного навчання, а й на недостатній сформованості в учнів навички «уміння вчитися», невідпрацьованості належного фідбеку з педагогом, недостатній підготовленості вчителів до використання засобів та інструментів дистанційного навчання та на низькому рівню володіння ними цифровою компетентністю, а в батьків – до підтримки навчання дітей у нових освітніх реаліях [5, с. 9].

Мета тез – проаналізувати результати дослідження щодо стану забезпечення якості освітнього процесу в умовах дистанційного навчання з точки зору компенсації освітніх втрат (на прикладі закладів загальної середньої освіти Харківської області).

Виклад основного матеріалу. Дослідження якості організації освітнього процесу проведено у два етапи: у лютому – травні 2023 року та березні 2024 року та здійснювалося шляхом використання емпіричних методів: анкетування та спостереження. Для отримання надійних результатів було обрано 10 громад області, де, за підсумками минулорічного дослідження, були виявлені заклади загальної середньої освіти (далі – ЗЗСО) із найбільшою кількістю зауважень (порушень вимог законодавства) щодо організації освітнього процесу.

Отже, в опитуванні взяли участь керівники (103), педагогічні працівники (2009), здобувачі освіти (3314) та батьки учнів (8315) усіх закладів загальної середньої освіти визначених громад. Спостереження за педагогічною діяльністю здійснено в десяти закладах загальної середньої освіти.

Аналіз отриманих результатів опитування керівників ЗЗСО свідчить про те, що в більшості закладів використовується одна електронна платформа для розміщення асинхронних занять, для проведення онлайн уроків – застосунок Zoom або сервіс Google Meet; додатково застосовуються різноманітні месенджери для оперативного зв'язку із учасниками освітнього процесу.



Оскільки функціонування внутрішньої системи забезпечення якості освіти в умовах дистанційного навчання має свої особливості, 96 % опитаних керівників ЗЗСО зазначили, що включили до внутрішньої системи механізм моніторингу та контролю якості дистанційного навчання. Такий механізм покликаний забезпечити комплексний аналіз освітньої діяльності: умов, у яких вона відбувається, педагогічної та учнівської діяльності, результатів навчання, в тому числі й визначення чинників, що впливають на них. Для цього, крім критеріїв, необхідно включати до механізмів контролю та моніторингу вимірювані показники. Проте проведене дослідження показало, що лише третина керівників закладів освіти при формуванні програм моніторингу чи контролю визначили показники, інші – обмежилися виключно критеріями. За такого підходу функціональність внутрішньої системи забезпечення якості освіти ЗЗСО викликає сумнів. Крім того, переважно керівники зосереджують свою увагу на аналізі умов, у яких відбувається освітній процес, при чому зовнішніх, тобто таких, на які вони не можуть мати вплив. Аналіз освітньої діяльності як дидактичної системи майже не здійснюється.

Під час нашого дослідження, з метою визначення тенденції щодо досягнень закладів освіти у забезпеченні якості освіти в умовах дистанційного навчання, керівникам було запропоновано відповідне запитання анкети. Аналіз результатів анкетування керівників ЗЗСО дозволяє визначити такі тенденції досягнень: налагодження тісного тристороннього взаємозв'язку вчителів – учнів – батьків – 22 %; використання вчителями різноманітних цифрових інструментів – 16,5 %; систематичність проведення уроків – 14,6 %; охоплення максимальної кількості учнів дистанційним навчанням – 12,6 %; наступність і взаємозв'язок між синхронним та асинхронним режимом навчанням – 14,6 %.

Для забезпечення ефективного дистанційного навчання важливий своєчасний та якісний зворотний зв'язок. Батьки здобувачів освіти таким чином охарактеризували комунікацію із керівництвом закладів: керівник закладу ініціативно дізнається про ті питання, що нас турбують; я завжди можу звернутися за підтримкою та завжди отримую зворотний зв'язок – 24,2 % респондентів; керівництво школи не цікавиться нашими проблемами; контактних даних (номерів телефону) керівництва закладу в мене немає – 2,9 %; маю постійний контакт, завжди можу звернутися за допомогою чи консультацією – 62,3 %; спілкування з керівництвом закладу має ситуативний характер, тобто або лише на початку року чи семестру, або під час батьківських зборів – 10,6 %.

Отже, відповіді більшості батьків свідчать про те, що вони спілкуються із керівниками шкіл із власної ініціативи. Натомість класні керівники самі виявляють ініціативу до комунікації з батьками, цікавляться умовами, в яких відбувається навчання; надають психологічну підтримку; з'ясовують, чи потрібна додаткова консультація з якогось предмета, про це зазначили більшість батьків – 74,8 %.

Під час спостереження за проведенням навчальних занять підтверджено тенденцію: чим вищий рівень цифрової грамотності вчителя, тим активніші учні на уроці, тим ефективніше досягаються цілі навчального заняття. Результати спостереження показали, що третина вчителів використали додатки-генератори практичних завдань (переважають застосунки Wordwall та Learning Apps; незначна частина – Canva та WordArt); лише 11 % педагогів застосовують для спільної роботи онлайн-дошки: Padlet (найбільше), рідше – Whiteboard Fox та Groupboard чи WBO; для інтерактивної взаємодії незначна частина вчителів використовують застосунок Kahoot.

Отже, залишається проблемою використання вчителями цифрових інструментів для урізноманітнення форм і прийомів навчальної діяльності учнів під час онлайн-занять, адже лише 40 % педагогів постійно застосовують цифрові інструменти.

Залишається проблемою використання вчителями матеріалів власного сайту. Загалом дослідження показало, що вчителі частіше користуються вже готовими навчальними матеріалами, а власні створюють рідко.

Порівняно з минулим навчальним роком зросла кількість уроків, на яких педагоги пропонують учням завдання пізнавально-практичного характеру: з 17 % до 40 %, водночас так само більше половини використовують репродуктивні завдання, пізнавально-пошукові – менше 6 %; найменше уваги приділяється творчим – лише 3,8 % педагогів використали їх під час онлайн-занять. Саме тому на уроках переважає фронтальна робота, а не групова.

Формування в учнів ключових компетентностей – одне із пріоритетних завдань вчительської діяльності. Під час проведеного вивчення встановлено, що формуванню ключових компетентностей, суголосних навчальному предмету, приділяють увагу 16,2 % педагогів, предметних та ключових – 50,5 %, а лише предметних – 33,3 %.

Результати опитування більшості (85,7 %) здобувачів освіти показали, що вчителі озвучують критерії оцінювання результатів навчання. Проте слід зауважити, що, напевно, це стосується онлайн-занять, оскільки ви-



вчення асинхронних навчальних занять засвідчило, що менше 10 % учителів розміщують критерії оцінювання. Також важливо, що розуміють критерії оцінювання 79 % учнів, тобто для п'ятої частини здобувачів освіти оцінювання не видається справедливим.

Результати анкетування учнів показали, що більше половини (54,8 %) опитаних дітей відчувають перевантаження при виконанні самостійних, у тому числі домашніх, завдань. Про відсутність перевантаження вказали лише 9 % здобувачів освіти.

Під час спостереження за проведенням навчальних занять майже в усіх закладах освіти встановлені порушення академічної доброчесності, а формування педагогами у здобувачів освіти культури доброчесності залишається нагальною проблемою. Це підтверджується, зокрема, й результатами опитування учнів, 52,8 % з яких вважають, що списувати – це нормально.

Як показало спостереження за проведенням навчальних занять, формування культури академічної доброчесності в учнів залишається проблемою, хоча так вважають лише близько 5 % педагогів. Під час анкетування вчителі зазначили, що вони формують в учнів культуру академічної доброчесності таким чином: акцентую увагу на цінності самостійного виконання завдань – 35 %; вказую джерело інформації, авторство – 10,3 %; добираю завдання / вправи, що унеможливають списування – 18,2 %; дотримуюся принципів і визначених законодавством правил академічної доброчесності – 36,3 %.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Керівники закладів загальної середньої освіти з метою забезпечення якості освітнього процесу переважно зосереджуються на умовах і ресурсах, а не аналізі внутрішніх процесних показників, що спричиняє, крім поглиблення процесу освітніх втрат, ще й відсутність належних компенсаторних заходів.

2. Невирішеними проблемами залишаються такі: формування в учнів ключових компетентностей, організація інтерактивної взаємодії під час онлайн-занять, незначний відсоток використання цифрових інструментів для урізноманітнення освітньої діяльності на онлайн-уроках, тобто застосування учителями знань, отриманих під час підвищення кваліфікації.

3. Недотримання учасниками освітнього принципів академічної доброчесності є однією із ключових тенденцій дистанційного навчання.

Перспективи подальших досліджень. До перспективних напрямів досліджень цієї проблематики ми відносимо розгляд компетентності керівника закладу загальної середньої освіти із створення та забезпечення функціонування механізмів внутрішнього моніторингу та контролю якості дистанційного навчання для формування адаптивних підходів до управління закладом освіти.

Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Почуєва О. О.

Література: 1. Адаптивне управління: перетворення в навчальних закладах різних рівнів організації та ефективність його практичної реалізації : монографія / за заг. та наук. ред. Г. В. Єльнікова. Харків : Мачулін, 2021. 398 с. 2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>. 3. Кухаренко В. М., Бондаренко В. В. Екстрене дистанційне навчання в Україні : монографія / за ред. В. М. Кухаренка, В. В. Бондаренка. Харків : ВидУКП «Міська друкарня», 2020. 409 с. 4. Лунячек В. Е. Педагогічний менеджмент : навч. посіб. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 254 с. 5. Топузов О., Головка М., Локшина О. Освітні втрати в період воєнного стану: проблеми діагностики та компенсації. *Український педагогічний журнал*. 2023. № 1. С. 5–13. DOI: 10.32405/2411-1317-2023-1-5-13.

Тези надійшли до редакції 27.05.2024 р.





ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРНИМ ЗРОСТАННЯМ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

УДК 377/378:331

Шевченко С. О.

Здобувач ступеня доктора філософії ОНП «Менеджмент»,
кафедра менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У тезах досліджено вплив цифрової трансформації на управління кар'єрним зростанням, висвітлено нові виклики та можливості, що виникають у цій сфері. Розглянуто стратегії адаптації до швидкоплинних змін на ринку праці та розвитку навичок, необхідних для успішного просування кар'єрними сходинками в епоху цифрових трансформацій.

Ключові слова: кар'єра, кар'єрне зростання, цифрові трансформації, диджиталізація, виклики, ризики, можливості.



Annotation. The article explores the impact of digital transformation on career management, highlighting new challenges and opportunities in this area. The article considers strategies for adapting to rapidly changing labour market conditions and developing the skills necessary for successful career progression in the digital transformation era.

Keywords: career, career growth, digital transformation, digitalisation, challenges, risks, opportunities.



Постановка проблеми у загальному вигляді. Цифрова трансформація, спричинена швидким розвитком інформаційних технологій, кардинально змінює світ праці та висуває нові виклики для управління кар'єрним зростанням. Стрімкі технологічні зміни роблять багато професій застарілими, тоді як нові професії набувають актуальності. Цей процес вимагає від працівників постійного навчання та адаптації, щоб залишатися затребуваними на ринку праці та забезпечити успішне просування кар'єрними сходинками. Водночас на науковому рівні дослідження цієї проблеми є важливим для розуміння впливу активного розвитку цифровізації на сферу управління людськими ресурсами та розробки ефективних стратегій кар'єрного розвитку в нових реаліях. З практичної точки зору ця тема має критичне значення для організацій, які прагнуть залучати й утримувати талановитих працівників, а також для окремих фахівців, які хочуть досягти успіху у своїй кар'єрі в епоху цифрових трансформацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стрімкий розвиток цифрових технологій та їхній вплив на світ праці роблять управління кар'єрним зростанням однією з найактуальніших тем досліджень як для вітчизняних, так і для зарубіжних науковців. Теоретичні основи цієї тематики висвітлюються у працях [1–3], де аналізуються виклики, тенденції та ключові аспекти управління кар'єрним розвитком в умовах цифровізації. Ці дослідження також розкривають стратегічні підходи до адаптації організацій та окремих фахівців до нових реалій ринку праці, що свідчить про вагоме значення та нагальну актуальність вивчення проблематики управління кар'єрним зростанням в епоху цифрових трансформацій, оскільки ефективне реагування на зміни та розробка дієвих стратегій мають вирішальний вплив на конкурентоспроможність організацій та успішність кар'єри працівників у мінливому цифровому світі. Проте, незважаючи на ґрунтовну теоретико-методологічну базу, залишаються відкритими питання практичного впровадження системи управління кар'єрним зростанням в організаціях з урахуванням специфіки цифрової трансформації та особливостей галузей їхньої діяльності.

Метою дослідження є визначення основних викликів і можливостей управління кар'єрним зростанням в епоху цифрових трансформацій, а також розробка практичних рекомендацій щодо впровадження ефективної системи управління кар'єрою в організаціях з урахуванням впливу цифровізації.

Виклад основного матеріалу. Цифрова трансформація радикально змінює ландшафт ринку праці, висуваючи нові виклики для управління кар'єрним зростанням. Ключовими тенденціями є автоматизація та роботизація, що призводять до скорочення традиційних робочих місць, а також прискорення темпів техноло-



гічних змін, що вимагає постійної адаптації та оновлення навичок працівників. Ці процеси супроводжуються поширенням гнучких форм зайнятості, таких як віддалена робота, фріланс, які трансформують саме поняття кар'єри, роблячи її менш лінійною та більш гнучкою [1, с. 323]. Працівникам доводиться поєднувати кілька видів діяльності, постійно навчатися та розвивати нові навички, щоб залишатися конкурентоспроможними.

В епоху цифрових трансформацій безперервне навчання та перекваліфікація відіграють ключову роль в управлінні кар'єрним зростанням. Швидкість технологічних змін вимагає від працівників регулярного оновлення знань і набуття нових навичок [2]. У цифровому середовищі зростає попит на навички роботи з даними, цифрову грамотність, критичне мислення, креативність, гнучкість і здатність до навчання протягом усього життя. Організаціям та окремим фахівцям необхідно адаптуватися до цих нових вимог, інвестуючи в розвиток відповідних компетенцій за допомогою використання цифрових платформ та інструментів, які дозволяють забезпечити доступ до персоналізованого та гнучкого навчання [2].

Ще одним викликом є забезпечення балансу між персоналізованим підходом до кар'єрного розвитку та ефективністю масштабованих рішень. Використання аналітики даних і штучного інтелекту може допомогти індивідуалізувати плани розвитку, проте також існує ризик надмірної стандартизації та упущення людського фактору. Організаціям необхідно знайти збалансоване поєднання технологій та людської взаємодії для створення ефективних і персоналізованих шляхів кар'єрного зростання.

Проте не менш важливим фактором є те, що цифрові трансформації можуть призвести до зростання невизначеності та стресу серед працівників, що може негативно вплинути на їх добробут та продуктивність. Для подолання цього виклику організаціям необхідно створювати атмосферу довіри, підтримки та психологічної безпеки, забезпечуючи працівників ресурсами та можливостями для адаптації до змін та управління своїм кар'єрним зростанням [3].

У дослідженні автором було виявлено, що епоха цифрових трансформацій має не тільки певні виклики для управління кар'єрним зростанням працівників, але й відкриває низку можливостей для вдосконалення процесів управління кар'єрним зростанням.

По-перше, впровадження цифрових інструментів, таких як онлайн-курси, віртуальні тренінги та симуляції, забезпечують гнучкість і доступність розвитку навичок [3].

По-друге, аналітика даних дозволяє виявляти брак в компетенціях та персоналізувати плани кар'єрного розвитку працівників. Крім того, внутрішні онлайн-платформи для обміну знаннями сприяють співпраці, наставництву та обміну досвідом між колегами.

По-третє, гнучкі моделі роботи та кар'єрні траєкторії, які стають можливими завдяки цифровим технологіям, дозволяють працівникам комбінувати різні ролі та проєкти, підвищуючи їхню залученість і мотивацію [3].

Нарешті, залучення персоналу до проєктів цифрової трансформації відкриває шлях до здобуття нових навичок і цінного досвіду, посилюючи їхню роль у житті організації.

Висновки. Отже, в дослідженні доведено, що епоха цифрових трансформацій, спричинена стрімким розвитком інформаційних технологій, радикально змінює світ праці та висуває нові виклики та можливості управління кар'єрним зростанням працівників. З одного боку, автоматизація, роботизація та прискорення технологічних змін призводять до скорочення традиційних робочих місць і вимагають від фахівців постійного навчання, адаптації та розвитку нових навичок, таких як цифрова грамотність, аналітичні здібності, критичне мислення та гнучкість, що створює ризики зниження кваліфікації та втрати актуальності на ринку праці. Водночас, з іншого ракурсу, цифрові трансформації відкривають низку можливостей для покращення процесів управління кар'єрним розвитком.

Крім того, для успішної адаптації до нових реалій цифрової економіки організаціям необхідно розробляти комплексні стратегії управління кар'єрним зростанням працівників, інвестуючи в розвиток цифрових компетенцій, створюючи культуру безперервного навчання, впроваджуючи інноваційні технології та залучаючи персонал до процесів цифрової трансформації. Лише за умови системного підходу організації зможуть забезпечити конкурентоспроможність та успішне кар'єрне просування своїх працівників в епоху цифрових інновацій.

Перспективи подальших досліджень у напрямку управління кар'єрним зростанням в епоху цифрових трансформацій є досить широкими та багатограними. Необхідно провести ґрунтовні галузеві дослідження для ідентифікації специфічних викликів і можливостей у різних секторах економіки, а також здійснити міжнародний порівняльний аналіз для виявлення відмінностей у підходах до управління кар'єрою в різних країнах і регіо-



нах світу з урахуванням культурних, економічних і технологічних особливостей. Важливим аспектом є вивчення ролі штучного інтелекту в персоналізації, автоматизації та підтримці прийняття рішень щодо кар'єрного розвитку працівників. Крім того, необхідно продовжувати моніторинг довгострокових наслідків цифровізації для ринку праці та кар'єрних траєкторій фахівців, щоб розробляти нові ефективні моделі, стратегії та інструменти управління кар'єрами в умовах цифрових трансформацій. Нарешті, важливим напрямком є дослідження психологічних аспектів, таких як мотивація, стрес, адаптивність працівників до змін, що допоможе краще зрозуміти складні взаємозв'язки між цифровими технологіями та управлінням кар'єрним зростанням.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Литовченко І. В.

Література: 1. Чепелюк М. І. Інструментарій стратегічного управління в контексті сучасних концепцій та трендів світового економічного розвитку : монографія. Харків : ФОРМ ЛІБРУКІНА Л. М., 2021. 396 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/jspsui/bitstream/>. 2. Mazhnyk L. O., Lytovchenko I. V., Shevchenko S. O. Development of Staff of Innovative Enterprises in the Context of Digitalization. *The Problems of Economy*. 2023. Vol. 4. P. 136–142. DOI: 10.32983/2222-0712-2023-4-136-142. 3. Брюховецький Я. С. Мотивація розвитку цифрових навичок та компетенцій працівників підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. 2021. № 2 (64). P. 216–222. DOI: 10.12958/1817-3772-2021-2(64)-216-222.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.



ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОБРОБУТУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

УДК 377/378:331

Шумейко С. О.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра державного управління, публічного адміністрування
та економічної політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі проаналізовано застосування технології електронного врядування щодо забезпечення добробуту територіальних громад. Визначено основний інструмент електронного врядування та його основні переваги.

Ключові слова: територіальна громада, децентралізація, добробут, електронне врядування.



Annotation. The paper analyzes the use of electronic governance technology to ensure the well-being of territorial communities. The main tool of electronic governance and its main advantages are defined.

Keywords: territorial community, decentralization, well-being, electronic governance.





У сучасних умовах забезпечення добробуту територіальних громад є основним критерієм успішності адміністративно-фінансової децентралізації та політики регіонального розвитку. При цьому найважливішу роль відіграє використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в усіх сферах життєдіяльності населення, в тому числі у сфері забезпечення добробуту територіальних громад. Тому впровадження е-урядування є одним із найдієвіших методів покращення якості управління як на загальнодержавному рівні, так і на рівні територіальних громад.

Проблемам забезпечення добробуту територіальних громад приділена значна увага вітчизняних і зарубіжних учених: П. Арака, О. Гладуна, О. Грішнєвої, С. Лі, Л. Лісогор, Е. Лібанової, О. Макарової, О. Новікової, У. Садової, Дж. Стігліца, Л. Семів, Р. Філіпс та ін. Але недостатньо досліджені питання застосування технології електронного врядування щодо забезпечення добробуту територіальних громад.

Метою роботи є аналіз теоретичних засад і практики застосування технології електронного врядування щодо забезпечення добробуту територіальних громад.

Територіальна громада – це сукупність людей, мешканців населених пунктів (сіл, селищ і міст), яка об'єднана спільними інтересами свого життєзабезпечення, самостійного, в межах законів, рішення питань місцевого значення як самими, так і за допомогою органів місцевого самоврядування [1].

Добробут, на думку І. І. Самойлової [1], розглядається як система задоволення потреб життєдіяльності територіальної громади і окремих її членів, що сформовані сукупністю доступних благ у результаті розподілу, виробництва, споживання та обміну. При цьому під територіальною громадою розуміється декілька осіб, що взаємодіють в безпосередній близькості, яка включає розподіл інформації, ресурсів і допомоги, а також створення взаємозв'язків між споживачами та місцевими організаціями.

Людський добробут, як зауважує І. В. Кохан в [2], залежить від того, які ресурси допомагають населенню виробляти, а змога перетворювати ресурси в добре життя залежить від людини. Це, як стверджується І. В. Кохан, є підставою вважати, що основна роль належить системі показників, які виходять за рамки вимірювань доходів, багатства та споживання, і включає не грошові аспекти добробуту життя. Різновиди цих показників, які є важливими при аналізі соціально-економічного розвитку, а також і відсутність очевидної метрики для порівняння даних у різноманітних вимірах, являють собою як основну перевагу, так і основну межу цих показників.

На сьогодні в умовах цифровізації економіки та публічного управління з метою підвищення їх ефективності та якості надання публічних послуг важливим стає необхідність приділити більше уваги на застосування технологій електронного врядування, в тому числі для кращого забезпечення добробуту територіальних громад.

Електронне врядування – метод організації державної влади за допомогою взаємопов'язаних систем локальних інформаційних мереж і сегментів глобальної інформаційної мережі, яка забезпечує функціонування органів влади в режимі реального часу та робить максимально легким і простим щоденне спілкування з ними простих людей, юридичних осіб, неурядових організацій [3].

Основною складовою електронного врядування є електронний уряд – єдина системна інфраструктура міжвідомчої автоматизованої інформаційної взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування з населенням та суб'єктами господарювання. Він не є доповненням або аналогом традиційного уряду, а тільки задає новий метод взаємодії на основі активного використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою підвищення ефективності надання державних послуг.

На сьогодні у світі існують дві ключові моделі електронного врядування (е-урядування) – e-Government 1.0 та e-Government 2.0.

Модель електронного врядування e-Government 1.0 як основна модель розвитку електронного врядування у світі заснована на наданні доступу до отримання електронних послуг населенню за допомогою вебресурсів органів державної влади та місцевого самоврядування шляхом створення з боку останніх методів і шляхів надання цих послуг на власних або об'єднаних вебресурсах державних / муніципальних органів [3].

E-Government 2.0 (E-Gov 2.0) відноситься до застосування технологій електронного врядування для реалізації державної політики, яка спрямована на використання загальних технологій для створення електронної платформи з відкритим вихідним кодом, у якій уряд, громадяни та інноваційні компанії зможуть поліпшити прозорість та ефективність за принципом «віддати уряд у руки населенню» на основі принципів Web 2.0 [3].

Досвід провідних країн вказує, що електронна взаємодія населення з органами влади може коштувати вдвічі дешевше, ніж те, що здійснюється з допомогою матеріального офісу, частина грошей з яких накладається на населення, негативно впливаючи на добробут територіальних громад через витрачання зайвих коштів [3].



Слід погодитися з думкою П. С. Клімушина [3], згідно з якою застосування інформаційних технологій в нашому повсякденному житті допомагає зробити послуги для населення простішими та доступнішими, що позитивно впливає на добробут територіальних громад. Завдяки цифровізації адміністративні послуги може отримати все більша кількість людей. Відповідно до новітніх світових тенденцій та національних програм державні інституції все частіше користуються електронними інструментами та налаштовують надання послуг дистанційно.

На сьогодні в Україні основним методом одержання електронних адміністративних послуг виступає Єдиний державний вебпортал електронних послуг «Портал Дія» (далі – портал Дія), а також інтегровані з ним інформаційні системи публічних органів влади та органів місцевого самоврядування [4].

Наприклад, сучасні технології електронного врядування, що використовуються порталом Дія, сприяють поліпшенню добробуту населення на національному рівні, в тому числі за допомогою можливості подати заяву про отримання фінансової допомоги від держави, серед яких такі як:

- допомога на дитину одинокій матері або батьку;
- допомога при усиновленні дитини;
- допомога людині, яка доглядає за хворою дитиною;
- допомога людині з інвалідністю з дитинства та дітям з інвалідністю;
- одноразова допомога для всіх найманих працівників з областей, де ведуться бойові дії;
- щомісячна допомога для внутрішньо переміщених осіб (ВПО).

Отже, ключова мета реалізації технології електронного врядування, як зауважується в [5] В. В. Онищенко, це – спрощення системи отримання адміністративних послуг, яке надасть можливість допомоги поліпшити рівень добробуту населення територіальних громад.

Проте, проаналізувавши можливість покращення добробуту населення на загальнодержавному рівні, можна дійти висновку, що на рівні територіальних громад поки не розвинена система електронного врядування. Тому можна запропонувати створення відповідного застосунку з урахуванням приналежності до територіальної громади або ж з адаптацією вже наявного інструменту Дія. Це буде актуально для сьогодення, оскільки люди з різних областей України мають різний стан добробуту.

Отже, е-урядування є краще, ніж вебсайт уряду в Інтернеті або ж зміна уряду у більш доступний, ефективний і дієвий населенню орган, це – реалізація, підтримка та спрощення процесів інформаційних зв'язків на державному та місцевому рівнях, між органами влади та населенням, органами публічної влади та підприємцями, всередині самих органів влади між державними службовцями, що позитивно впливає на добробут територіальних громад. В подальшому дослідження мають бути направлені на розвиток електронного врядування для покращення добробуту населення з урахуванням їх приналежності до територіальних громад, що особливо актуально в умовах децентралізації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бріль М. С.

Література: 1. Самойлова І. І. Проблеми бюджетної децентралізації та ефективність реалізації реформи бюджетної системи в Україні // Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. заоч. конф. (24 листоп. 2017 р., м. Запоріжжя). Запоріжжя, 2017. С. 339–341. 2. Кохан І. В. Бюджетний механізм як суспільно-економічна категорія. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2011. Вип. 7 (2). С. 402–406. 3. Клімушин П. С. Стратегії та механізми електронного врядування в інформаційному суспільстві : монографія. Харків : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2016. 524 с. 4. Ткачова Н. М., Іваницька О. М., Казанська О. О. Цифрова трансформація сфери адміністративних послуг. *Публічне управління та інновації*. Львів : Растр-7, 2021. С. 57–59. 5. Онищенко В. В. Особливості бюджетної децентралізації в Україні: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 12 (2). С. 45–50.

Тези надійшли до редакції 22.04.2024 р.





ОСНОВНІ ФОРМИ ТА НАПРЯМИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ОРГАНІЗАЦІЯМИ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 342.5:061

Єрьомка Д. В.

Здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
кафедра державного управління, публічного адміністрування
та економічної політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Кожуріна А. Д.

Здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня 4-го курсу,
факультет економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано форми та напрями взаємодії органів державного управління з організаціями громадянського суспільства. Розглянуто рівень розвитку громадянського суспільства в Україні. Запропоновано заходи, необхідні для підвищення ефективності взаємодії між державою та інститутами громадянського суспільства.

Ключові слова: органи державної влади, організації громадянського суспільства, громадські організації, громадянське суспільство, інститути громадянського суспільства.

Annotation. Forms and directions of interaction between state administration bodies and civil society organizations are analyzed. The level of civil society development in Ukraine is considered. Measures necessary to increase the efficiency of interaction between the state and civil society institutions are proposed.

Keywords: state authorities, civil society organizations, public organizations, civil society, civil society institutions.

Організації громадянського суспільства (ОГС) є гарантами якісної державної політики, спрямованої на задоволення потреб суспільства, управління та звітування перед суспільством, і реалізацію стратегічних національних інтересів.

Взаємодія органів державної влади з інститутами громадянського суспільства є значущою умовою для ефективного та своєчасного виконання функцій державної влади.

Огляд наукової літератури свідчить, що проблема взаємодії держави та інститутів громадянського суспільства є предметом дослідження значної кількості українських науковців. Однак, незважаючи на теоретичні напрацювання науковців, проблема взаємодії держави й інститутів громадянського суспільства потребує подальшого аналізу та поглибленого дослідження.

Проблеми формування громадянського суспільства та взаємодії інститутів громадянського суспільства з державою досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці: М. Бойчук, В. Голуб, В. Грабовський, О. Зарічний, В. Ладиченко, Н. Липовська, А. Матійчук, Н. Мельник, М. Месюк, О. Толкачов, Г. Шаульська та ін.

Метою роботи є дослідження категорійно-понятійного апарату щодо форм і напрямів взаємодії держави та громадянського суспільства, виявлення основних проблем розвитку громадянського суспільства в Україні.

Тісна співпраця між державою та інститутами громадянського суспільства має вирішальне значення для подальшого розвитку України як демократичної, соціальної та правової держави. Європейський та світовий досвід свідчить, що без активної участі суспільства неможливо досягти соціального прогресу, демократичного розвитку та економічного зростання будь-якої країни. Розвинуте громадянське суспільство є невід'ємним елементом усіх демократичних правових держав.



Сьогодні під громадянським суспільством розуміють суспільство, що складається з рівноправних громадян з високими економічними, соціальними, політичними культурними та моральними якостями, які разом з державою утворюють розвинені правові відносини [1].

Механізми взаємодії органів виконавчої влади з організаціями громадянського суспільства містяться у двох основних секторах: консультації з громадськістю та діяльність громадських рад при органах виконавчої влади [2]. Слід зазначити, що у відповідній літературі виділяється багато інших форм взаємодії органів державного управління з організаціями громадянського суспільства, зокрема органи громадського контролю за діяльністю адміністративних органів [3, с. 54].

Чітко визначена законом форма взаємодії між державними органами та інститутами громадянського суспільства є важливою умовою їх прозорості та ефективної роботи. Як свідчить досвід провідних демократичних країн, рівень взаємодії органів державної влади з громадським сектором особисто впливає на якість і своєчасність виконання функцій місцевого самоврядування [4, с. 145].

Ми погоджуємося з О. Морозом, що протягом останнього десятиліття роль організацій громадянського суспільства в Україні поступово зростає. Організації громадянського суспільства беруть значну участь у виробленні, моніторингу та формуванні громадської думки щодо механізмів і напрямів реалізації державної політики в різних сферах – культурній, соціальній, молодіжній, екологічній, економічній, духовній, освітній, медичній, дозвілєвій. Таким чином, як свідчить практичний досвід, ці соціальні інститути є ефективним джерелом інтеграції зусиль членів суспільства (людини і громадянина) та органів державної влади (державного управління) [5, с. 22].

Взаємодіючи з органами державної та автономної влади, громадські організації впливають на їхню легітимність: ОГС здійснюють безпосередній контроль за проведенням загальнодержавних і місцевих виборів. Відповідно до думки І. Попова, причиною активності організацій громадянського суспільства у виборчому процесі є насамперед висока спроможність неурядових організацій до впливу на суспільні процеси [6, с. 41–44].

Слід зазначити, що за роки незалежності в Україні сформовано державну політику розвитку громадянського суспільства, забезпечено відкритість і прозорість функціонування державних та автономних органів влади і посадових осіб, вжито вичерпних заходів для виведення питання взаємовідносин між державою та громадськими організаціями на якісно новий рівень. Відкритість, публічність і прозорість державної діяльності баче одним із пріоритетів діяльності органів державної влади і забезпечується шляхом проведення консультацій з громадськістю, взаємодії з консультативно-дорадчими органами (радами) та проведення громадської експертизи професійної діяльності.

Ми вважаємо, що пошук компромісів у взаємній діяльності органів державної влади та громадських органів допоможе досягти зазначених цілей і забезпечить двосторонню вигоду, тобто підвищить довіру населення до державної та автономної влади. Держави мають інтерес в розширенні співпраці в рамках діяльності консультативно-дорадчих органів (громадських рад), створених при органах державної влади.

Тому для цього необхідно визначити нові форми такої співпраці, створити умови, що сприяють подальшому розвитку інститутів громадянського суспільства, та посилити гарантії забезпечення конституційного права громадян на участь в адміністративних процесах.

Протягом тривалого часу Міністерство юстиції України розробляло проєкт документа, який повинен визначити взаємодію держави і громадянського суспільства в Україні, як в аналогічній європейській угоді, що визначає основи, форми і принципи співробітництва між органами державної влади та неурядовими організаціями. Але цей варіант концепції не був винесений на обговорення у Верховній Раді України. З іншого боку, сьогодні прийнято багато інших важливих документів, спрямованих на встановлення партнерських відносин між державними установами, місцевими органами влади та організаціями громадянського суспільства.

Важлива роль зв'язків з громадськістю у функціонуванні державних інститутів полягає у створенні та формуванні сприятливого іміджу державної влади, що безпосередньо впливає на створення сприятливого середовища для ефективної взаємодії двох сторін [7, с. 6–7]. Слід зазначити, що в Україні триває пошук інноваційних форм оптимізації взаємодії державних установ з місцевими органами влади та інститутами громадянського суспільства. Впроваджено електронне управління, запущений проєкт «Держава у смартфоні», розробляються інші способи поліпшення взаємодії і підвищення його ефективності.

Отже, слід зробити висновок, що, незважаючи на всі розмови та заходи, направлені на розвиток громадянського суспільства, громадянське суспільство в нашій країні все ще перебуває в зародковому стані. Тому існує



потреба в систематичному обговоренні ефективності взаємодії між державою та інститутами громадянського суспільства. Започаткувати таку систему можна, наприклад, шляхом прийняття Концепції взаємодії держави і громадянського суспільства, яка зараз розробляється Міністерством юстиції України. Ця систематизація допомогла б вирішити проблему неорганізованості відносин між державою та інститутами громадянського суспільства.

Таким чином, робимо висновок, що закріплені в законі форми є неповними у відносинах між органами державної влади та організаціями громадянського суспільства. Ми виступаємо за необхідність розробки та прийняття змін до закону, які б встановили більш чіткі положення щодо спільної діяльності представників держави та громадського сектора, враховуючи сучасний стан суспільного та технологічного розвитку.

Очевидно також, що має бути встановлена юридична відповідальність у випадках необґрунтованого ігнорування громадської думки, висловленої у формі, передбаченій чинним законодавством, або маніпулювання (фальсифікації) громадською думкою в інтересах третіх осіб. Відповідно до досвіду взаємодії держави і громадянського суспільства в Україні, безвідповідальність органів державної влади в цій сфері призводить до застосування громадської думки для обґрунтування рішень, які не є «демократичними» для громадян, регіональних громад та українського народу в цілому.

Науковий керівник – д-р екон. наук, Гавкалова Н. Л.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Губін К. Г.

Література: 1. Зарічний О. А. Взаємодія держави та громадянського суспільства через інститути участі громадян в управлінні державними справами. *Європейські перспективи*. 2015. № 1. С. 48–51. 2. Про схвалення Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21.11.2007 № 1035-р. Офіційний вісник України. 2007. № 89. Ст. 89. 3. Влада і суспільство: діалог через громадські ради : монографія / за заг. ред. Ю. Ж. Шайгородського. Київ : Паливода А. В., 2011. 148 с. 4. Кравцова З. С. Громадський контроль за здійсненням державної влади в Україні // Правові засади взаємодії органів публічної влади з інституціями громадянського суспільства в Україні та зарубіжних країнах : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 29 листоп. 2019 р.). Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2019. С. 142–146. 5. Мороз О. М. Перспективи розвитку взаємовідносин держави і громадських об'єднань в умовах зближення України з Європейським Союзом. *Jurnalul juridic national: teorie și practică*. 2014. № 5 (9). С. 39–45. 6. Попов І. Недержавні організації як запорука демократичних виборів. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2005. № 2. С. 41–44. 7. Кравцова З. С. Теоретичні, правові та практичні основи громадського контролю за здійсненням державної влади в Україні. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*. 2019. № 3 (5). С. 89–104.

Тези надійшли до редакції 11.06.2024 р.



**Молодіжний економічний вісник
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

Журнал

№ 1

березень 2024

Відповідальний редактор:

О. С. Вяткіна

Редактор:

І. В. Костіна

Редагування бібліографічних списків:

Ю. А. Вороніна

Комп'ютерна верстка:

В. Ю. Труш

Підписано до друку 11.06.2024 р.

Формат 60×84/8

Ум. друк. арк. 15,88

Наклад 50 прим.

**Засновник – Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця.**

61166, Україна, м. Харків, просп. Науки, 9а.

Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.